

Mediarepertoire en nieuwsconsumptie

Basiscijfers uit de participatiesurvey

Alexander Deweppe, Ike Picone, Caroline Pauwels en Katia Segers

SMIT/CEMESO – Vrije Universiteit Brussel



Een herwerkte versie van dit rapport verscheen ook als volgend boekhoofdstuk:
Deweppe, A., Picone, I., Segers, K. & Pauwels, C. (2015). Mediarepertoire en nieuwsconsumptie. In: Participatie in Vlaanderen 1: Basisgegevens van de Participatiesurvey 2014. Lievens, J., Siongers, J. & Waege, H. (eds.). Leuven, Belgium: Acco, pp. 141-163.

Inleiding

In dit rapport worden de vragen toegelicht die betrekking hebben tot het repertoire van de mediagebruiker. Dat is gedurende de laatste decennia door toegenomen technologische mogelijkheden onderhevig aan grote veranderingen; media-inhouden zijn over de verschillende dragers en kanalen heen meer pluriform en makkelijker toegankelijk geworden. Daarom probeert dit rapport enige inzage te krijgen in de wijze waarop media gebruikt worden. Daarbij ligt de focus in hoofdzaak op het consulteren van nieuwsinhouden.

In eerste instantie komen de meer klassieke media aan bod. Met betrekking tot (voornamelijk Vlaamse) televisiezenders, radiostations en kranten wordt gepeild naar de voorkeuren en de frequentie van kijken, luisteren en lezen van de respondenten. Om de impact van digitalisering op nieuwsconsumptie te meten, wordt gepeild naar het gebruik van nieuwssites en het vernemen van nieuwsinhouden over de verschillende toestellen en nieuwsbronnen heen. Tenslotte wordt de nieuwsinteresse van de respondenten bevraagd, om wars van dragers, toestellen en kanalen te kunnen bepalen hoeveel belang respondenten hechten aan goed geïnformeerd worden.

1.1. Televisie

1.1.1. Televisie kijken

1.1.1.1 Omschrijving

Vraag SMAAK 3a bevraagt de respondenten over het wel of niet bekijken van televisie tijdens de voorbije maand. Bij respondenten die hier negatief op antwoorden, wordt de volgende vraag (SMAAK 3b) niet gesteld.

1.1.1.2 Vraagstelling

smaak 3a Heeft u **de voorbije maand** naar televisie gekeken?

Neen	0
Ja	1

1.1.1.3 Vraagverwoording

Deze vraag handelt over het feit of televisie kijken al dan niet een deel uitmaakt van het mediarepertoire van de respondent. Voor deze vraag wordt een referentieperiode van één maand in acht genomen. Dit is het geval omdat dan in geval van zeer sporadische activiteit (in dit geval minder dan maandelijks) de gebruikelijke referentieperiode van zes maanden, die doorgaans in het kader van deze survey wordt gehanteerd, in de praktijk overeenstemt met quasi niet-gebruik. Met betrekking tot het televisie kijken wordt in deze context uitgegaan van de programmatie van de voornaamste (in hoofdzaak Vlaamse) zenders. Er wordt in dit geval geen rekening gehouden met het feit of het uitgesteld kijkgedrag dan wel kijken op het moment van uitzending betreft (omdat dit reeds elders in de survey aan bod komt), en het is voor deze vraag niet van belang te weten of het kijken is gebeurd op een klassiek televisietoestel, dan wel op een tablet, pc of ander toestel.

Literatuur

Lievens, J., Waege, H., & de Meulemeester, H. (2006). *Cultuurkijker: Cultuurparticipatie gewikt en gewogen. Basisgegevens van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Antwerpen: De Boeck.

Tabel 0.1 **Televisie kijken (smaak 3a)**

	percentage
1. Neen	2,5
2. Ja	97,5
(N)	3949

1.1.2. Kijkgedrag televisie

1.1.2.1 Omschrijving

Vraag SMAAK 3b peilt bij de respondenten die positief antwoordden op vraag SMAAK 3a naar hun kijkgedrag tijdens de voorbije maand, zijnde met welke frequentie ze naar de opgelijste zenders hebben gekeken.

1.1.2.2 Vraagstelling

smaak 3b Geef aan in welke mate u **de voorbije maand** naar de volgende televisiezenders heeft gekeken.

	Niet de voorbije maand	Een uitzonderlijke keer	Een paar keer de voorbije maand	Wekelijks	Meermaals per week	Dagelijks
1. VTM	1	2	3	4	5	6
2. Eén	1	2	3	4	5	6
3. Ketnet	1	2	3	4	5	6
4. Canvas	1	2	3	4	5	6
5. VIER	1	2	3	4	5	6
6. 2BE	1	2	3	4	5	6
7. OP12	1	2	3	4	5	6
8. Vijf	1	2	3	4	5	6
9. Acht	1	2	3	4	5	6
10. Vitaya	1	2	3	4	5	6

11. Regionale zender (<i>ATV, TV Limburg...</i>)	1	2	3	4	5	6
12. Muziekzenders (<i>Jim, TMF, Anne...</i>)	1	2	3	4	5	6
13. Sportzenders (<i>Sporza, Eurosport, Sport 10...</i>)	1	2	3	4	5	6
14. Themazenders (- <i>Discovery, Njam, Kanaal Z...</i>)	1	2	3	4	5	6
15. Een andere zender ENQ. SPECIFIEER	1	2	3	4	5	6
16. Een andere zender ENQ. SPECIFIEER	1	2	3	4	5	6
17. Een andere zender ENQ. SPECIFIEER	1	2	3	4	5	6

1.1.2.3 **Vraagverwoording**

Met betrekking tot het kijkgedrag wordt aan de hand van een lijst van op de kabel en via digitale tv beschikbare televisiekanalen gevraagd met welke gemiddelde frequentie verschillende zenders worden bekeken. Voor deze vraag wordt een referentieperiode van één maand in acht genomen. Dit is het geval omdat dan in geval van zeer sporadische activiteit (in dit geval minder dan maandelijks) de gebruikelijke referentieperiode van zes maanden, die doorgaans in het kader van deze survey wordt gehanteerd, in de praktijk overeenstemt met quasi niet-gebruik. Er wordt geen rekening gehouden met uitgesteld kijkgedrag (omdat dit elders in de survey aan bod komt), en het is voor deze vraag niet van belang of het televisie kijken is gebeurd op een klassiek televisietoestel, op een tablet, een pc of een ander toestel.

Omdat het omzeggens onmogelijk is geworden om een exhaustieve lijst van alle beschikbare televisie-kanalen op te stellen, wordt getracht een beknopt maar toch enigszins genuanceerd beeld te schetsen van het gemiddelde kijkgedrag. Daarom bevat de lijst een aantal van de meest courante Vlaamse televisiekanalen, alsook de rubrieken regionale zenders, muziek-, sport- en themazenders. Tenslotte krijgen respondenten de mogelijkheid om andere zenders (maximaal 3) te specificeren wanneer deze niet in de lijst zijn opgenomen. Deze mogelijkheid bestaat om het hoofd te bieden aan de realiteit van een gediversifiëerd, internationaal en pluriform media-landschap.

Wat de kijkfrequentie betreft, kunnen de respondenten aangeven of ze in de afgelopen maand wel of niet naar een bepaalde zender hebben gekeken. De eerder incidentele kijkers kunnen aangeven dat ze een zeldzame keer of meerdere keren tijdens de afgelopen maand naar een bepaalde zender hebben gekeken. Wat de meer regelmatige kijkers betreft, varieert de kijkfrequentie van kijken op wekelijkse tot kijken op dagelijkse basis.

Literatuur

Lievens, J., Waege, H., & de Meulemeester, H. (2006). *Cultuurkijker: Cultuurparticipatie gewikt en gewogen. Basisgegevens van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Antwerpen: De Boeck.

Tabel 0.2 Kijkgedrag televisie (smaak 3b)

	Niet de voorbije maand	Een uit-zonderlijke keer	Een paar keer de voorbije maand	Wekelijks	Meermaals per week	Dagelijks	N
1. VTM	15,6	11,4	10,2	11,3	16,7	34,8	3847
2. Eén	9,4	5,4	6,8	10,7	18,8	49,0	3848
3. Ketnet	79,2	7,8	3,5	2,8	3,4	3,4	3837
4. Canvas	27,1	12,2	12,6	14,4	19,9	13,9	3847
5. VIER	25,3	13,7	13,2	19,1	19,5	9,2	3841
6. 2BE	39,3	14,0	12,2	15,2	13,0	6,3	3840
7. OP12	78,9	11,0	4,8	2,6	2,0	0,6	3824
8. Vijf	49,4	15,9	11,1	10	8,7	4,9	3841
9. Acht	78,2	10,1	4,9	3,5	2,3	0,9	3828
10. Vitaya	51,6	15,0	10,9	9,1	7,7	5,7	3847
11. Regionale zender (ATV, TV Limburg...)	44,2	15,1	11,0	9,7	10,1	9,9	3842
12. Muziekzenders (Jim, TMF, Anne...)	71,3	8,8	6,0	5,4	4,7	3,8	3840
13. Sportzenders (Sporza, Eurosport, Sport 10...)	58,5	8,0	8,9	9,7	10,5	4,3	3844
14. Themazenders (- Discovery, Njam, Kanaal Z...)	56,9	10,4	10,1	8,2	8,7	5,8	3845
15. Een andere zender ENQ. SPECIFIEER	78,6	3,1	3,1	4,4	4,9	5,9	3831
16. Een andere zender ENQ. SPECIFIEER	90,8	1,1	1,2	1,6	2,4	3,0	3826
17. Een andere zender ENQ. SPECIFIEER	95,0	0,6	0,5	0,8	1,2	1,9	3823

1.2. Radio

1.2.1. Radio luisteren

1.2.1.1 Omschrijving

Vraag SMAAK 5 bevaart de respondenten over het al dan niet beluisteren van radio gedurende de voorbije maand. Bij respondenten die hier negatief op antwoorden, kan de volgende vraag (SMAAK 5a) worden overgeslaan.

1.2.1.2 Vraagstelling

smaak 5 Heeft u **de voorbije maand** naar de radio geluisterd?

Neen	0
Ja	1

1.2.1.3 Vraagverwoording

Deze vraag handelt over het feit of het beluisteren van radio al dan niet een deel uitmaakt van het mediarepertoire van de respondent. Voor deze vraag wordt een referentieperiode van één maand in acht genomen. Dit is zo omdat dan in geval van zeer sporadische activiteit (bijvoorbeeld minder dan maandelijks) de gebruikelijke referentieperiode van zes maanden, die doorgaans in het kader van deze survey wordt gehanteerd, in de praktijk quasi overeenstemt met niet-gebruik.

Met betrekking tot het luisteren naar de radio gaan we in deze context uit van het beluisteren van de programmatie van enkele van de voornaamste Vlaamse zenders. Internetradio wordt elders in de enquête bevaart. Er wordt overigens in dit geval geen rekening gehouden met het feit of het uitgesteld luisteren dan wel luisteren op het moment van uitzending betreft, en op welk toestel dit is gebeurd.

Literatuur

Lievens, J., Waeye, H., & de Meulemeester, H. (2006). *Cultuurkijker: Cultuurparticipatie gewikt en gewogen. Basisgegevens van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Antwerpen: De Boeck.

Tabel 0.3 Radio luisteren (smaak 5)

	percentage
1. Neen	11,5
2. Ja	88,5
(N)	3948

1.2.2. Luistergedrag radio

1.2.2.1 Omschrijving

Vraag SMAAK 5a bevaart de respondenten die positief antwoordden op vraag SMAAK 5 over hun luistergedrag m.b.t. radio, zijnde de verschillende zenders waar ze in de voorbije maand naar hebben geluisterd.

1.2.2.2 **Vraagstelling**

smaak 5a Naar welke van volgende radiozenders heeft u **de voorbije maand** geluisterd?

1. Radio 1	1
2. Radio 2	1
3. Klara	1
4. MNM	1
5. Studio Brussel	1
6. Q-Music	1
7. Joe Fm	1
8. Nostalgie	1
9. Een andere zender (<i>ENQ. SPECIFIEER</i>)	1

1.2.2.3 **Vraagverwoording**

Aan de hand van een lijst van de meest courante Vlaamse radiokanalen wordt gevraagd welke de respondent wel of niet heeft beluisterd, minstens één keer gedurende de afgelopen maand. Bovendien krijgen respondenten de mogelijkheid om een andere zender op te geven, mocht deze niet als mogelijkheid in de lijst zijn opgenomen (bijvoorbeeld een anderstalig of lokaal radiostation).

Met betrekking tot het beluisteren van radio gaan we in deze context uit van de reguliere programmatie van enkele van de voornaamste Vlaamse zenders. Internetradio wordt elders in de enquête bevestigd. Er wordt overigens in dit geval geen rekening gehouden met het feit of het uitgesteld luisteren dan wel luisteren op het moment van uitzending betreft, en op welk toestel dit is gebeurd.

Literatuur

Lievens, J., Waeye, H., & de Meulemeester, H. (2006). *Cultuurkijker: Cultuurparticipatie gewikt en gewogen. Basisgegevens van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Antwerpen: De Boeck.

Tabel 0.4 Luistergedrag radio (smaak 5a)

	percentage
10. Radio 1	24,5
11. Radio 2	35,7
12. Klara	7,9
13. MNM	25,6
14. Studio Brussel	29,4
15. Q-Music	31,2
16. Joe Fm	16,5
17. Nostalgie	17,2
18. Een andere zender (<i>ENQ. SPECIFIEER</i>)	12,7
<i>(N)</i>	3949

1.3. Nieuws

1.3.1. Kranten lezen

1.3.1.1 *Omschrijving*

Vraag SMAAK 2a bevraagt de respondenten over het al dan niet lezen van papieren kranten, minstens tijdens de afgelopen maand. Bij respondenten die hier negatief op antwoorden, wordt de daaropvolgende vraag (SMAAK 2b) overgeslaan.

1.3.1.2 *Vraagstelling*

smaak 2a Heeft u **de voorbije maand** een papieren krant gelezen?

Neen	0
Ja	1

1.3.1.3 *Vraagverwoording*

Deze vraag handelt over het feit of het lezen van papieren kranten een deel uitmaakt van het mediarepertoire van de respondent of niet. Voor deze vraag wordt een referentieperiode van één maand in acht genomen. Dit is het geval omdat dan bij zeer sporadische activiteit (bijvoorbeeld minder dan maandelijks) de gebruikelijke referentieperiode van zes maanden, die doorgaans in het kader van deze survey wordt gehanteerd, in de praktijk quasi overeenstemt met niet-gebruik. Met

betrekking tot het lezen van papieren kranten gaan we in deze context uit van enkele van de voornaamste Vlaamse kranten.

Literatuur

Lievens, J., Waeye, H., & de Meulemeester, H. (2006). *Cultuurkijker: Cultuurparticipatie gewikt en gewogen. Basisgegevens van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Antwerpen: De Boeck.

Tabel 0.5 Kranten lezen (smaak 2a)

	percentage
1. Neen	33,9
2. Ja	66,1
(N)	3949

1.3.2. Leesgedrag papieren kranten

1.3.2.1 Omschrijving

Vraag SMAAK 2b peilt bij de respondenten die positief antwoordden op vraag SMAAK 2a over hun gemiddelde leesgedrag met betrekking tot papieren kranten, zijnde welke verschillende kranten ze minstens gedurende de afgelopen maand hebben gelezen.

1.3.2.2 Vraagstelling

smaak 2a Welke van volgende papieren kranten heeft u **de voorbije maand** gelezen?

1. Het Laatste Nieuws	1
2. Het Nieuwsblad / De Gentenaar	1
3. Het Belang van Limburg	1
4. De Gazet van Antwerpen	1
5. De Standaard	1
6. De Morgen	1
7. De Tijd	1
8. Metro	1
9. Een andere krant (ENQ. SPECIFIEER)	1
10. Een andere krant (ENQ. SPECIFIEER)	1

1.3.2.3 Vraagverwoording

Aan de hand van een lijst van de meest courante Vlaamse kranten wordt gevraagd of deze minstens één keer gedurende de afgelopen maand door de respondent werden gelezen. Het betreft dagelijks verschijnende (in hoofdzaak) betalende kranten. Daarenboven krijgt de respondenten de mogelijkheid om een aantal kranten te specificeren die in de afgelopen maand wel werden gelezen, maar die niet in de lijst zijn opgenomen (bijvoorbeeld lokale of anderstalige papieren kranten). Deze mogelijkheden zijn opgenomen om het hoofd te bieden aan de realiteit van een snel veranderende multi-mediale en in toenemende mate geïnternationaliseerde nieuws-ecologie, waardoor het bij het opstellen van een lijst van de meest courante nieuwsinformatiebronnen een reëel risico is om bepaalde kanalen over het hoofd te zien. In deze context gaan we enkel uit van fysieke kranten; online nieuwssites worden elders in de enquête bevraagd.

Literatuur

Robinson, S. (2014). The Active Citizen's Information Media Repertoire: An Exploration of Community News Habits During the Digital Age. *Mass Communication and Society*, 17(4), 509-530.

Lievens, J., Waeye, H., & de Meulemeester, H. (2006). *Cultuurkijker: Cultuurparticipatie gewikt en gewogen. Basisgegevens van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Antwerpen: De Boeck.

Tabel 0.6 Leesgedrag papieren kranten (smaak 2a)

	percentage
1. Het Laatste Nieuws	38,1
2. Het Nieuwsblad / De Gentenaar	31,6
3. Het Belang van Limburg	14,4
4. De Gazet van Antwerpen	14,1
5. De Standaard	15,4
6. De Morgen	9,4
7. De Tijd	3,8
8. Metro	9,9
9. Een andere krant (ENQ. SPECIFIEER)	7,6
10. Een andere krant (ENQ. SPECIFIEER)	0,7
11. Een andere krant (ENQ. SPECIFIEER)	0,2
(N)	2611

1.3.3. Gebruik van online nieuwskanalen

1.3.3.1 Omschrijving

Vraag SMAAK 4 beschouwt het actief bezoeken van online nieuwssites. Aan de respondenten wordt gevraagd aan te geven welke van de opgelijste online nieuwskanalen ze tijdens de voorbije maand hebben geconsulteerd, en met welke gemiddelde frequentie ze dat hebben gedaan.

1.3.3.2 **Vraagstelling**

smaak 4 Geef aan in welke mate u **de voorbije maand** de volgende nieuwssites heeft bezocht?

	Niet de voorbije maand	Een uitzonderlijke keer	Een paar keer de voorbije maand	Wekelijks	Meermaals per week	Dagelijks
1. De Redactie (VRT)	1	2	3	4	5	6
2. Het Nieuwsblad.be	1	2	3	4	5	6
3. De Standaard Online	1	2	3	4	5	6
4. hln.be (Het Laatste Nieuws)	1	2	3	4	5	6
5. hbvl.be (Het Belang van Limburg)	1	2	3	4	5	6
6. gva.be (Gazet van Antwerpen)	1	2	3	4	5	6
7. De Morgen.be	1	2	3	4	5	6
8. Tijd.be	1	2	3	4	5	6
9. dewereldmorgen.be	1	2	3	4	5	6
10. apache.be	1	2	3	4	5	6
11. knack.be	1	2	3	4	5	6
12. Een Franstalige Belgische nieuwssite	1	2	3	4	5	6
13. Een andere nieuwssite (ENQ. SPECIFIEER)(3x)	1	2	3	4	5	6

1.3.3.3 **Vraagverwoording**

Aan de hand van een lijst van de meest courante online nieuwssites wordt gevraagd welke de respondent actief heeft geconsulteerd, minstens één keer gedurende de afgelopen maand. Voor deze vraag wordt een referentieperiode van één maand in acht genomen. Dit is zo omdat in geval van zeer sporadische activiteit (in casu minder dan maandelijks) de gebruikelijke referentieperiode van zes maanden, die doorgaans in het kader van deze survey wordt gehanteerd, in de praktijk quasi overeenstemt met niet-gebruik. Het betreft voorts de voornaamste Vlaamse nieuwssites, maar respondenten krijgen bovendien de mogelijkheid om een Franstalige Belgische nieuwssite alsook andere nieuwssites (maximaal 3) te specificeren die ze in de afgelopen maand ook actief hebben

bezoekt, maar die niet in de lijst zijn opgenomen. Deze mogelijkheid bestaat om tegemoet te komen aan de realiteit van een gediversifiëerde nieuws-ecologie, waarbij het omzeggens onmogelijk is geworden om een exhaustieve lijst op te stellen van alle beschikbare nieuwsinformatiebronnen.

Met actief raadplegen wordt bedoeld dat het over het zelf bezoeken van nieuwssites gaat, en niet over het ontvangen van nieuwsupdates via andere kanalen (zoals RSS-feeds of sociale media). Wat de bezoekfrequentie betreft, kunnen de respondenten aangeven of ze in de afgelopen maand een bepaalde site wel of niet hebben geraadpleegd. De eerder incidentele bezoekers kunnen aangeven of ze een bepaalde site een zeldzame keer of meerdere keren tijdens de afgelopen maand hebben geconsulteerd. Wat de meer regelmatige bezoekers betreft, varieert de frequentie van lezen op de betreffende nieuwssite van wekelijks tot dagelijks.

Literatuur

Lievens, J., Waege, H., & de Meulemeester, H. (2006). *Cultuurkijker: Cultuurparticipatie gewikt en gewogen. Basisgegevens van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Antwerpen: De Boeck.

Tabel 0.7 Gebruik van online nieuwskanalen (smaak 4)

	Niet de voorbije maand	Een uitzonderlijke keer	Een paar keer de voorbije maand	Wekelijks	Meermaals per week	Dagelijks	N
1. De Redactie (VRT)	57,6	10,1	9,0	7,0	7,3	9,0	2328
2. Het Nieuwsblad.be	52,4	8,6	7,7	7,3	8,7	15,4	2327
3. De Standaard Online	71,1	7,6	5,0	4,2	4,2	7,9	2327
4. hln.be (Het Laatste Nieuws)	42,3	7,8	8,9	8,4	10,9	21,7	2328
5. hbvl.be (Het Belang van Limburg)	83,2	3,5	2,7	2,7	2,2	5,8	2326
6. gva.be (Gazet van Antwerpen)	81,5	5,0	4,0	2,3	3,8	3,3	2326
7. De Morgen.be	81,2	6,2	3,4	2,8	2,9	3,5	2327
8. Tijd.be	86,9	5,0	2,5	1,6	1,7	2,3	2327
9. dewereldmorgen.be	96,9	1,5	0,8	0,2	0,4	0,2	2325
10. apache.be	98,6	0,9	0,4	0,1	0,0	0,0	2323
11. knack.be	87,5	5,4	2,9	1,9	1,0	1,2	2326
12. Een Franstalige Belgische nieuwssite	92,5	3,0	1,6	1,2	0,7	1,0	2326

13. Een andere nieuwssite (ENQ. SPECIFIEER)(3x)	90,1	1,5	1,6	2,1	2,0	2,8	2322
---	------	-----	-----	-----	-----	-----	------

1.3.4. Consulteren van nieuwsbronnen

1.3.4.1 Omschrijving

De vraag BRON 1 beschouwt de wijze waarop respondenten hun informatie halen uit de berichtgeving van verschillende (klassieke en meer moderne) nieuwsmedia. Hiervoor wordt de gemiddelde frequentie bevraagd waarmee de respondenten een aantal gangbare nieuwsbronnen hebben raadpleegden over een referentieperiode van zes maanden.

1.3.4.2 Vraagstelling

bron 1 Kan u aangeven hoe vaak u **de voorbije zes maanden** de volgende activiteiten heeft uitgevoerd?

	Niet	Een uitzonderlijke keer	Maandelijks	Meermaals per maand	Wekelijks	Meermaals per week	Dagelijks
1. Kijken naar televisieprogramma's met nieuws of actualiteit	1	2	3	4	5	6	7
2. Luisteren naar nieuws op de radio	1	2	3	4	5	6	7
3. Luisteren naar reportages en discussieprogramma's op de radio	1	2	3	4	5	6	7
4. Het nieuws lezen op teletekst	1	2	3	4	5	6	7
5. Een papieren krant lezen	1	2	3	4	5	6	7
6. Nieuwsberichten lezen of bekijken op een computer	1	2	3	4	5	6	7
7. Nieuwsberichten lezen of bekijken op een smartphone of tablet	1	2	3	4	5	6	7
8. Commentaren lezen van andere lezers onder een online nieuwsartikel	1	2	3	4	5	6	7
9. Nieuws vernemen via Facebook of Twitter	1	2	3	4	5	6	7
10. Personaliseerbare nieuwsapps gebruiken zoals Flipboard, Zite, Feedly of andere	1	2	3	4	5	6	7

11. Reageren op fora, nieuwssites	1	2	3	4	5	6	7
-----------------------------------	---	---	---	---	---	---	---

1.3.4.3 **Vraagverwoording**

Op basis van een lijst met daarin verschillende nieuwskanalen wordt aan de respondenten gevraagd om aan te geven of ze al dan niet en, zo ja, met welke gemiddelde frequentie gebruik maken van bepaalde nieuwsbronnen. In het kader van deze vraag wordt een referentieperiode gehanteerd van zes maanden, omdat sommige van de beschreven activiteiten onvoldoende voorvallen binnen een periode van slechts zes maanden, en omdat deze tijdspanne voldoende ruim is om een duidelijk onderscheid te maken tussen eerder sporadisch, occasioneel en frequent gebruik. De lijst bevat enerzijds een aantal meer klassieke kanalen zoals kranten en klassieke journaals en duidingsprogramma's van zowel radio als televisie. Daarnaast wordt gepeild naar een aantal meer actuele nieuwskanalen, zoals het gebruik van computer, smartphone of tablet voor het consulteren van nieuwsberichten. Vervolgens komt het lezen van commentaren en het gebruik van sociale media voor het vernemen van nieuws aan bod. Tenslotte wordt ook gevraagd of deze informatie soms op een gepersonaliseerde manier wordt geconsulteerd (aan de hand van personaliseerbare apps), en of de respondenten ook soms actief participeren op fora of nieuwssites.

Wat de frequentie van het raadplegen van deze bronnen betreft, kunnen de respondenten aangeven of ze in de afgelopen zes maanden wel of niet gebruik gemaakt hebben van een bepaalde bron om nieuwsfeiten te vernemen. De eerder incidentele gebruikers kunnen bij een bepaald nieuwskanaal aangeven dat ze er een zeldzame keer of maandelijks gebruik van hebben gemaakt tijdens de afgelopen zes maanden. De meer regelmatige gebruikers kunnen bij iedere nieuwsbron aangeven hoe vaak ze hiervan gebruik maakten, gaande van meermaals per maand tot dagelijks.

Literatuur

Lievens, J., Waeye, H., & de Meulemeester, H. (2006). *Cultuurkijker: Cultuurparticipatie gewikt en gewogen. Basisgegevens van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Antwerpen: De Boeck.

Tabel 0.8 Consulteren van nieuwsbronnen (bron 1)

	percentage							
	Niet	Een uitzonder lijke keer	Maandeli jks	Meermaa ls per maand	Wekelijks	Meermaa ls per week	Dagelijks	N
1. Kijken naar televisieprogramma's met nieuws of actualiteit	3,3	3	1,9	4,2	9,1	18,8	59,8	3948
2. Luisteren naar nieuws op de radio	14,7	4,5	1,5	2,6	5,3	12,6	58,9	3948
3. Luisteren naar reportages en discussieprogramma's	44,9	16,1	6	6,7	9,5	8,8	7,9	3945

op de radio								
4. Het nieuws lezen op teletekst	71,8	7,9	2,3	2,7	3,6	4,6	7,2	3948
5. Een papieren krant lezen	28,4	6,7	3,1	4,9	11,5	10,3	35,1	3947
6. Nieuwsberichten lezen of bekijken op een computer	41,1	6,7	2,8	4,1	7,4	10,8	27,1	3947
7. Nieuwsberichten lezen of bekijken op een smartphone of tablet	64,2	3,9	1,7	2,8	4,5	6,2	16,7	3946
8. Commentaren lezen van andere lezers onder een online nieuwsartikel	68,8	9,7	3,2	4,2	4,9	4,9	4,3	3947
9. Nieuws vernemen via Facebook of Twitter	61,5	4,2	1,7	3,1	5,1	7,2	17,1	3948
10. Personaliseerbare nieuwsapps gebruiken zoals Flipboard, Zite, Feedly of andere	95,2	1,3	0,6	0,5	0,8	0,7	0,8	3946
11. Reageren op fora, nieuwssites	92,8	3,8	1	0,8	0,7	0,6	0,3	3948

1.3.5. Algemene nieuwsinteresse

1.3.5.1 Omschrijving

De vraag NIEUWSINTERESSE verzoekt de respondenten een inschatting te maken van hoe belangrijk het voor hen is om op de hoogte te zijn van nieuws en actualiteit.

1.3.5.2 Vraagstelling

nwsntrss Hoe belangrijk is het voor u om op de hoogte te zijn van nieuws en actualiteiten?

Helemaal niet belangrijk			Neutraal			Heel belangrijk
1	2	3	4	5	6	7

1.3.5.3 Vraagverwoording

De wijze waarop de respondenten nieuws consumeren is zeer uiteenlopend. Een brede waaier van diverse nieuwskanalen staat voor gebruikers ter beschikking, verschillende dragers en media-toestellen, verschillende formats en bronnen. Om het profiel van de nieuwsgebruiker in te kunnen

schatten, is het belangrijk te weten hoeveel belang de nieuwsconsument hecht aan het op de hoogte zijn van de actualiteit, naast de verschillende types nieuwsinformatie die daarbij worden geconsulteerd en de gebruiksfrequentie van de verschillende nieuwsmedia. Aan de hand van een puntenschaal wordt aan de respondenten gevraagd een zelfinschatting te maken van hoe belangrijk het voor hen is om aan de hand van verschillende nieuwsinhouden geïnformeerd te zijn.

Literatuur

Lievens, J., Waeye, H., & de Meulemeester, H. (2006). *Cultuurkijker: Cultuurparticipatie gewikt en gewogen. Basisgegevens van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Antwerpen: De Boeck.

Tabel 0.9 Algemene nieuwsinteresse (NWSNTRSS)

Helemaal niet belangrijk			Neutraal			Heel belangrijk	N
2,4	1,5	2,7	14,3	16,9	27,6	34,6	3498

1.3.6. Interesse in specifieke journalistieke inhouden

1.3.6.1 Omschrijving

Vraag DO_Q1 peilt naar hoe geïnteresseerd de respondenten gemiddeld zijn in specifieke journalistieke inhouden. Daarvoor wordt de algemene interesse voor een aantal verschillende types nieuwsberichten bevestigd, los van de manier waarop de content wordt geconsulteerd.

1.3.6.2 Vraagstelling

DO_Q1 Over het algemeen gesproken en over alle media heen, hoe geïnteresseerd bent u in nieuwsberichten over ...?

	Helemaal niet geïnteresseerd	Niet geïnteresseerd	Tussen beide	Geïnteresseerd	Zeer geïnteresseerd
1. ... maatschappelijke kwesties (milieu, economie, integratie, onderwijs, gezondheidszorg)	1	2	3	4	5
2. ... filmsterren, mediapersoonen, royalty, sportsterren en andere beroemdheden uit binnen- en buitenland	1	2	3	4	5

3. ... politiek en politici (parlement, ministers, verkiezingen, politieke partijen, Europa)	1	2	3	4	5
4. ... sport	1	2	3	4	5
5. ... verhalen van gewone mensen en het alledaagse leven	1	2	3	4	5
6. ... criminaliteit, ongelukken, veiligheid op straat, rampen	1	2	3	4	5
7. ... muziek, film, theater en culturele activiteiten (verslagen, reviews)	1	2	3	4	5
8. ... mode, eten en uitgaansleven	1	2	3	4	5

1.3.6.3 Vraagverwoording

Los van de diverse dragers, toestellen en formaten die beschikbaar zijn voor het consumeren van nieuwsinhouden, wil deze vraag de gemiddelde interesse van de respondenten voor een aantal specifieke thema's in kaart brengen. Daarbij worden naast een aantal harde en in hoofdzaak informerende journalistieke thema's, ook een aantal zachte en eerder ontspannende thema's bevraagd. Enerzijds komen binnen- en buitenlandse politiek, binnen- en buitenlandse incidenten en maatschappelijk relevante thema's aan bod, anderzijds worden interesse in showbusinessnieuws, sport, human interest, cultuur en lifestyle-topics bevraagd. Aan de hand van een puntenschaal wordt aan de respondenten gevraagd om een inschatting te maken van hoe geïnteresseerd ze doorgaans in de opgelijste nieuwsitems zijn.

Literatuur

Lievens, J., Waege, H., & de Meulemeester, H. (2006). *Cultuurkijker: Cultuurparticipatie gewikt en gewogen. Basisgegevens van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Antwerpen: De Boeck.

Tabel 1.10 Interesse in specifieke journalistieke inhouden (DO_Q1)

	Helemaal niet geïnteresseerd	Niet geïnteresseerd	Tussen beide	Geïnteresseerd	Zeer geïnteresseerd	N
1. ... maatschappelijke kwesties (milieu, economie, integratie, onderwijs, gezondheidszorg)	6,9	7,2	29,2	40,8	16,0	3093

2. ... filmsterren, mediapersoonen, royalty, sportsterren en andere beroemdheden uit binnen- en buitenland	17,3	25,7	36,7	17,8	2,6	3031
3. ... politiek en politici (parlement, ministers, verkiezingen, politieke partijen, Europa)	16,1	21	30,3	25,3	7,4	3062
4. ... sport	13,4	19,3	28,4	24,2	14,7	2913
5. ... verhalen van gewone mensen en het alledaagse leven	5,7	11,6	36,3	38,1	8,2	3028
6. ... criminaliteit, ongelukken, veiligheid op straat, rampen	5,0	11,3	34,8	40,1	8,7	3031
7. ... muziek, film, theater en culturele activiteiten (verslagen, reviews)	11,4	20,4	37,2	25,7	5,3	3038
8. ... mode, eten en uitgaansleven	13,6	21,4	35,9	24,1	5,1	3074

1.3.7. Taak en inhoud van journalistiek

1.3.7.1 Omschrijving

Vraag DO_Q2 be vraagt het belang dat wordt gehecht aan een aantal eigenschappen die inherent zijn aan het beroep van journalist. De vraag peilt naar de wijze waarop de verschillende aspecten van het beroep door de respondenten in minder of meerdere mate belangrijk worden geacht.

1.3.7.2 Vraagstelling

DO_Q2 Het werk van journalisten omvat verschillende aspecten. Geef voor elk daarvan aan hoe belangrijk u dit vindt.

	Helemaal niet belangrijk	Niet belangrijk	Tussen beide	Belangrijk	Zeer belangrijk
1. Informatie zo snel mogelijk verspreiden	1	2	3	4	5
2. Het nieuws op een begrijpelijke manier presenteren	1	2	3	4	5
3. Analyse en duiding verschaffen bij complexe problemen	1	2	3	4	5

4. Een oplossing aanreiken voor maatschappelijke problemen	1	2	3	4	5
5. Ontspanning bieden	1	2	3	4	5
6. De machthebbers controleren en ter verantwoording roepen	1	2	3	4	5
7. Signaleren van nieuwe trends en ideeën	1	2	3	4	5
8. Mensen een forum bieden om hun mening te uiten	1	2	3	4	5
9. Mensen aanzetten tot actie en participatie	1	2	3	4	5
10. Antwoorden op reacties of mail van kijkers en lezers	1	2	3	4	5

1.3.7.3 *Vraagverwoording*

Tal van verschillende vereisten kunnen in verband worden gebracht met het beroep van journalist. Binnen de hoofddoelstelling van het beroep – zijnde de nieuwsgebruiker van relevante informatie voorzien – kunnen verschillende (soms enigszins conflicterende) facetten worden ontwaard. Deze vraag peilt naar de mate waarin deze verschillende aspecten van belang zijn voor de nieuwsgebruiker. Aan de hand van een puntenschaal wordt aan de respondenten gevraagd om een inschatting te maken van hoe belangrijk ze de opgelijste aspecten voor het beroep van journalist vinden.

Een eerste aspect dat bepalend is voor de nieuws waarde van een item, is de snelheid waarmee de journalist de betreffende informatie bij de consument kan krijgen (samengevat in de items "informatie zo snel mogelijk verspreiden" of "signaleren van nieuwe trends en ideeën"), wars van het medium dat daarvoor wordt aangewend. Een tweede element waar binnen het journalistieke bestel belang aan gehecht kan worden, is het vermogen om een bepaalde problematiek exhaustief en analytisch te benaderen met de nodige aandacht voor duiding en interpretatie (bijvoorbeeld "analyse en duiding verschaffen bij complexe problemen" en "een oplossing aanreiken voor maatschappelijke problemen"). Een derde facet dat in deze context niet uit het oog mag worden verloren is de gebeurtenissen te verklaren op een dergelijke wijze dat het begrijpelijk is voor het bredere publiek (vervat in "het nieuws op een begrijpelijke manier presenteren"). Een vierde kerntaak van de journalist is de berichtgeving op een wervende, soms zelfs mobiliserende manier te brengen (bijvoorbeeld "de machthebbers controleren en ter verantwoording roepen" en "mensen aanzetten tot actie en participatie"). Een vijfde element dat met deze vraag in kaart wordt gebracht is het schenken van aandacht aan de publieke opinie (bijvoorbeeld "antwoorden op reacties of mail van kijkers en lezers" of "mensen een forum bieden om hun mening te uiten"). Een zesde en laatste facet waar met deze vraag naar wordt gepeild, is het belang dat aan ontspanningswaarde wordt gehecht.

Literatuur

Lievens, J., Waege, H., & de Meulemeester, H. (2006). *Cultuurkijker: Cultuurparticipatie gewikt en gewogen. Basisgegevens van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Antwerpen: De Boeck.

Tabel 1.11 Taak en inhoud van journalistiek (DO_Q2)

	Helemaal niet belangrijk	Niet belangrijk	Tussen beide	Belangrijk	Zeer belangrijk	N
1. Informatie zo snel mogelijk verspreiden	2,8	6,3	24,0	50,9	16,1	3067
2. Het nieuws op een begrijpelijke manier presenteren	1,5	2,2	10,9	49,7	35,7	3079
3. Analyse en duiding verschaffen bij complexe problemen	2,6	5,5	19,9	47,7	24,3	3036
4. Een oplossing aanreiken voor maatschappelijke problemen	4,4	14,4	35,6	35,6	10,0	3052
5. Ontspanning bieden	5,7	16,4	38,6	31,9	7,3	3039
6. De machthebbers controleren en ter verantwoording roepen	5,9	11,7	29,1	32,8	20,5	3039
7. Signaleren van nieuwe trends en ideeën	5,1	13,7	39,0	36,2	6,0	3044
8. Mensen een forum bieden om hun mening te uiten	7,0	17,5	35,7	32,0	7,8	3042
9. Mensen aanzetten tot actie en participatie	7,9	19,0	42,2	25,9	5,0	3022
10. Antwoorden op reacties of mail van kijkers en lezers	10,9	23,1	37,8	23,7	4,6	3058

1.3.8. Opinie over journalistieke deontologie

1.3.8.1 Omschrijving

Vraag DO_Q3 peilt naar de meningen die er bestaan rond een aantal aspecten van het beroep van journalist en de journalistieke deontologie.

1.3.8.2 *Vraagstelling*

DO_Q3 In welke mate bent u het eens of oneens met de volgende stellingen? Mijn indruk is dat Vlaamse journalisten over het algemeen ...

	Helemaal oneens	Oneens	Tussen beide	Eens	Helemaal eens
1. ... te vertrouwen zijn	1	2	3	4	5
2. ... mij goed informeren over wat er in de samenleving gebeurt	1	2	3	4	5
3. ... belangrijke informatie achterhouden	1	2	3	4	5
4. ... de feiten correct weergeven	1	2	3	4	5
5. ... vooral sensatie beogen	1	2	3	4	5
6. ... feiten en eigen mening strikt scheiden	1	2	3	4	5
7. ... verschillende opvattingen in de samenleving zo volledig mogelijk aan bod laten komen	1	2	3	4	5
8. ... goede informatie geven over de standpunten die politieke partijen in het Vlaamse en federale Parlement innemen	1	2	3	4	5
9. ... voldoende aandacht besteden aan het buitenland in hun berichtgeving	1	2	3	4	5
10. ... over de echt belangrijke maatschappelijke problemen in ons land berichten	1	2	3	4	5
11. ... fouten in nieuwsberichten openlijk toegeven aan hun lezers, kijkers en luisteraars	1	2	3	4	5
12. ... gewone mensen aan het woord laten	1	2	3	4	5
13. ... ingaan op klachten van lezers, kijkers en luisteraars	1	2	3	4	5

1.3.8.3 *Vraagverwoording*

Zoals ook uit de vorige vraag is gebleken, kunnen verschillende opvattingen bestaan over welke de belangrijkste kerntaken zijn die het journalistenberoep precies behelst. Waar de vorige vraag eerder

op een theoretisch niveau het belang dat daar door de respondenten aan wordt gehecht in kaart poogt te brengen, peilt deze vraag uit de drop-off vragenlijst daar op een meer praktisch niveau naar. De respondenten worden geconfronteerd met een aantal stellingen. Aan de respondenten wordt gevraagd een inschatting te maken over de gepercipiëerde kwaliteit van de Vlaamse journalistiek, die met behulp van een puntenschaal een beeld geeft van de mate waarin ze het met de opgelijste stellingen eens of oneens zijn.

Daarbij wordt gepeild naar het vertrouwen dat in journalisten wordt gesteld, alsook de mate waarin op een correcte en volledige manier over nieuwsitems verslag wordt uitgebracht. Daarnaast wordt bij de respondenten gevraagd in welke mate Vlaamse journalisten als sensatiebelust worden bestempeld, en in welke mate opinie en feiten gescheiden worden gehouden. Vervolgens wordt gepeild naar de mate waarin de respondenten vinden dat journalisten alle geluiden en standpunten uit zowel de samenleving als de politiek laten horen, en aandacht hebben voor binnenlandse problemen enerzijds, maar ook voor buitenlandse verslaggeving anderzijds. Tenslotte worden een aantal stellingen aangeboden over het rechtzetten van fouten in de berichtgeving, het omgaan met de vox populi, en het adresseren van eventuele ongenoegens van lezers, kijkers en luisteraars.

Literatuur

Lievens, J., Waeye, H., & de Meulemeester, H. (2006). *Cultuurkijker: Cultuurparticipatie gewikt en gewogen. Basisgegevens van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Antwerpen: De Boeck.

Tabel 1.12 **Opinie over journalistieke deontologie (DO_3)**

	Helemaal oneens	Oneens	Tussen beide	Eens	Helemaal eens	N
1. ... te vertrouwen zijn	2,1	9,2	45,3	39,2	4,2	3057
2. ... mij goed informeren over wat er in de samenleving gebeurt	1,2	5,0	35,7	52,1	5,9	3046
3. ... belangrijke informatie achterhouden	6,8	36,8	40,7	13,0	2,7	2986
4. ... de feiten correct weergeven	2,1	9,8	45,3	37,8	4,9	3030
5. ... vooral sensatie beogen	4,1	17,8	40,4	29,7	8,0	2992
6. ... feiten en eigen mening strikt scheiden	2,9	13,5	48,5	29,6	5,6	3009
7. ... verschillende opvattingen in de samenleving zo volledig mogelijk aan bod laten komen	1,6	10,8	48,5	35,2	3,8	3014

8. ... goede informatie geven over de standpunten die politieke partijen in het Vlaamse en federale Parlement innemen	3,2	8,6	43,8	38,7	5,8	3022
9. ... voldoende aandacht besteden aan het buitenland in hun berichtgeving	2,1	8,1	34,8	49,3	5,7	3011
10. ... over de echt belangrijke maatschappelijke problemen in ons land berichten	2,2	9,4	38,8	42,3	7,2	3026
11. ... fouten in nieuwsberichten openlijk toegeven aan hun lezers, kijkers en luisteraars	5,7	23,4	42,0	21,4	7,5	3014
12. ... gewone mensen aan het woord laten	2,3	13,3	44,6	32,4	7,5	3045
13. ... ingaan op klachten van lezers, kijkers en luisteraars	4,7	19,8	50,7	19,2	5,6	3028