



UNIVERSITY OF AMSTERDAM

## UvA-DARE (Digital Academic Repository)

### Following the news: Patterns of online and offline news consumption

Trilling, D.C.

**Publication date**  
2013

[Link to publication](#)

#### **Citation for published version (APA):**

Trilling, D. C. (2013). *Following the news: Patterns of online and offline news consumption*.

#### **General rights**

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

#### **Disclaimer/Complaints regulations**

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

## **Nederlandse samenvatting**



## Nederlandse samenvatting

Nieuwsgebruik speelt een belangrijke rol in een democratie. Het wordt beschouwd als een cruciale voorwaarde voor het ontstaan van een publiek debat. Vanuit dit perspectief is een publiek dat regelmatig het nieuws volgt onmisbaar.

Maar het is allang niet meer vanzelfsprekend dat in ieder huishouden eens per dag de krant op de deurmat ploft, en ook het achtuurjournaal heeft geen monopolie meer op de actuele nieuwsvoorziening. Hoewel offline-media nog steeds een belangrijke rol spelen, hebben online-kanalen functies van hen overgenomen. Mensen volgen nieuwssites zoals nu.nl om continu op de hoogte te blijven van het laatste nieuws, en ook sites als geenstijl.nl, die zich qua toon, inhoud en roloppvattingen duidelijk onderscheiden van klassieke nieuwsmedia, maken deel uit van nieuwsconsumptiepatronen van de bevolking.

Deze ontwikkelingen hebben tot grote zorg geleid. Er wordt vaak betoogd dat in een medialandschap met een overdaad aan keuzemogelijkheden mensen geneigd zouden kunnen zijn om zich alleen aan informatie bloot te stellen die met hun interesses, opvattingen en meningen overeenkomt. Met andere woorden: wie vooral geïnteresseerd is in sport en de laatste misstappen van BN'ers zal op zijn zoektocht naar nieuws economische en politieke onderwerpen zoveel mogelijk proberen te vermijden. En wie wel in politiek is geïnteresseerd maar rechtse opvattingen erop nahoudt, zou vooral rechtse blogs lezen en linkse media vermijden.

Dit selectief gedrag wordt verklaard met de processen *selectieve blootstelling* en *selectief vermijden*. Onder selectieve blootstelling wordt verstaan dat mensen geneigd zijn om zich eerder aan informatie bloot te stellen waarmee ze het bij voorbaat al eens zijn – met andere woorden, om informatie op te zoeken die hun meningen bevestigt. Selectief vermijden gaat zelfs nog een stapje verder: mensen zouden niet alleen vooral informatie consumeren die met hun eigen mening overeenkomt, maar zouden daarnaast ook actief informatie ontwijken die in strijd is met hun opvattingen.

Vanuit democratisch oogpunt is het volgens de meesten echter wenselijk dat zo veel mogelijk mensen op de hoogte zijn van een gemeenschappelijke, gedeelde set van onderwerpen en geconfronteerd wordt met verschillende meningen. Immers, in een ideale samenleving zouden – althans in theorie – burgers met elkaar in gesprek gaan over de belangrijkste politieke kwesties en zodoende weloverwogen beslissingen kunnen nemen. Een situatie waarin de aandacht van het publiek verspreid is over een groot aantal nieuwsaanbieders

met slechts een klein bereik en een zeer specialistisch aanbod (*fragmentatie*), zou als gevolg hebben dat publiek debat nauwelijks kan plaatsvinden.

Veel onderzoek naar fragmentatie, selectieve blootstelling en selectief vermijden is uitgevoerd in de VS – een land met een tweepartijensysteem en een medialandschap dat eveneens mede gekenmerkt is door een aantal belangrijke media wier politieke oriëntatie duidelijk met één van deze twee partijen overeenkomt. In Europese landen met een meerpartijensysteem en een belangrijke rol voor de publieke omroep, is het echter niet vanzelfsprekend dat de in de VS geconstateerde effecten ook optreden.

Uit dit proefschrift blijkt dan ook dat in de twee onderzochte landen, Nederland en Oostenrijk, nauwelijks sprake is van fragmentatie: mainstream media blijven behoren tot de kern van individuele nieuwsconsumptiepatronen. Bovendien blijkt dat er vraagtekens kunnen worden geplaatst bij de veronderstelde strikt rationele selectiviteit die vaak wordt verondersteld als het gaat om nieuwskeuzes.

In hoofdstuk 1 worden de hierboven uiteengezette theoretische benaderingen en aannames omtrent mediagebruikspatronen, selectiviteit en fragmentatie uitgelegd, om hen in de daaropvolgende hoofdstukken empirisch te toetsen.

In hoofdstuk 2 wordt een aantal factoren onderzocht die de mate van nieuwsgebruik kunnen beïnvloeden. Op basis van een vragenlijstonderzoek onder 1954 Nederlanders wordt aangetoond dat factoren zoals politieke betrokkenheid over het algemeen meer invloed hebben op het gebruik van offline nieuwsmedia dan op het gebruik van online nieuwsmedia. Dit resultaat is in tegenspraak met het eerder genoemde argument dat mensen vanwege het hogere aantal keuzemogelijkheden zich online selectiever zouden gedragen. Waarschijnlijk is de drempel om online nieuws te consumeren zó laag, dat zelfs mensen met een zwakke motivatie het nieuws te volgen toch – zij het slechts af en toe – met nieuwssites geconfronteerd zijn, terwijl de drempel om een krant te kopen of precies om acht uur het journaal te bekijken hoger ligt.

In hoofdstuk 3 wordt op basis van dezelfde data geanalyseerd hoe het gebruik van specifieke nieuwsmedia gecombineerd wordt. Opvallend is vooral de grote mate van overlap: Zelfs mensen die bijvoorbeeld veel, en deels ook heel specifieke, online-bronnen gebruiken, zijn regelmatige gebruikers van (mainstream) offline-media. Ook het lezen van zowel de printeditie als de online-versie van een krant blijkt een veel voorkomend patroon. Het combineren van een redelijk groot aantal verschillende media is vooral populair om op die manier een breed overzicht over het nieuws te krijgen. Voor *breaking news*,

maar ook voor uitgebreide achtergrondinformatie, blijken mensen over een minder breed repertoire te beschikken.

In hoofdstuk 4 worden de bevindingen van hoofdstuk 2 en 3 in een ander land, Oostenrijk, getoetst. Ook hier is een vragenlijstonderzoek gehouden, dit keer onder 2829 respondenten. Veel bevindingen kwamen overeen met de resultaten uit het onderzoek dat in Nederland werd uitgevoerd. Ook in Oostenrijk bestaan vergelijkbare mediarepertoires, en ook in Oostenrijk spelen vergelijkbare factoren een rol bij de mediakeuze. Maar daarnaast zijn er ook drie duidelijke verschillen te bekennen. Ten eerste bestaat er een mediagebruikspatroon dat vooral gekenmerkt is door het lezen van de boulevardkrant *Krone*, iets wat – bij gebrek aan een echte boulevardkrant – in Nederland niet het geval is. Ten tweede is er een belangrijke rol weggelegd voor lokale media. Ten derde wordt aangetoond dat politieke opvattingen nauwelijks van invloed zijn op de keuze voor een van de Oostenrijkse mediarepertoires. *Structurele* factoren – zoals de woonplaats – zijn dus veel belangrijker zijn voor mediakeuzes dan persoonlijke gebruikerskenmerken.

Om de achterliggende mechanismen van selectieve mediakeuzes te onderzoeken, wordt in hoofdstuk 5 een selectie van Oostenrijkse nieuwssites door middel van een inhoudsanalyse onderzocht. In combinatie met de surveyresultaten uit hoofdstuk 4 wordt vervolgens gekeken in hoeverre inhoudskenmerken van het media-aanbod met de interesses en opvattingen van de gebruikers overeenkomen. Het blijkt dat er ondanks de inhoudelijke verschillen tussen de sites nauwelijks verbanden kunnen worden vastgesteld tussen publieksinteresses en de daadwerkelijke inhoud. Met andere woorden: Mensen die zeer geïnteresseerd zijn in onderwerp A zijn misschien geneigd om een nieuwssite vaak te bezoeken die veel aandacht aan A besteedt, maar ze gebruiken óók nieuwssites die dit niet doen. Zodoende wordt nagenoeg iedereen met een breed scala aan onderwerpen en meningen geconfronteerd.

In hoofdstuk 6 worden de belangrijkste implicaties van het proefschrift besproken. De resultaten duiden erop dat op eerste gezicht plausibele veronderstellingen over selectief nieuwsgerbuik slechts in beperkte mate van toepassing zijn op de Europese nieuwsconsument. Deze consument blijkt veel minder selectief dan pessimisten vrezen en nog steeds geïnteresseerd in een breed scala aan onderwerpen en verschillende media, online en offline.