

Nieuwsmedia, een geschikte plaats voor online discussies?

De Vlaamse nieuwsmedia als publiek platform voor online deliberatie

Anno 2013 is het online nieuws niet langer een eenrichtingsverhaal. Lezers worden uitgenodigd om te reageren op het nieuws en onderling in debat te gaan. Dat gebeurt niet langer enkel op online nieuwsfora, maar ook op sociale media zoals Twitter en Facebook. In deze Nieuwsmonitor bestuderen we de vorm die dergelijke online publieke discussies aannemen aan de hand van een inhoudsanalyse van 3.040 reacties van gebruikers verschenen bij artikels op vier Vlaamse nieuwssites. Dit onderzoek concludeert dat er binnen de geanalyseerde discussies elementen van deliberatief debat terug te vinden zijn, maar dat zelden aan alle voorwaarden wordt voldaan. Sterker nog, sommige elementen lijken ten koste te gaan van andere. Hoe diepgaander de discussie bijvoorbeeld, hoe minder nieuwe deelnemers ze telt. Welke elementen de bovenhand nemen, is deels afhankelijk van de dynamiek binnen de discussie, maar ook deels van externe factoren zoals de topickeuze, de registratiewijze, de reactiefuncties, etc. Redacties kunnen dus via hun 'discussiebeleid' mee bepalen welke vorm de commentaarsectie op hun site aanneemt. Ze zullen daarbij vooral moeten kiezen of dat eerder een 'prikbord' van meningen wordt dan wel een echte 'discussieruimte'.

Steunpunt Media

Het steunpunt Media is een aanspreekpunt en expertisecentrum voor alles wat met nieuws en media te maken heeft. In opdracht van de Vlaamse minister van Media Ingrid Lieten doet het steunpunt wetenschappelijk onderzoek naar nieuwsberichtgeving en mediawijsheid in Vlaanderen. Het steunpunt Media maakt deel uit van de steunpunten voor Beleidsrelevant Onderzoek van de Vlaamse Overheid voor de periode 2012-2015. De vier Vlaamse universiteiten die onderzoek doen naar nieuws- en massamedia zijn partner van het steunpunt: de Universiteit Antwerpen, de KU Leuven, de Vrije Universiteit Brussel en de Universiteit Gent.

Technische fiche

Tijdstip van de dataverzameling	December 2012 – februari 2013
Totaal aantal geanalyseerde discussiebijdragen	3.040 reacties op 19 artikels
Nieuwssites	HLN.be, standaard.be, knack.be en dewereldmorgen.be
Mapping van de reactiemogelijkheden via online observatie en een online vragenlijst voor de websitebeheerder	HLN.be, standaard.be en dewereldmorgen.be

Noot van de auteurs

Deze Nieuwsmonitor focust slechts op een deel van een uitgebreider onderzoek naar Vlaamse nieuwsmedia als publiek platform voor online deliberatie. Het volledige rapport met uitgebreide methodologie, literatuuroverzicht en resultaten kunt u terugvinden op de [website van het steunpunt Media](#).

Nieuwsmedia, een geschikte plaats voor online discussies?

De Vlaamse nieuwsmedia als publiek platform voor online deliberatie

Ike Picone en Daniëlle Raeijmaekers

Anno 2013 is het online nieuws niet langer een eenrichtingsverhaal. Lezers worden uitgenodigd om te reageren op het nieuws en onderling in debat te gaan. Dat gebeurt niet langer enkel op online nieuwsfora, maar ook op sociale media zoals Twitter en Facebook. Dergelijke reactiemogelijkheden werden aanvankelijk onthaald als een democratisering van het nieuwsproces. Vele nieuwssites, ook in Vlaanderen, openden hun websites voor gebruikerscommentaren. Recentelijk lijkt het enthousiasme plaats gemaakt te hebben voor voorzichtigheid of zelfs irritatie. De accumulatie van beledigingen en denigrerende taal leidt ertoe dat mediabedrijven meer restricties overwegen voor hun gebruikersplatformen. Zo gaat The New York Times de reacties op haar website bij gevoelige onderwerpen thematisch bundelen, in de hoop dat voor- en tegenstanders van een idee minder met modder gooien. Ook pikken journalisten er de beste reacties uit om de relevantie voor lezers te verhogen. YouTube vroeg midden 2012 aan haar commentatoren om hun mening wat minder vaak anoniem te geven. In Vlaanderen hebben zowel Knack als De Standaard hun spelregels en beleid rond lezerscommentaren recent bijgesteld door respectievelijk enkel nog reacties toe te laten onder eigen naam en niet langer elk artikel open te stellen voor discussie. Bovendien spelen ook de bijkomende werkdruk en investeringen die vaak in schril contrast staan met de beperkte inkomsten die deze activiteiten genereren in het nadeel van online fora.

Dit onderzoek heeft als doel inzicht te verschaffen in de rol van online nieuwsfora bij het bevorderen van een geïnformeerde discussie tussen burgers, oftewel het bevorderen van deliberatie. Met online nieuwsfora doelen we op de reactiemogelijkheden die nieuwssites aan hun lezers bieden om onderling of met de journalisten in discussie te gaan over actuele thema's. De centrale vraag is in welke mate online nieuwsfora een faciliterende omgeving (kunnen) zijn voor rationeel onderbouwde discussies tussen burgers onderling, maar ook tussen burgers, journalisten en beleidsvoerders.

Om inzicht te krijgen in de dynamiek van deliberatie op nieuwsfora baseert dit onderzoek zich op een diepgaande, kwantitatieve inhoudsanalyse van 3.040 lezerscommentaren rond drie verschillende onderwerpen die in de periode december 2012 – februari 2013 aan bod kwamen op HLN.be, standaard.be, knack.be en dewereldmorgen.be. We kozen doelbewust voor drie thema's die illustratief zijn voor discussies die zich vaak afspelen op nieuwssites. Namelijk een politiek thema met duidelijke pro/contra stellingname (Bart De Wever die homo-T-shirts verbiedt achter het Antwerpse loket), een socio-economisch thema dat al vaker het onderwerp van discussie is geweest (de sociaaleconomische Europese actiedag bij het spoor) en een cultureel thema dat veel toegankelijker is en los staat van politieke of economische visies (het doorspoelen van reclame op digitale tv). Per nieuwssite werd voor elk thema minstens één artikel geselecteerd waarvan alle reacties geanalyseerd werden. De nieuwssites omvatten 'populaire', 'kwalitatieve' en 'alternatieve' nieuwsmerken. Deze selectie levert een steekproef op van 3.040 reacties met voldoende diversiteit om uitspraken te doen over de impact van bepaalde factoren op de deliberatieve kwaliteit van de discussies. Omdat dit onderzoek zich baseert op een beperkte sample die onmogelijk representatief is voor de hele populatie kunnen we de beschrijvende statistieken niet veralgemenen naar alle online nieuwssites in Vlaanderen. Naast de inhoudsanalyse van de reacties werden ook de discussiemogelijkheden zoals registratiewijzen en reactiefunctionaliteiten die nieuwssites aanbieden in kaart gebracht (mapping). Onderstaande Tabel 1 geeft een overzicht van de onderzochte nieuwssites, de geselecteerde artikels en het aantal reacties.

Tabel 1: overzicht van de onderzochte nieuwssites, de geselecteerde artikels en het aantal reacties (N = 3.040 reacties)

Thema's	Artikels standaard.be (DS)		Artikels dewereldmorgen.be (DWM)		Artikels HLN.be (HLN)		Artikels knack.be (KN)	
Reclame TV	Bent u voorstander van goedkoper tv-kijken voor wie reclameblokken uitzit?	108			"Reclame doorspoelen wordt betalend"	310	Reclame doorspoelen op tv wordt betalend	35
Regenboog	Is een kledingverbod een goed idee? (meerdere artikels)	528	Homokledij en de conservatieve maatschappij	5	De Wever hekelt nieuw soort cordon sanitaire tegen N-VA	383	Bart De Wever: 'Er is een cordon sanitaire tegen N-VA in de maak'	215
					De Wever verbiedt 'homokledij' achter loket	441	Bart De Wever: Geen homo-T-shirts achter Antwerpse loketten	225
							Bart De Wever: 'Ik zal nog anderhalf jaar door een hel moeten'	158
Spoorstaking	Solidariteit is ... werken	123	Acht mediamythes over de vakbond ontkracht	22	Rudy De Leeuw: "Handen af van index"	148	N-VA wil verplichte dienst bij staking door kamer jagen	40
			Berichtgeving Europese actiedag was ondermaats	14	Spoorverkeer erg verstoord en grotere drukte op de weg door Europese actiedag	103	Rudy De Leeuw dreigt met acties als aan index geraakt wordt	39
					Woensdag weer absolute chaos verwacht op het spoor	116	Spoorstaking is alle schaamte voorbij' (Unizo)	27
		759		41		1501		739

Hoe kan de mate van deliberatie (geïnformeerde discussie) van een online discussie gemeten worden? We gebruiken zeven belangrijke criteria die voortkomen uit bestaande onderzoeken. Een eerste criterium (1) is de omvang van en activiteit binnen discussies. De omvang van discussies analyseren we op basis van het aantal reacties en deelnemers, de lengte van reacties en de duur van de discussies. Op basis van het aantal terugkerende deelnemers en aantal interacties wordt de activiteitsgraad geanalyseerd. Een tweede criterium (2) is de mate waarin discussies een diversiteit aan deelnemers en meningen weerspiegelen. Ten derde (3) analyseren we de mate waarin deelnemers op een constructieve manier interageren. Een vierde criterium (4) is de mate waarin deelnemers zich beroepen op rationele en onderbouwde argumentatie. De mate van onderlinge empathie en respect is een vijfde criterium (5). Ten zesde (6) wordt nagegaan in welke mate deelnemers transparant zijn over hun identiteit. Een laatste criterium (7) is de mate waarin de discussie ook buiten het forum wordt opgepikt. Deze criteria zijn uiteraard ideaaltypische kenmerken van deliberatie. Ze berusten op een conceptueel model dat uitgaat van een ideale publieke sfeer waarin discussies stevast uitmonden in consensus. Deze criteria dienen dan ook niet gezien te worden als voorwaarden voor een degelijk debat, maar eerder als benchmark die toelaat om na te gaan op welke vlakken reacties dichterbij of verder verwijderd zijn van een ideaal constructief debat. Uiteraard kan men ook kiezen om online discussies te benaderen vanuit andere conceptuele modellen (psychologie, sociaal kapitaal, etc.). Toch lijkt het deliberatief model een bruikbaar kader om te peilen naar de maatschappelijke waarde van online debat.

Mythes doorbroken en bevestigd

Op basis van de resultaten tekent zich een beeld af van nieuwsfora dat een aantal bestaande opvattingen lijkt te bevestigen, terwijl het andere nuanceert. Zijn commentaarsecties plaatsen waar individuele verzuchtingen worden geuit of zijn het eerder virtuele discussieruimtes tussen verschillende mensen? Uit Tabel 2 blijkt dat de overgrote meerderheid van de reacties monologen zijn. Het idee van commentaarsecties als plaatsen waar individuele verzuchtingen worden geuit, lijkt te kloppen. Wel merken we opvallende verschillen tussen nieuwssites op. Zo zijn 98% van de geanalyseerde reacties op HLN.be monologen, op standaard.be maar 18%.

We zien een verband tussen monologen en frequentie van deelname: mensen die eenmalig bijdragen tot de discussie doen dat in overgrote mate via een monoloog. Mensen die meermaals reageren lijken meer te interageren. De mate waarin mensen meer reageren lijkt dan weer voorzichtig te worden beïnvloed door hoe 'streng' de registratie is. Hoe meer gegevens men moet geven en hoe meer men zich moet identificeren, hoe meer interactie en minder monologen er zijn. Monologen, maar ook interacties, zijn verrassend vaak on-topic: de reacties dragen dus vaak inhoudelijk bij tot de tot de discussie. Opvallend is ook dat deze verzuchtingen niet noodzakelijk veel verschillende standpunten reflecteren. In de discussies lijkt een van de twee kanten van het verhaal het steeds te halen op de andere. Vooral binnen het reclame- en spoorstakingsdebat is er een duidelijke dominantie van één groep en vallen er amper tegenargumenten te noteren. Ook op het gebied van standpunten blijkt de deliberatieve doelstelling van een evenwichtig en divers debat van pro en contra stemmen zelden haalbaar. Wanneer we kijken naar het aantal reacties en interacties per thema, suggereren de resultaten dat politieke onderwerpen vaak voor meer polarisering zorgen, met meer reacties en interacties als gevolg. Niet elke discussie moet uiteraard evenveel pro- als contrastemmen hebben om relevant te zijn. Belangrijker is hier dat de topickeuze een rol speelt en dat redacties in hun keuze om bepaalde artikelen open te stellen of niet ook een invloed kunnen hebben op de polarisering van de discussies.

Tabel 2: Reciprociteit per medium (N = 3.040 reacties)

	Monoloog	Starter	Reactie	Interactie
	Een bericht waarop niet wordt gereageerd en dat zelf ook geen reactie is op een vorige post	Een bericht dat geen reactie is op een vorige post, maar zelf wel reacties uitlokt.	Een bericht dat expliciet (reactiebutton, @) of impliciet (inhoudelijk) voortbouwt op een voorgaande post	Een bericht door de auteur van het bericht waarop gereageerd wordt (een reactie op een reactie)
DS	18%	16%	51%	14%
Reclame TV	51%	16%	27%	6%
Regenboog	13%	16%	55%	16%
Spoorstaking	14%	18%	56%	12%
DWM	27%	22%	39%	12%
Regenboog	100%	0%	0%	0%
Spoorstaking	17%	25%	44%	14%
HLN	98%	1%	1%	0%
Reclame TV	97%	2%	2%	0%
Regenboog	98%	1%	1%	0%
Spoorstaking	98%	1%	1%	0%
KN	45%	11%	27%	17%
Reclame TV	94%	3%	3%	0%
Regenboog	38%	11%	30%	20%
Spoorstaking	66%	11%	20%	3%
Eindtotaal	64%	8%	20%	8%

Tabel 3 geeft weer hoe de deelnemers met elkaars standpunten omgaan: breken ze elkaars argumenten af of gaan ze eerder akkoord met de andere? Uit de resultaten blijkt dat discussies niet leiden tot een beargumenteerd debat. Deligitimeren en degraderen van andermans argumenten komen naar voor als de voornaamste logica van reacties en interacties. Deligitimering betekent dat men niet akkoord gaat met andermans standpunt, maar men erkent de bijdrage dan wel als een meningsverschil binnen de discussie. Bij degradatie gaat men niet akkoord met andermans standpunt, in die mate dat men het afschildert als onzin en het bijgevolg niet als een volwaardige bijdrage tot de discussie beschouwt. Er wordt voornamelijk gereageerd op eerder geposte berichten om de auteurs tegen te spreken en hun argumenten te ondermijnen. In 70% van de gevallen bevatten reacties op anderen deligitimering en zelfs degradatie van diens argumenten. Een vergelijking tussen de verschillende thema's toont dat deligitimering de hoofdreden is voor deelnemers om te reageren op vorige reacties. Bij het regenboogdebat en het debat over de spoorwegen wordt dit aangevuld met degradatie, terwijl binnen het reclamedebat ook een groot procentueel aantal reacties legitiemerend zijn.

Tabel 3: Reflexiviteit per medium (N = 3.040 reacties)

	Degradatie	Delegitimatie	Onduidelijk	Legitimatie	Overwaardering
	respectloze statements over anderzins claim zelf, de auteur van die claim, het discussieplatform of iemands ideologie	een claim wordt erkend als valabel, zonder akkoord te gaan	een claim wordt erkend, maar onduidelijk akkoord of niet	een claim wordt erkend als valabel en er wordt mee akkoord gegaan	een claim wordt expliciet of impliciet gepromoot als waarheid, enige juiste visie
DS	18%	49%	12%	20%	1%
Reclame TV	3%	44%	22%	31%	0%
Regenboog	20%	51%	10%	20%	0%
Spoorstaking	18%	45%	17%	18%	2%
DWM	10%	67%	5%	19%	0%
Spoorstaking	10%	67%	5%	19%	0%
HLN	14%	43%	7%	36%	0%
Reclame TV	0%	60%	20%	20%	0%
Regenboog	33%	17%	0%	50%	0%
Spoorstaking	0%	67%	0%	33%	0%
KN	42%	34%	7%	14%	3%
Reclame TV	0%	100%	0%	0%	0%
Regenboog	41%	35%	7%	14%	3%
Spoorstaking	58%	25%	4%	13%	0%
Eindtotaal	27%	44%	10%	18%	1%

Doen de deelnemers vaak toegevingen, nemen ze elkaars argumenten aan? Uit Tabel 4 blijkt dat er meestal naast elkaar wordt gepraat: maar liefst 70% van de interacties vertoont geen constructieve reactie, waarbij argumenten van anderen worden aanvaard. Slechts 16% vertoont tekenen van wederzijds begrip en nog geen 5% van de reacties leidt tot een echte consensus. Het niet bereiken van consensus is zelfs vanuit deliberatief standpunt geen vereiste. Problematischer is dat de deelnemers in deze discussies elkaars argumenten zelden aannemen of weerleggen.

Tabel 4: Wederzijds begrip per thema (N = 3.040 reacties)

	Geen constructiviteit	Onduidelijk	Wederzijds begrip	Consensus
	uitval (reacties stoppen) of geen van de deelnemers geeft toe dat de ander een punt heeft. Anderzins claims worden niet gevalideerd		de deelnemers blijven het oneens over de kern van de zaak, maar erkennen elkaars standpunt als valide	de deelnemers gaan unaniem akkoord met een stelling
Reclame TV	43%	29%	29%	0%
DS	43%	29%	29%	0%
Regenboog	71%	10%	16%	3%
DS	80%	2%	14%	4%
KN	64%	16%	17%	3%
Spoorstaking	77%	5%	14%	5%
DS	71%	7%	21%	0%
DWM	100%	0%	0%	0%
KN	67%	0%	0%	33%
Eindtotaal	70%	10%	16%	3%

De deelnemers aan online discussies doen dus weinig toegevingen. Maar zijn de reacties wel respectvol? Tabel 5 geeft aan dat online discussies niet per definitie uitmonden in een vulgaire uitwisseling van scheldwoorden en beledigingen. De meeste berichten blijken respectvol van aard. Indien de berichten inhoudelijk onrespectvol zijn, is dit meestal impliciet ten aanzien van maatschappelijke groepen en personen, eerder dan tegenover andere deelnemers. Enkel Knack.be vormt hierop een uitzondering met een hoog aantal onrespectvolle berichten. Het zijn meestal expliciete beledigingen gericht aan andere discussiedeelnemers. Ook zijn hier duidelijke verschillen tussen de thema's merkbaar. Het reclamedebat blijkt tot beduidend minder onrespectvolle uitlatingen te zorgen (minder dan 30%), in tegenstelling tot het regenboog- en spoorstakingdebat waarbij tot 60% van de berichten inhoudelijk onrespectvol is, met een min of meer evenredige verdeling tussen impliciete en expliciete beledigingen. Opvallend is dat net de politiek meer – ideologisch – geladen discussies een groter percentage respectloze reacties tellen in tegenstelling tot het eerder politiek-neutrale debat over het doorspoelen van reclame.

Tabel 5: Respect per thema (N = 3.040 reacties)

	Respectvol	Respectloos (impliciet)	Respectloos (expliciet)
	Het bericht heeft geen expliciet of impliciet negatieve inhoud t.o.v. het onderwerp	Het bericht wordt gekenmerkt door kwetsende verwijzingen, steken onder de gordel, totale afbraak van iemands handelingen etc.	Het bericht wordt gekenmerkt door het gebruik van scheldwoorden, beledigingen etc. om personen/instanties die in het artikel aan bod komen enerzijds of medediscussanten anderzijds te degraderen en kleineren
Reclame TV	71%	16%	13%
DS	72%	15%	13%
HLN	75%	12%	13%
KN	29%	60%	11%
Regenboog	45%	30%	25%
DS	52%	34%	13%
DWM	80%	0%	20%
HLN	47%	32%	21%
KN	35%	23%	42%
Spoorstaking	39%	31%	30%
DS	42%	44%	14%
DWM	49%	49%	3%
HLN	41%	30%	29%
KN	27%	16%	57%
Eindtotaal	48%	28%	24%

Toch merken we ook belangrijke nuances tussen verschillende nieuwsfora inzake de mate van respectvolle omgang met medediscussanten, meer bepaald wat de personen betreft tegenover wie men onrespectvol is. De verschillen zijn het grootst tussen HLN.be enerzijds en De Standaard Online en Knack.be anderzijds. Op basis van de geanalyseerde reacties blijkt dat bij HLN.be voornamelijk mensen die een rol spelen in de ruimere maatschappelijke problematiek als persoon aangepakt worden. Bij De Standaard Online speelt de meerderheid van de reacties ook 'op de man', maar bijna 40% richt zich ook op deelnemers van de discussie. Bij Knack.be is dit zelfs een 50-50 verdeling en worden deelnemers dus ook zeer vaak persoonlijk aangepakt. Uiteindelijk blijkt bij Knack.be en De Standaard Online slechts de helft van de reacties ook werkelijk on-topic te zijn, dit tegenover 70% bij HLN.be. Wat de interactie tussen deelnemers betreft merken we eenzelfde opdeling met HLN.be aan de ene kant en De Standaard Online aan de andere kant van het spectrum. Maar liefst 98% van de onderzochte berichten op HLN.be waren monologen. Op De Standaard Online is meer dan de helft van de berichten een reactie op een vorig bericht en daarenboven maakt bijna vijftien procent van de berichten deel uit van een interactie.

Ten slotte is het verband tussen de mate van inhoudelijk respect en de mate van identificatie verrassend. Anonimiteit en gedeeltelijke identificatie blijken immers grotendeels respectvolle berichten op te leveren. Berichten onder volledige identificatie blijken daarentegen regelmatig te vervallen in expliciete beledigingen. Hierbij moet benadrukt worden dat de identificatiecategorïeën sterk gelinkt zijn aan de verschillende nieuwsmedia en dat andere kenmerken van deze nieuwsmedia mogelijk de resultaten beïnvloeden.

Factoren van deliberatie: paradox tussen discussie en deliberatie

De verschillende factoren van deliberatie gaan niet altijd samen. Het nastreven van bepaalde doelen die aansluiten bij het deliberatief ideaal hebben niet per definitie een positieve invloed op de discussie die er op een nieuwsforum ontstaat. Een eerste nuance betreft het belang van frequente en zeer frequente gebruikers. Uit Tabel 6 blijkt dat de aanwezigheid van frequente gebruikers wel zorgt voor meer discussie en interactie, maar dat het niet altijd een positieve invloed heeft op de ontwikkeling van een constructief debat. Zo blijkt dat de genderdiversiteit tussen de deelnemers daalt naarmate gebruikers vaker reageren. Bovendien stijgt het aandeel degraderende reacties licht naarmate gebruikers meer actief zijn. Ook houden zeer frequente gebruikers liever het been stijf en gaan ze minder snel over tot de nuancering van eigen claims. Deze groep speelt meer 'op de man', en meer bepaald op mededeelnemers. Ook hier dus: een meer frequent gebruik van deze platformen stimuleert misschien discussie en interactie, maar komt anderzijds het aantal deelnemers en de diversiteit van standpunten niet noodzakelijk ten goede. Wanneer een redactie dus frequente deelname binnen een discussie zou willen bevorderen, kan dat ten koste gaan van andere discussie-elementen.

Tabel 6: verband tussen het aantal deelnemers en het geslacht van deelnemers, reflexiviteit t.o.v. andermans en de eigen claims, en het reageren 'op de man' (N = 3.040 reacties)

		eenmalige deelnemers	frequente deelnemers	zeer frequente deelnemers
geslacht deelnemers	man	46%	74%	81%
	vrouw	9%	8%	11%
	onduidelijk	45%	18%	8%
reflexiviteit t.o.v. andermans claims	degradatie	23%	25%	28%
	delegitimering	39%	44%	46%
	onduidelijk	13%	12%	8%
	legitimering	24%	18%	16%
	overwaardering	1%	1%	2%
reflexiviteit t.o.v. eigen claims (aanpassen van de eigen standpunten)	radicalisering	22%	13%	19%
	geen aanpassing	17%	30%	35%
	nuancering	39%	35%	21%
	overtuiging	22%	22%	25%
'op de man'	maatschappelijke actor	90%	64%	39%
	media	2%	0%	2%
	medediscussant	8%	36%	60%

Tabel 7 toont de mate van diversiteit aan standpunten. Geen van de debatten gaf blijk van een uitgesproken evenwicht aan pro- en contra-stemmen, 'veel diversiteit' kwam er dus niet voor. In de resultaten merken we tegenstrijdigheden tussen deliberatieve kenmerken op. Een diversiteit aan standpunten kan voornamelijk gelinkt worden aan positieve elementen zoals minder monologen en meer reacties en interacties, minder extreme typografie en geen verhoging van anonimiteit. Echter, wanneer er redelijk wat onenigheid is tussen de standpunten, dan leidt dit ook tot een daling van het aandeel on-topic reacties en een stijging van reacties die op de man spelen. Het is in dit opzicht dat meer diversiteit van standpunten dus niet per definitie leidt tot een vruchtvollere discussie.

Tabel 7: Verband tussen de diversiteit aan standpunten en reciprociteit en identificatie (N = 3.040 reacties)

		weinig diversiteit aan standpunten	diversiteit aan standpunten
reciprociteit	monoloog	69%	45%
	starter	9%	11%
	reactie	18%	34%
	interactie	4%	10%
identiteit	anoniem	39%	35%
	gedeeltelijk	38%	42%
	volledig	24%	22%

Verder ontwikkelt een discussie zich ook niet altijd in relatie tot het aangesneden onderwerp (Tabel 8). Reacties en interacties zorgen er namelijk voor dat de aandacht wegschuift van het oorspronkelijke discussiethema. Reacties verder in de discussie gaan vaker over geheel andere zaken of over de discussie zelf dan bij monologen en starters. Tegelijkertijd neemt het aantal destructieve verantwoordingen af ten voordele van het gebruik van persoonlijke ervaringen en informatie op het forum als bron. Naarmate er meer gedebatteerd wordt, wordt de discussie constructiever op zich, maar tegelijk ook minder gecentreerd rond het onderwerp.

Tabel 8: Verband tussen reciprociteit en relevantie en bronvermelding (N = 3.040 reacties)

		monoloog	starter	reactie	interactie
relevantie	off-topic	4%	3%	15%	18%
	op de man	22%	23%	28%	26%
	meta-niveau (over de discussie zelf)	5%	13%	14%	22%
	on-topic	70%	62%	43%	34%
bronvermelding	deconstructief	51%	50%	43%	33%
	geen bronvermelding	32%	24%	37%	36%
	interne verantwoording	13%	13%	10%	21%
	externe verantwoording	2%	2%	5%	7%
	externe verantwoording	2%	10%	5%	3%

Twee afgetekende vormen van publieke sfeer

Niet elk forum lijkt op dezelfde manier te werken en verschillende mensen komen om verschillende redenen naar bepaalde fora. Ondanks verschillen tussen de fora lijkt het niet alsof men per definitie reageert op nieuws om elkaar uit te schelden. Op basis van de verschillende analyses die binnen dit onderzoek werden uitgevoerd (ook degenen die niet uitgebreid in deze Nieuwsmonitor aan bod kwamen) lijken er zich binnen de huidige sample van geanalyseerde commentaren twee grote clusters van kenmerken af te tekenen. Vanuit een deliberatief standpunt lijken deze twee publieke ruimtes andere elementen te accentueren en kunnen ze metaforisch als een prikbord enerzijds of als een discussieruimte anderzijds bestempeld worden.

Prikbord	Discussieruimte
Een plaats waar mensen hun mening of verzuchting achterlaten over het nieuwsonderwerp in korte reacties, zonder veel interactie met anderen	Een plaats waar de deelnemers komen om hun mening te uiten en hierover in discussie te gaan met anderen
<ul style="list-style-type: none"> ◦ Grotere eensgezindheid onder de deelnemers. ◦ Reacties richten zich vaker naar instanties en personen die het onderwerp van het nieuws vormen, eerder dan naar deelnemers aan de discussie. ◦ Een meer open forum waar reacties het minst offensief zijn naar andere deelnemers toe. ◦ Vastgestelde eensgezindheid niet een gevolg van het debat, maar van het bepaald publiek dat de site bezoekt. 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Meer discussie, meer diversiteit aan standpunten. ◦ Hardere aanpak van andere deelnemers. ◦ Niet noodzakelijk betere argumentatie en aandacht verschuift sneller off-topic. ◦ Een meer gesloten forum, waar nieuwkomers afgeschrikt kunnen worden door de persoonlijke toon van andere deelnemers. ◦ Zelden geargumenteed debat met wederzijds begrip of consensus tot gevolg.

Uiteraard zijn dit niet de twee enige vormen die nieuwsfora kunnen aannemen. Het zijn twee uiteinden op een continuüm waar verscheidene tussenvormen mogelijk zijn. Terwijl in onze sample HLN.be eerder aanleunt bij 'het prikbord' en Knack.be bij de 'discussieruimte', bevindt De Standaard Online zich meer in het midden. Eerder dan het ideaaltypische deliberatieve raamwerk biedt dit continuüm een meer realistische maatstaf om na te gaan waar een nieuwsforum zich positioneert. Ook laat het toe de keuzes te expliciteren die redacties moeten maken omtrent hun nieuwsfora.

Besluit

De keuze waar nieuwsorganisaties voor staan inzake deliberatie op hun website is niet alleen de keuze om al dan niet discussie op de website te bevorderen. Het gaat eerder over aan welke aspecten men voorrang wil geven op andere: kiezen voor rationele discussie gaat ten koste van openheid, kiezen voor discussies gaat ten koste van relevantie, kiezen voor een beperkte groep frequente gebruikers gaat ten koste van de rationele argumentatie. Deze keuze komt bovenop de reeds pragmatische keuzes die nieuwsmedia moeten maken inzake de kosten en baten van online reactiemogelijkheden.

Nieuwsmedia kunnen de richting van het debat sturen door te kiezen welke topics ze openstellen voor reactie. Hier suggereren de resultaten dat politieke onderwerpen vaak voor meer polarisering zorgen, met meer reacties en interacties als gevolg. Tegelijkertijd merkt men in politieke discussies op de fora dat het aantal degradaties en delegitimeringen eveneens hoger ligt. Verder zien we dat naarmate het onderwerp een sterkere personificatie kent, reacties zich meer gaan richten naar maatschappelijke actoren in het nieuws – en dus minder naar andere deelnemers. De topickeuze impliceert dus een keuze voor een levendiger, maar wel harder debat tegenover een meer open, maar minder interactief debat. Ook dit kunnen nieuwsredacties in het achterhoofd houden wanneer ze op een meer proactieve manier met de reacties van hun lezers zouden willen omgaan.

De registratiewijze voor deelnemers die gebruikt wordt, is een ander element waarmee nieuwsmedia het karakter van de debatten kunnen sturen. De mate waarin mensen gevraagd worden hun gegevens achter te laten en zich te identificeren toont een – voorzichtig – verband met de mate waarin er zich een groep regelmatige gebruikers vormt. Registratie sluit dus enigszins de discussieruimte.

De utopie van een onderbouwd, beargumenteerd debat blijft nog ver weg. Discussies op alle onderzochte online nieuwsmedia blijken voornamelijk onderbouwd met destructieve argumentatie (bijna de helft van alle reacties) of ze vermelden helemaal geen bron (een derde van alle reacties). Daarnaast komt tien tot vijftien procent van de reacties voort uit persoonlijke ervaringen. Het aantal reacties waarbij werkelijk expliciet naar een bron (binnen of buiten de discussieruimte) wordt verwezen, is miniem. Het is duidelijk dat nieuwsfora niet de verhoopte haarden van deliberatief debat zijn zoals deze door internetutopisten vaak verkondigd worden. Evenmin zijn het plaatsen waar deelnemers elkaar louter uitschelden en naast de kwestie reageren. Het blijven relatief nieuwe publieke ruimtes waarbinnen verschillende maatschappelijke actoren met elkaar in dialoog gaan. Ook vandaag nog blijft het zoeken naar een werkbaar evenwicht om hier vanuit journalistiek standpunt mee om te gaan.

Samenvatting

- Nieuwsfora zijn plaatsen van persoonlijke verzuchting eerder dan van collectief debat.
- De hoofdmoot van reacties bevat deconstructieve of demagogische argumentatie of helemaal geen.
- Eenmalige reacties zijn niet vulgairder dan reacties van terugkerende deelnemers.
- Hoe vaker men reageert, hoe minder open men staat naar anderen toe.
- Meer diversiteit in standpunten bevordert het debat niet noodzakelijk structureel (niet per se meer reacties en interacties), maar inhoudelijk (meer on-topic discussie).
- Discussies worden minder respectvol naarmate de argumentatie persoonlijker en minder rationeel is.
- Journalisten worden in reacties van lezers zelden beledigd.

Het volledige rapport van dit onderzoek met uitgebreide methodologie, literatuuroverzicht en resultaten kunt u terugvinden op de [website van het steunpunt Media](#).

Contact

Wenst u meer informatie over het steunpunt Media of de Nieuwsmonitor, neem contact op met Julie De Smedt, projectcoördinator van het steunpunt Media.

E-mail	Julie.desmedt@uantwerpen.be	Website	www.steunpuntmedia.be
Telefoon	03 265 57 60	Twitter	@steunpunt_Media
GSM	0494 89 79 83		