



## UvA-DARE (Digital Academic Repository)

### Het nieuwe media-aanbod: een gevaar voor de democratie?

Schönbach, K.; de Waal, E.

**Publication date**

2011

**Document Version**

Author accepted manuscript

[Link to publication](#)

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

Schönbach, K., & de Waal, E. (2011). *Het nieuwe media-aanbod: een gevaar voor de democratie?* (Studies voor het Stimuleringsfonds voor de Pers; No. S34). AMB.

**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.

HET NIEUWE MEDIA-AANBOD –  
EEN GEVAAR VOOR DE DEMOCRATIE?



# HET NIEUWE MEDIA-AANBOD – EEN GEVAAR VOOR DE DEMOCRATIE?

KLAUS SCHÖNBACH & ESTER DE WAAL

2011

**AMB**

Diemen



STIMULERINGSFONDS VOOR DE PERS

ISBN 97890 797 ???

© 2011, ???

Niets van deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Lay-out: Hanneke Kossen, Amsterdam

AMB Uitgeverij – Postbus 7 – 1110 AA DIEMEN // [www.amb-press.nl](http://www.amb-press.nl) // [info.amb@xs4all.nl](mailto:info.amb@xs4all.nl)

# INHOUDSOPGAVE

WOORD VOORAF	vii
1 HET NIEUWE MEDIA-AANBOD – EEN GEVAAR VOOR DE DEMOCRATIE?	1
De democratie heeft geïnformeerde burgers nodig	1
Zijn er nog burgers met overzichtskennis van maatschappelijk relevante actualiteiten?	2
Onderzoeksvragen	3
2 HET ONDERZOEK	5
Design van het onderzoek	5
3 RESULTATEN	7
Is er behoefte aan overzichtsinformatie?	7
Algemeen mediagebruik	7
Gebruik van verschillende mediumtypen	7
Gebruik van specifieke mediumtitels	8
Veelgebruikers vs. weiniggebruikers	10
Conclusie	11
Wie heeft behoefte aan overzichtsinformatie?	12
‘Overzichtzoekers’ vs. ‘overzichtmijders’	12
Invloeden op het gebruik van verschillende mediumtypen voor Overzichtsinformatie	14
> <i>Sekse</i>	18
> <i>Leeftijd</i>	18
> <i>Opleiding</i>	18

> Diversiteit interessegebieden	18
> Burgerplicht: geïnformeerd zijn	19
> Internetvaardigheid	19
> Mediagebruik überhaupt	19
Conclusie	19
Is er behoefte aan achtergrondinformatie?	20
Algemeen mediagebruik	20
Gebruik van verschillende mediumtypen	21
Gebruik van specifieke mediumtitels	22
Veelgebruikers vs. weiniggebruikers	22
Conclusie	24
Wie heeft behoefte aan achtergrondinformatie?	25
‘Achtergrondzoekers’ vs. ‘achtergrondmijders’	25
Invloeden op het gebruik van verschillende mediumtypen voor achtergrondinformatie	26
> Sekse	29
> Leeftijd	29
> Opleiding	32
> Interesse	32
> Burgerplicht	32
> Internetvaardigheid	32
> Mediagebruik in het algemeen	32
> Mediagebruik specifiek t.b.v. een overzicht	33
Conclusie	33
Intensiteit & diversiteit van mediagebruik in het algemeen: Indirecte voorspellers van mediagebruik t.b.v. overzichts- en achtergrondinformatie?	34
Invloeden op de intensiteit van nieuwsmediagebruik	34
Invloeden op de diversiteit van nieuwsmediagebruik	35
4 CONCLUSIE	37
LITERATUUR	43

## WOORD VOORAF

Met de positie die het internet de afgelopen twee decennia in het (nieuws)media landschap heeft verworven, is de toegang tot en het aanbod van informatie vrijwel onbeperkt geworden. Uit onderzoek is gebleken dat het ongekeerde aanbod ertoe kan leiden dat burgers maatschappelijk relevante informatie ontwijken en menigeen vreest dat daarmee het functioneren van de democratie in het geding komt. Hoe verspreid een dergelijk vermijdingsgedrag daadwerkelijk is in Nederland, staat centraal in deze studie. Daarnaast biedt dit onderzoek inzicht in wie welke nieuwsbronnen gebruikt om zich te informeren en met welk doel: om een overzicht te krijgen van wat er speelt in de wereld en/of om geïnformeerd te worden over achtergronden bij actualiteiten? De studie is representatief voor de Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder en uitgevoerd met steun van het Stimuleringsfonds voor de Pers. De belangrijkste bevindingen zijn:

Het vermijden van een overzicht van actualiteiten en achtergrondinformatie over wat er speelt in de maatschappij is geen massafenomeen.

Televisie en traditionele landelijke dagbladen zijn nog steeds de meest belangrijke bronnen in de informatievoorziening, zowel wat betreft het verschaffen van een overzicht van als achtergrondinformatie bij actualiteiten. Gratis dagbladen en nieuwssites spelen met hun veelal grote bereik ook een relevante rol voor overzichts-informatie, maar voor achtergrondinformatie zijn het geen beduidende bronnen.

Ouderen en hoger opgeleiden vertrouwen doorgaans meer op traditionele nieuwsmedia: betaalde landelijke dagbladen en tv-nieuws en actualiteitenuitzendingen van de publieke omroep voor zowel overzichts- als achtergrondinformatie en het radionieuws voor een overzicht van actualiteiten. Jongeren neigen meer dan anderen naar nieuwe en interactieve media voor informatie over



wat er in de wereld speelt. Hier zijn nieuws-sites als nu.nl, teletekst en gratis kranten van belang. Lager opgeleiden tot slot, halen meer dan anderen informatie van tv-nieuws en actualiteitenprogramma's van de commerciële omroep – of het nu overzichtsinformatie of achtergronden betreft. Ondanks deze verschillen is er echter (nog) geen sprake van een duidelijk gefragmenteerd publiek.

Het internetgebruik, inclusief e-mailen, surfen of welke toepassing dan ook, kan weliswaar een katalysator zijn van het gebruik van nieuwsbronnen online, maar ook van andere, traditionele nieuwsmedia voor overzichts- en achtergrondinformatie. Het internet is daarmee in staat om (indirect) mensen te confronteren maatschappelijk informatie die verder reikt dan hun initiële, persoonlijke belangstelling.

## HOOFDSTUK 1

# HET NIEUWE MEDIA-AANBOD – EEN GEVAAR VOOR DE DEMOCRATIE?

## De democratie heeft geïnformeerde burgers nodig

Het media-aanbod van de laatste twee decennia laat voor het eerst, na meer dan 100 jaar, weer een gevaar opdoemen dat voor eens en altijd verbannen leek: dat een groot aantal burgers *niet* geïnformeerd is over openbare aangelegenheden, geen idee heeft wat er speelt in de politiek, in de cultuur en de wetenschap en dus ook niet kan meepraten over wat er speelt in de samenleving. Wordt daardoor ook de democratie niet in het nauw gebracht? De democratie heeft immers burgers nodig die participeren in het publieke discours (Habermas, 1962, 2006) en tenminste enigermate op de hoogte zijn van politiek relevante onderwerpen (Ferree, Gamson, Gerhards & Rucht, 2002; Strömbäck, 2005). Bovendien is gemeenschappelijke kennis van culturele gebeurtenissen van belang voor de identiteit van de burgers en een gevoel van saamhorigheid.

Tot laat in de 19e eeuw was het nog de schaarste van het informatieaanbod die velen belette om aan het publieke discours deel te nemen. De weinige maatschappelijke informatie die wel beschikbaar was drong vaak niet door tot het brede publiek. Kranten of tijdschriften waren te duur of vergden leesvaardigheden die een slecht opgeleide bevolking niet bezat.

Aan het begin 21e eeuw is het net andersom: iedereen kan uit een ongekend aantal bronnen putten zonder belemmerd te worden door kosten of een te lage opleiding. En toch vrezen kritische waarnemers dat juist het massale aanbod en de toegankelijkheid van informatie worden gebruikt om informatie van algemeen belang systematisch te omzeilen (Sunstein, 2001, 2007).

Traditionele mediabronnen zoals kranten, weekbladen, radio- en televisienieuws informeren vaak haast automatisch op een universele manier over politiek, cultuur en wetenschap, en natuurlijk ook over sport en bekende Nederlanders. Maar vandaag de dag

zijn we niet meer aangewezen op deze informatiebronnen, want er bestaan veel meer en vooral veel meer *gespecialiseerde* media-outlets dan ooit: een keur aan televisie- en radiozenders, maar ook tijdschriften en uiteraard de miljoenen sites op het internet.

Het 'research-' of 'pull'-karakter van veel nieuwe outlets draagt er aan bij dat mensen niet meer geconfronteerd worden met informatie waar ze zelf niet naar op zoek waren. Het internet is immers uitermate geschikt om informatie af te stemmen op individuele behoeften. Het gevaar dreigt dat men door deze mogelijkheid tot 'customization' van de inhoud (d'Haens, Jankowski & Heuvelman, 2004) niet meer attent gemaakt wordt op andere informatie. M.a.w., wie zich alleen met de eredivisie bezig wil houden, aldus de angst van de critici, kan dat heel gemakkelijk doen zonder de kans te worden geconfronteerd met andere onderwerpen die in de maatschappij spelen. Het huidige media-aanbod maakt het eenvoudig om, desgewenst, informatie over politiek of andere 'public affairs' desgewenst volledig te vermijden (Prior, 2007).

### **Zijn er nog burgers met overzichtskennis van maatschappelijk relevante actualiteiten?**

Het vermijdingsgedrag waar de critici van het nieuwe media-aanbod voor vrezen lijkt inderdaad te gebeuren. Zo blijkt uit wetenschappelijk onderzoek in de vs dat hoe meer televisiekanalen iemand ter beschikking heeft hoe groter de kans is dat die alleen maar op entertainment worden afgestemd (Prior, 2007). In Nederland werd vastgesteld dat mensen die vooral online-kranten als informatiebron gebruiken minder actuele maatschappelijke onderwerpen paraat hebben dan lezers van traditionele kranten. Een verklaring kan zijn dat men bij online-kranten veel rigoureuzer dan bij papieren kranten kan bepalen wat men überhaupt ter kennis wil nemen, door direct naar thema's en/of onderwerpen van persoonlijke voorkeur te navigeren (Schoenbach, de Waal & Lauf, 2005; de Waal & Schoenbach, 2005, 2008).

Daarom is zeker begrijpelijk dat er wordt voorgesteld om bijvoorbeeld informatie over politiek min of meer 'verborgen' onder te brengen in outlets die daar op zich niet over gaan. Sunstein (2001) eist bijv. zelfs een *must-carry*-regeling die ervoor zorgt dat ook sportsites op het internet actuele politieke informatie moeten bieden. Of dat praatpro-

gramma's op televisie ook worden gebruikt om politici een kans te geven hun boodschap onder een publiek te brengen dat bij documentaires afhaakt (Baum, 2005). Er wordt dus gevreesd dat burgers in het nieuwe medialandschap meer dan ooit moeten worden 'overvallen' met informatie die ze anders zouden weigeren.

Zo'n 'trap-idee' is al oud (bijv. Blumler, 1970), maar het gold nog niet zo lang geleden alleen voor de kleine groep van mensen die totaal niet geïnteresseerd was in wat er in de maatschappij speelde. Men nam aan dat deze groep vooral door de televisie te bereiken was (Blumler, 1970; Schoenbach & Lauf, 2002). Maar nu leeft er de angst dat er eigenlijk géén medium meer in staat is ongeïnteresseerde burgers te 'overvallen' (Schoenbach & Lauf, 2004). Immers, de mediabronnen die daartoe geschikt zijn, zoals kranten en televisie-nieuws, worden van steeds minder belang.

Is dit het einde van de breed geïnformeerde burger? Of in ieder geval van de burger die een overzicht had van wat er in de maatschappij speelde – ook al vond hij eigenlijk alleen sport en popsterren interessant? Want het nieuws in het toenmalige beperkte aanbod van televisiezenders, hun documentaires en informatieprogramma's, in de kranten en weekbladen zorgde er wel voor dat de mees-

ten te horen kregen dat er behalve de Olympische Spelen ook nog een debat over de hypothekrenteaftrek plaatsvond of dat er ruzie in de PvdA-fractie van de Tweede Kamer was. ... *Tempi passati?*

### Onderzoeksvragen

Hoewel vermijdingsgedrag van maatschappelijk relevante informatie een serieus gevaar voor de democratie is, bleven tot dusverre drie belangrijke vragen onbeantwoord.

*Ten eerste*, is het vermijden van alle informatie die niet over mijn hoogstpersoonlijke hobby's gaat echt een algemeen verschijnsel? Of is het maar een kleine groep die – nu het mogelijk is – geen overzicht van wat er in de maatschappij speelt (meer) tot zich neemt, echt niet weten wil wat links en rechts van hun stokpaardje gebeurt?

Deze twijfels ontstaan omdat er naast het sceptische kamp ook een optimistische visie van het gebruik van het nieuwe media-aanbod is. Die gaat ervan uit dat mensen sociale wezens zijn die wel willen weten wat voor anderen belangrijk is, die wel op de hoogte gehouden willen worden van wat er in de maatschappij speelt (Schoenbach, 2007) – ook al vinden ze veel daarvan niet zo razend inte-

ressant. Immers: dat bijvoorbeeld het wereldkampioenschap voetbal plaatsvindt wil zelfs de elitaire intellectueel niet negeren en andersom is ook de sportfan nog wel geïnteresseerd in de formatie van het kabinet.

*Ten tweede*, zou het natuurlijk kunnen dat er wel interesse is in overzichtsinformatie over actuele ontwikkelingen in de maatschappij, maar dat die behoefte niet meer door kranten, tijdschriften en de televisie wordt vervuld. Maar door welke bronnen dan? Is het echt zo dat – zoals men in de jaren negentig begon te hopen (Gillmor, 2004) – de burgers hun informatie over alles wat er actueel in de wereld gebeurt gewoon zelf samenstellen uit de vele bronnen die ze nu hebben? En hebben – en nemen – ze daar de tijd voor (Schoenbach, 2005)? Of vertrouwen ze wel nog op een extern ‘zoekalgoritme’ (Neuberger, 2002) voor de selectie van wat ze zouden moeten weten over de maatschappij?

Deze externe voorselectie wordt in de traditionele media aangeboden door experts, professionele journalisten. Maar hoe belangrijk zijn journalisten nog als autoriteit? En voor wie zijn ze nog belangrijk – alleen maar voor ouderen, voor intellectuelen? En waarvoor, voor het signaleren van actualiteiten, voor het verslaan van achtergrondinformatie? Hoe belangrijk zijn journalisten nog als *gate-*

*keeper*. Bepalen zij nog welke onderwerpen nieuwswaardig zijn? Of wordt het aanbod aan actuele overzichtsinformatie nu samengesteld door ‘zwermintelligentie’, uitgedrukt in *clickrates*: als zoveel mensen het belangrijk vinden, moet ik het ook weten? Of zijn het ‘charismatische’ figuren die nu bepalen wat wordt geaccepteerd als informatie, ook al ben ik er eigenlijk niet in geïnteresseerd, zoals bekende bloggers, filmsterren, sommige politici?

*Tot slot*, wordt er misschien een verschil gemaakt tussen de autoriteiten als het gaat om feitelijke en actuele informatie aan de ene kant, en om opinie en context aan de andere kant? Worden bijv. internetbronnen gebruikt voor snelle, actuele kennisname en de traditionele media voor de inbedding van feiten (zie ook De Waal & Schoenbach, 2008)?

## HOOFDSTUK 2

## HET ONDERZOEK

**Design van het onderzoek**

Om de onderzoeksvragen te beantwoorden is een online survey uitgevoerd, representatief voor de Nederlandse bevolking onder ruim 2.130 Nederlanders van 13 jaar en ouder met internettoegang. Zij zijn geselecteerd uit de TNS NIPObase – bestaande uit 200.000 respondenten – en zijn representatief wat betreft geslacht, leeftijd, opleiding, sociale klasse, huishoudgrootte en provincie.

Voorafgaand aan het onderzoek heeft er een *pilot* plaatsgevonden en is de vragenlijst getest onder respondenten uit TNS NIPObase en studenten van de UvA.

In de survey zijn vragen opgenomen over:

- *Mediagebruik*. Het gebruik van oude en nieuwe bronnen voor informatie en opinie is gemeten in termen van frequentie: het aantal dagen dat men in een gewone week verschillende nieuwsmedia gebruikt. Gemeten is het gebruik van landelijke betaalde en gratis dag-

bladen alsmede regionale dagbladen, nieuwsuitzendingen en actualiteitenprogramma's op televisie, nieuwssites, het gebruik van teletext, het radionieuws en opiniebladen.

- *Gebruiksmotieven*. Voor alle gemeten nieuwsbronnen zijn ook de gebruiksmotieven gemeten, waarvan er twee in het bijzonder van belang zijn voor de vorming van de publieke agenda: het verkrijgen van een overzicht van en achtergrondinformatie bij actualiteiten. Aan de respondenten is gevraagd per nieuwsbron aan te geven of ze deze gebruiken omdat het een overzicht biedt over wat er in de wereld speelt dan wel omdat het achtergrondinformatie of opinie geeft.

- *Belangstelling* voor verschillende gebieden van 'public affairs' is gemeten door te vragen in hoeverre men nieuws over de volgende onderwerpen volgt: economie en financiën; criminaliteit, misdaad en justitie; gezondheidszorg; natuur en milieu; ruimtelijke ordening en verkeer; Onderwijs; Politieke partijen en verkiezingen; Defensie; Binnenlandse veilig-

heid; Buitenlandse of internationale betrekkingen en samenwerking; integratie; sociale zaken; sport; theater, films, muziek en literatuur; showbizz; wetenschap.

- *Sociaaldemografische kenmerken* die standaard in een 'omnibus-survey' zijn opgenomen zoals leeftijd en opleiding.
- Maar ook andere *persoonlijke kenmerken* die van invloed kunnen zijn op de behoefte aan overzichtsinformatie en de daartoe gebruikte nieuwsbron, zoals nieuwsgierigheid, intro- of extraversie, voorkeur voor informatie of entertainment, de behoefte aan cognitief uitdagende taken, burgerplicht om geïnformeerd te zijn, internetvaardigheid, de tijd die men dagelijks spendeert op het internet (e-mailen, surfen etc.), de mate waarin nieuws van belang is voor iemands beroep.

Voor de volledige onderzoeksverantwoording (door TNS NIPO), de vragenlijst en een overzicht van de vragen die specifieke variabelen meten wordt verwezen naar Bijlage I en II van het volledige onderzoek zoals dat in te zien is op de website van het Stimuleringsfonds voor de Pers.

## HOOFDSTUK 3

## RESULTATEN

## Is er behoefte aan overzichts informatie?

## ALGEMEEN MEDIAGEBRUIK

Maar liefst 91% van de Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder gebruikt wekelijks minstens één bron om ‘een overzicht te krijgen van wat er speelt in de wereld’ en twee derde (65%) raadpleegt de media voor dat overzicht zelfs elke dag. Gemiddeld gebruiken Nederlanders 4.6 verschillende bronnen minstens één keer per week voor dit doel en 2.2 verschillende bronnen dagelijks voor dit doel (tabel 1 & 2).

GEBRUIK VAN VERSCHILLENDE  
MEDIUMTYPEN

Om een overzicht te krijgen van wat er speelt in de wereld leest bijna de helft wekelijks minstens één dagblad, zo'n vier op de tien luistert naar het nieuws op de radio of raadpleegt het internet en één op de drie raadpleegt teletekst. Opiniebladen worden aannemelijk niet gebruikt om een overzicht te krijgen. Televisie daarentegen lijkt het overzichtsmedium bij uitstek; ruim 80% kijkt naar het nieuws en/of actualiteitenprogramma's om een overzicht te krijgen van wat er speelt in de wereld (tabel 1).

**TABEL 1** Het gebruik van verschillende media t.b.v. overzichts informatie

	bereik (%)	
	wekelijks	dagelijks
<i>alle bronnen tezamen</i>	91	65
tv – nieuws & actualiteitenprogramma's	81	45
dagbladen	47	25
nieuwssites	37	17
radionieuws	36	21
teletekst	26	14
opiniebladen	2	0

Noot. Wekelijks = minimaal 1 dag per week; dagelijks = minimaal 5 dagen per week.



Degenen die dagbladen lezen om een overzicht te krijgen van wat er speelt in de wereld lezen gemiddeld 1.6 verschillende dagbladen per week. Degenen die tv als overzichtsmedium gebruiken kijken wekelijks gemiddeld naar 2.5 nieuwsprogramma's en op het internet bezoekt men gemiddeld 2.2 nieuwssites

per week met het doel een overzicht te krijgen van wat er speelt in de wereld. In totaal raadplegen volwassen Nederlanders gemiddeld 4.7 verschillende nieuwsbronnen per week en 2.3 per dag ten behoeve van overzichtsinformatie (tabel 2).

**TABEL 2** Het aantal verschillende bronnen dat men gemiddeld gebruikt t.b.v. overzichtsinformatie

	aantal bronnen	
	wekelijks	dagelijks
<i>alle bronnen tezamen</i> <sup>1</sup>	4,7	2,3
dagbladen	1,6	1,2
tv – nieuws & actualiteitenprogramma's	2,5	1,6
nieuwssites	2,2	1,5

Noot. Wekelijks = minimaal 1 dag per week; dagelijks = minimaal 5 dagen per week.

1. alle bronnen tezamen: inclusief radionieuws en teletekst (beide zijn niet onderzocht op titelniveau en tellen mee als max. 1 bron).

#### GEBRUIK VAN SPECIFIEKE MEDIUMTITELS

Kijken we ook naar afzonderlijke nieuwsprogramma's, dagbladen en nieuwssites dan blijken sommige titels zoals het nos Journaal en nu.nl uitermate geschikt voor overzichtsinformatie te zijn. Niet verrassend komt het nos Journaal als de meest gebruikte overzichtsbron uit de bus. Ook het rtl Nieuws, het radionieuws en teletekst worden veel gebruikt om een overzicht te krijgen van wat er speelt in de wereld. Op internet spant Nu.nl de kroon, maar ook Nos.nl en Telegraaf.nl

hebben een behoorlijk bereik als het gaat om overzichtsinformatie. Van de dagbladen zijn het de regionale bladen, de populaire landelijke kranten *De Telegraaf* en in mindere mate het *AD* én de gratis kranten *Metro* en *Sp!ts* die Nederlanders vooral gebruiken om een overzicht van actualiteiten te krijgen. Verder worden actualiteitenprogramma's als Hart van Nederland, *NOVA*, Netwerk en Eén Vandaag, maar ook Pauw & Witteman en Editie *NL* door veel Nederlanders gekeken om een overzicht te krijgen van wat er gaande is in de wereld (tabel 3).

**TABEL 3** Het gebruik van afzonderlijke nieuwsbronnen voor overzichtsinformatie

<i>nieuwsbron</i>	<i>genre</i>	<i>bereik (%)</i>	<i>gebruiks-frequentie (dgn/wk)</i>
NOS journaal	nieuwsuitzending PO	53	4,8
RTL nieuws	nieuwsuitzending CO	38	4,2
radionieuws	<sup>a</sup>	36	4,4
teletekst	<sup>a</sup>	26	4,3
regionale dagbladen	<sup>a</sup>	15	3,8
nu.nl	nieuwssite, 'online only'	15	4,1
<i>De Telegraaf</i>	landelijk dagblad	11	3,8
Hart van Nederland	actualiteitenprogramma CO	10	3,1
<i>Metro</i>	gratis dagblad	10	2,4
NOVA	actualiteitenprogramma PO	9	2,2
Netwerk	actualiteitenprogramma PO	9	1,9
<i>Spits</i>	gratis dagblad	9	2,2
Eén Vandaag	actualiteitenprogramma PO	9	2,5
nos.nl	nieuwssite van PO	9	2,7
lokaal/regionaal tv- nieuws	<sup>a</sup>	8	0,9
telegraaf.nl	nieuwssite van landelijk dagblad	8	3,9
RTL Z nieuws	nieuwsuitzending CO	8	2,9
<i>AD</i>	landelijk dagblad	7	3,8
Pauw & Witteman	actualiteitenpraatprogramma PO	6	2,4
ad.nl	nieuwssite van landelijk dagblad	5	3,5
Editie NL	actualiteitenprogramma CO	5	0,9

Noot. PO = publiek omroep; CO = commerciële omroep.

De bereikpercentages zijn gebaseerd op gebruik minimaal 1 dag per week specifiek tbv overzichtsinformatie.

a. Deze mediatypen zijn niet onderzocht op titelniveau.

VEELGEBRUIKERS VS.  
WEINIGGEBRUIKERS

Prefereren mensen die meer dan gemiddeld verschillende (9 per week) nieuwsbronnen gebruiken – voor welk doel dan ook – andere bronnen voor een overzicht dan degenen die minder dan gemiddeld verschillende bronnen gebruiken? De top-4 overzichtsbronnen voor weinig- en veelgebruikers zijn identiek en ook wat betreft de overige bronnen is er een grote overlap (tabel 4). Met andere woorden: We hoeven ons geen zorgen te maken

dat mensen die maar weinig nieuwsbronnen gebruiken een ander (en minder goed) overzicht van de actualiteiten krijgen dan degenen die veel verschillende nieuwsbronnen raadplegen. Geruststellend is ook dat de groep die zeer veel nieuwsmedia raadpleegt zich (tot dusverre) niet blijkt te fragmenteren. De gedachte dat een groot aanbod zoals talloze nieuwssites op het internet afzonderlijke niches dient, lijkt voor een overzicht van actualiteiten niet op te gaan.

**TABEL 4 Het bereik van afzonderlijke nieuwsbronnen voor overzichtsinformatie onder degenen die weinig/veel nieuwsbronnen gebruiken**

<i>weiniggebruikers</i>		<i>veelgebruikers</i>	
<i>nieuwsbron</i>	<i>bereik(%)</i>	<i>nieuwsbron</i>	<i>bereik (%)</i>
1. NOS journaal	47	1. NOS journaal	61
2. RTL nieuws	33	2. RTL nieuws	46
3. radionieuws	32	3. radionieuws	42
4. teletekst	17	4. teletekst	38
5. regionale dagbladen	13	5. nu.nl	19
6. nu.nl	12	6. regionale dagbladen	18
7. Hart van Nederland	9	7. nos.nl	16
8. <i>De Telegraaf</i>	8	8. <i>De Telegraaf</i>	16
9. <i>Metro</i>	7	9. NOVA	16
10. <i>Sp!ts</i>	6	10. Eén Vandaag	15
11. AD	6	11. Netwerk	14
12. lokaal/regionaal tv nieuws	5	12. telegraaf.nl	14
13. Pauw & Witteman	5	13. <i>Metro</i>	14

TABEL 4 Vervolg

<i>weiniggebruikers</i>		<i>veelgebruikers</i>	
<i>nieuwsbron</i>	<i>bereik(%)</i>	<i>nieuwsbron</i>	<i>bereik (%)</i>
14. Netwerk	5	14. RTL Z nieuws	13
15. NOVA	5	15. <i>Splts</i>	13
		16. lokaal/regionaal tv nieuws	12
		17. Hart van Nederland	11
		18. ad.nl	9
		19. Pauw & Witteman	9
		20. AD	8
		21. nieuws.nl	8
		22. Editie NL	8
		23. nieuws.google.nl	7
		24. volkskrant.nl	6
		25. Goede Morgen Nederland	6
		26. De Wereld Draait Door	6
		27. <i>De Pers</i>	5
		28. <i>de Volkskrant</i>	5
		29. rtlnieuws.nl	5

Noot. De bereikpercentages zijn gebaseerd op gebruik minimaal 1 dag per week specifiek tbv overzichts-informatie.

#### CONCLUSIE

Kortom, we kunnen uitsluiten dat het vermijden van overzichts-informatie over wat er speelt de maatschappij een algemeen fenomeen is. Media worden massaal gebruikt door de Nederlandse bevolking van 13 jr. en ouder om een overzicht te krijgen van wat

er speelt in de wereld (91%). Daarvoor worden alle mediumtypen gebruikt, met uitzondering van opiniebladen. Een kleine tien procent gebruikt media niet om zich te informeren wat er zich breed maatschappelijk afspeelt. De groep die kennelijk echt niet wil weten wat links en rechts van haar stok-

paardje geschiedt, is zeer klein. Maar hoe onderscheiden de ‘overzichtzoekers’ zich van de weinige ‘overzichtvermijders’ en wat bepaalt of een mediumtype al dan niet wordt gebruikt voor overzichtsinformatie?

### Wie heeft behoefte aan overzichtsinformatie?

‘OVERZICHTSZOEKERS’ VS.

‘OVERZICHTMIJDERS’

Om na te gaan waarin degenen die media gebruiken voor overzichtsinformatie verschillen van degenen die dat niet doen, hebben we gekeken naar de belangrijkste sociaal-demografische factoren en naar andere variabelen waarvan uit eerder onderzoek is gebleken

dat ze van invloed zijn op mediagebruik voor informatiedoeleinden, zoals de burgerlijke plicht om geïnformeerd te zijn en voorkeur voor entertainment.

Degenen die een overzicht van nieuwsitems vermijden – al dan niet bewust – zijn jonger en lager opgeleid dan degenen die media wel daarvoor gebruiken. Ook zijn ze over het algemeen minder in politieke en actuele onderwerpen geïnteresseerd en hebben ze een voorkeur voor entertainment. De overzichtzoekers vinden meer dan de overzichtvermijders het hun burgerlijke plicht om op de hoogte te zijn van maatschappelijk relevante onderwerpen en gebruiken überhaupt meer mediabronnen (tabel 5).

**TABEL 5** Karakteristieken van ‘overzichtvermijders’ vs. ‘overzichtzoekers’ – algemeen

	<i>overzichtvermijders</i>	<i>overzichtzoekers</i>
gebruik aantal nieuwsbronnen	4,5	9,6
leeftijd	31,4	46,3
opleiding <sup>1</sup>	2,9	3,9
interesse in politiek en actualiteiten <sup>2</sup>	2,7	3,9
entertainmentvoorkeur <sup>3</sup>	4,5	3,4
burgerplicht om geïnformeerd te zijn <sup>4</sup>	4,5	5,5

Noot. 1. Hoogst genoten opleiding: 1 (geen onderwijs/basisonderwijs) - 7 (WO master of doctoraal).

2. De mate waarin men ‘public affairs’ nieuws volgt: 1 (nooit) - 7 (altijd).

3. De mate waarin dagbladen, televisie en het internet relatief meer gebruikt worden voor informatie (1) dan wel vermaak (7).

4. De mate waarin men het belangrijk vindt dat mensen in de samenleving op de hoogte zijn van het nieuws en actualiteiten: 1 (helemaal niet belangrijk) - 7 (heel erg belangrijk).

Wanneer we kijken naar de afzonderlijke mediabronnen zien we een vergelijkbaar patroon. Bij traditionele media zijn overzichtzoekers ouder dan degenen die dat niet doen.

Maar bij de interactieve media internet en teletekst, speelt leeftijd niet of nauwelijks een rol (tabel 6).

**TABEL 6** Karakteristieken van ‘overzichtvermijders’ vs. ‘overzichtzoekers’ – per mediumtype

	<i>dag- bladen</i>		<i>tv-nieuws &amp; actua</i>		<i>nieuwssites</i>		<i>radionieuws</i>		<i>teletekst</i>	
	<i>OV</i>	<i>OZ</i>	<i>OV</i>	<i>OZ</i>	<i>OV</i>	<i>OZ</i>	<i>OV</i>	<i>OZ</i>	<i>OV</i>	<i>OZ</i>
gebruik aantal nieuwsbronnen	7,7	10,7	6,1	9,9	7,5	12,0	8,6	10,0	8,2	11,4
leeftijd	41,4	48,9	36,6	46,9	44,9	45,0	42,8	48,1	44,4	46,2
opleiding <sup>1</sup>	3,6	4,1	3,5	3,9	3,6	4,3	3,7	4,1	3,7	4,1
interesse in politiek en actualiteiten <sup>2</sup>	3,6	4,1	3,2	4,0	3,6	4,2	3,6	4,1	3,7	4,1
entertainment- voorkeur <sup>3</sup>	3,7	3,3	4,1	3,4	3,6	3,4	3,7	3,3	3,6	3,3
burgerplicht: geïnformeerd zijn <sup>4</sup>	5,1	5,6	4,8	5,5	5,2	5,6	5,3	5,5	5,3	5,5

Noot. OV = overzichtsvermijder; OZ = overzichtzoeker.

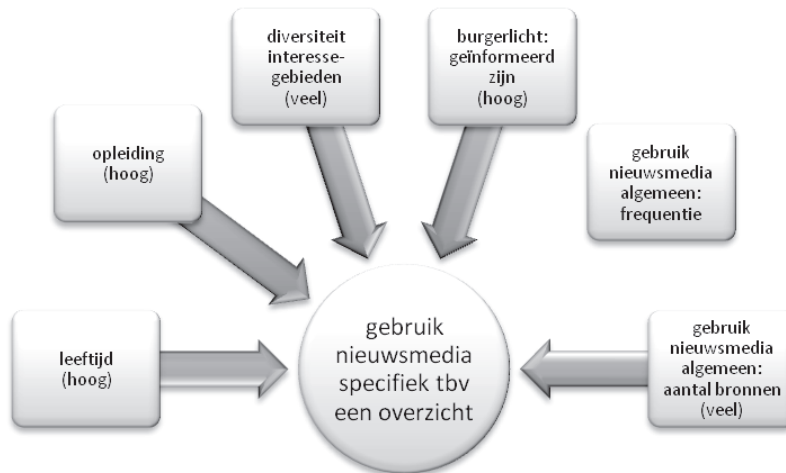
1. Hoogst genoten opleiding: 1 (geen onderwijs/basisonderwijs) - 7 (WO master of doctoraal).
2. De mate waarin men ‘public affairs’ nieuws volgt: 1 (nooit) - 7 (altijd).
3. De mate waarin dagbladen, televisie en het internet relatief meer gebruikt worden voor informatie (1) dan wel vermaak (7).
4. De mate waarin men het belangrijk vindt dat mensen in de samenleving op de hoogte zijn van het nieuws en actualiteiten: 1 (helemaal niet belangrijk) - 7 (heel erg belangrijk).

INVLOEDEN OP HET GEBRUIK VAN  
VERSCHILLENDE MEDIUMTYPEN VOOR  
OVERZICHTSINFORMATIE

Maar wat bepaalt nu of men een gegeven nieuwsmedium al dan niet gebruikt met het doel een overzicht van actualiteiten te krijgen? Behalve naar sociaaldemografische factoren is ook gekeken naar andere variabelen die van invloed kunnen zijn op mediagebruik voor overzichts-informatie, zoals interesses en de burgerplicht om geïnformeerd te zijn, maar ook naar het gebruik van nieuwsmedia voor welk doel dan ook. In de analyses is steeds rekening gehouden met de concurrerende invloed van alle variabelen.

In figuur 1a & b wordt eerst gevisualiseerd of deze factoren over het geheel genomen van invloed zijn op mediagebruik ten behoeve van overzichts-informatie – in figuur a gaat het om of media überhaupt gebruikt worden om een overzicht van nieuwstopics te krijgen, in figuur b of media ook *veelvuldig* gebruikt worden voor dat doel. Vervolgens wordt in tabel 7 a t/m c de invloed van de factoren apart per mediumtype gepresenteerd en zijn dagbladen, nieuwssites en televisie verder uitgesplitst naar soort (zoals nieuwssites van kranten versus andere nieuwssites) – ook hier is telkens weer een onderscheid gemaakt tussen mediagebruik überhaupt en de frequentie van het gebruik.

FIGUUR 1a Factoren van invloed op mediagebruik *überhaupt* t.b.v. overzichts-informatie



FIGUUR 1b Factoren van invloed op *veelvuldig* mediagebruik t.b.v. overzichtsinformatie

Over het algemeen worden media eerder voor een overzicht geraadpleegd naarmate men ouder is, een hogere opleiding heeft genoten, in veel verschillende onderwerpen geïnteresseerd is, en het als zijn burgerlijke plicht ervaart om op de hoogte te zijn van wat er speelt in de wereld. Maar vooral ook het aantal nieuwsbronnen dat men gebruikt bepaalt of men ze al dan niet voor een overzicht gebruikt. Hoe meer nieuwsbronnen hoe groter de kans dat men ze ook raadpleegt om een overzicht van actualiteiten te krijgen (figuur 1a).

Ook de frequentie waarmee men nieuwsmedia gebruikt is van belang. Hoe vaker men nieuwsmedia raadpleegt, hoe vaker men dat doet om een overzicht van nieuws en actualiteiten te vergaren. Met andere woorden, wie nieuwsmedia maar vaak genoeg raadpleegt doet dat blijkbaar om een overzicht te krijgen (figuur 1b). Hier zullen we later nog uitvoeriger op in gaan. Opvallend is dat het aantal bronnen dat men gebruikt een negatieve invloed heeft op de gebruiksfrequentie van die bronnen ten behoeve van overzichtsinformatie. Dus, hoe *minder* nieuwsbronnen men raadpleegt hoe *vaker* men dit doet om een overzicht te krijgen. Daarnaast is ook



**TABEL 7** Factoren van invloed op gebruik van:

<b>a) dagbladen tbv overzichts-informatie</b>	<i>dagbladen tezamen</i>		<i>betaalde landelijke dagbladen</i>		<i>gratis dagbladen</i>		<i>lokale/ regionale dagbladen</i>		
	<i>gebruik<sup>a</sup>:</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>
sekse	o	o	o	o	o	o	o	o	o
leeftijd	+	+	+	+	-	-	o	+	
opleiding	+	o	+	+	+	o	o	o	o
diversiteit interessegebieden <sup>1</sup>	o	o	+	+	o	o	o	o	o
burgerplicht: geïnformeerd zijn <sup>2</sup>	+	+	+	+	o	o	o	o	o
gebruik nieuwsmidia algemeen <sup>4</sup> :									
- frequentie	o	+	-	-	+	-	+	+	+
- aantal bronnen	+	-	+	+	+	+	+	+	-

<b>b) nieuwssites tbv overzichts-informatie</b>	<i>nieuwssites tezamen</i>		<i>krantensites</i>		<i>andere nieuwssites</i>		
	<i>gebruik<sup>a</sup>:</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>
sekse	o	m	o	o	o	o	o
leeftijd	-	-	o	o	-	-	
opleiding	+	o	+	o	+	o	o
diversiteit interessegebieden <sup>1</sup>	o	o	o	o	o	o	o
burgerplicht: geïnformeerd zijn <sup>2</sup>	o	o	o	o	o	o	o
internetvaardigheid <sup>3</sup>	+	+	+	+	+	+	+
gebruik nieuwsmidia algemeen <sup>4</sup> :							
- frequentie	o	o	-	o	o		
- aantal bronnen	+	+	+	+	+	+	+

TABEL 7 Vervolg

<i>c) televisie, teletekst &amp; radio tbv overzichts informatie</i>	<i>tv-nieuws &amp; actua tezamen</i>		<i>tv-nieuws &amp; actua PO</i>		<i>tv nieuws &amp; actua CO</i>		<i>teletekst</i>		<i>radio- nieuws</i>	
	<i>gebruik<sup>a</sup>:</i>									
	<i>j/n</i>	<i>freq</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>
seks	v	v	v	o	v	v	o	o	o	o
leeftijd	+	+	+	+	-	o	-	-	o	+
opleiding	o	-	+	o	-	-	+	o	+	+
diversiteit interessegebieden <sup>1</sup>	+	+	+	+	o	o	o	o	o	o
burgerplicht: geïnformeerd zijn <sup>2</sup>	+	+	+	+	+	+	o	o	o	o
gebruik nieuwsmedia algemeen <sup>4</sup> :										
- frequentie	o	+	o	+	-	o	+	+	+	+
- aantal bronnen	+	+	+	+	+	+	-	o	-	-

Noot. o = geen invloed; + = positieve invloed; - = negatieve invloed. Bij seks: m = man, v = vrouw.

PO = publieke omroep; CO = commerciële omroep.

Gebruik j/n geeft aan of het betreffende medium überhaupt wordt gebruikt voor overzichts informatie; freq geeft aan of het betreffende medium vaak wordt gebruikt voor overzichts informatie.

1. Diversiteit belangstelling voor nieuws op alle gemeten gebieden van 'public affairs'.
2. Het belang dat men hecht aan dat mensen in de samenleving op de hoogte zijn van nieuws en actualiteiten.
3. Vaardigheid om te werken met het internet.
4. Het aantal dagen (frequentie) en het aantal verschillende nieuwsbronnen dat men gebruikt (ongeacht met welk doel).

opleiding van invloed op de intensiteit waarmee men nieuwsmedia raadpleegt voor overzichtsinformatie (figuur 1b).

We zullen nu per factor bespreken in hoeverre het een rol speelt bij het gebruik van verschillende soorten nieuwsbronnen voor overzichtsinformatie. Daarbij is rekening gehouden met de invloed van elke andere variabele.

#### > *SEKSE*

Er is nauwelijks verschil in het aandeel mannen en vrouwen dat verschillende nieuwskanalen gebruikt voor een overzicht. Vrouwen blijken echter wel meer nieuws en actualiteitenprogramma's van de commerciële omroep te kijken dan mannen (tabel 7c). Mannen daarentegen bezoeken vaker nieuwssites voor een overzicht van actualiteiten (tabel 7b).

#### > *LEEFTIJD*

Leeftijd is een belangrijke bepalende factor als het gaat om overzichtsinformatie. Naarmate men ouder is raadpleegt men eerder betaalde dagbladen en nieuws- en actualiteitenprogramma's van de publieke omroep voor een overzicht. Daarnaast leest men naarmate men ouder is frequenter lokale en regionale dagbladen en luistert men vaker naar de radio voor een overzicht van nieuws. Jongeren verkiezen over het algemeen de gratis dagbla-

den, teletekst en nieuwssites. Maar het zijn niet zo zeer de sites van kranten maar 'andere nieuwssites' zoals nu.nl die door jongeren frequent geraadpleegd worden om op de hoogte te blijven van nieuws en actualiteiten (tabel 7a t/m c).

#### > *OPLEIDING*

Mensen met een hogere opleiding lezen met name betaalde dagbladen en luisteren naar de radio voor overzichtsinformatie en doen dit ook frequent. Ook nieuws- en actualiteitenprogramma's van de publieke omroep en nieuwssites worden daartoe gebruikt, maar niet met hoge regelmaat. Lageropgeleiden kijken vooral veelvuldig naar commerciële nieuws- en actualiteitenprogramma's (tabel 7a t/m c).

#### > *DIVERSITEIT INTERESSEGEBIEDEN*

Degenen die in veel verschillende nieuwsonderwerpen geïnteresseerd zijn, kijken voor een overzicht van actuele gebeurtenissen meer naar nieuws- en actualiteitenprogramma's van de publieke omroep en lezen daartoe ook meer betaalde kranten dan degenen die minder in nieuwsonderwerpen geïnteresseerd zijn (tabel 7a & c).

> **BURGERPLICHT: GEÏNFORMEERD ZIJN**

De burgerlijke plicht om geïnformeerd te zijn is een belangrijke verklarende factor voor het gebruik van betaalde dagbladen en tv-uitzendingen van zowel de publieke als de commerciële omroep als het gaat om overzichts-informatie (tabel 7a & c).

> **INTERNETVAARDIGHEID**

Niet verwonderlijk is dat degenen die meer vaardig zijn met het internet nieuwssites, zowel die van kranten als andere nieuwssites, sneller en ook intensiever raadplegen voor overzichts-informatie (tabel 7b).

> **MEDIAGEBRUIK ÜBERHAUPT**

De genoemde factoren verklaren deels óf en de mate waarin media voor overzichts-informatie gebruikt worden. Maar het gebruik van nieuwsmedia überhaupt, is toch wel de belangrijkste voorspeller. We onderscheiden twee soorten: de *intensiteit*, ofwel frequentie waarmee men nieuwsmedia gebruikt, en de *diversiteit*, ofwel het aantal verschillende nieuwsbronnen dat men gebruikt.

*Intensiteit.* Mensen die *veelvuldig nieuwsmedia gebruiken*, raadplegen vaak teletekst, luisteren naar de radio en lezen lokale/regionale dagbladen om overzichts-informatie te krijgen. Daarnaast kijken deze veelgebruikers voor een overzicht ook frequent naar nieuwspro-

gramma's van de publieke omroep. Opvallend is dat veelgebruikers voor een overzicht juist minder betaalde en gratis dagbladen lezen en ook minder krantenwebsites bezoeken (tabel 7a t/m c).

*Diversiteit.* Degenen die *veel verschillende nieuwsbronnen raadplegen* zijn juist degenen die vooral op het internet te vinden zijn voor overzichts-informatie en geven ook de voorkeur aan dagbladen en in mindere mate aan televisie (tabel 7a t/m c).

Voor gedetailleerde onderzoeksuitkomsten wordt verwezen naar het volledige onderzoek zoals dat in te zien is op de website van het Stimuleringsfonds voor de Pers.

#### CONCLUSIE

We hebben al gezien dat het overgrote deel van de Nederlandse bevolking geïnteresseerd is in overzichts-informatie. Welke bronnen men daartoe gebruikt wordt voor een deel door leeftijd en opleiding bepaald. De traditionele nieuwsmedia bedienen over het algemeen ouderen en hogeropgeleiden, interactieve media worden meer door jongeren gebruikt voor overzichts-informatie. Maar de verschillen zijn klein, tot dusverre is er geen sprake van een gefragmenteerd publiek.

Interessant is dat het gebruik van nieuwsmedia een fundamentele rol speelt bij het verkrijgen van een overzicht; als men nieuwsmedia maar vaak genoeg raadpleegt en veel verschillende bronnen gebruikt, verwerft men een overzicht van wat er speelt in de wereld. Natuurlijk kan het ook zijn dat degenen die op zoek zijn naar een overzicht van actualiteiten daartoe intensief nieuwsbronnen raadplegen. Maar de invloed van het gebruik van nieuwsmedia in het algemeen op het gebruik van nieuwsmedia voor overzichtsinformatie is sterker.

De causaliteit is getest door 'het gebruik van nieuwsmedia' en 'het gebruik van nieuwsmedia t.b.v. overzichtsinformatie' afwisselend als onafhankelijke en als afhankelijke variabele te beschouwen in de analyses, voor de causaliteitstest wordt verwezen naar Bijlage III van het volledige onderzoek zoals dat in te zien is op de website van het Stimuleringsfonds voor de Pers.

Concluderend is er dus zeker interesse in overzichtsinformatie over actuele ontwikkelingen in de maatschappij en die behoefte wordt ook nog steeds door de traditionele media kranten en de televisie vervuld, maar niet in dezelfde mate voor iedereen. De externe voorselectie die in deze media traditioneel wordt bepaald door journalisten, is zichtbaar

belangrijker voor ouderen en ook voor hoogopgeleiden. Jongeren vertrouwen meer op nieuwe en interactieve media – nieuwssites en teletekst – maar ook op nieuwe vormen van oude media – gratis kranten – als het gaat om overzichtsinformatie. Dit sluit echter niet uit dat ook jongeren nog steeds traditionele media gebruiken. Maar wellicht is er een verschil tussen nieuwsmedia *waarvoor* ze worden gebruikt. Zijn sommige nieuwsbronnen misschien meer geschikt voor feitelijke en actuele informatie en andere weer voor opinie en context? In de volgende paragrafen zullen we nagaan in hoeverre er behoefte is aan achtergrondinformatie, door welke nieuwsbronnen die behoefte wordt vervuld en voor wie.

### **Is er behoefte aan achtergrondinformatie?**

#### ALGEMEEN MEDIAGEBRUIK

Maar liefst 84% van de Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder gebruikt wekelijks minstens één bron om achtergrondinformatie te krijgen bij actualiteiten en bijna de helft (46%) raadpleegt zelfs dagelijks media voor achtergronden bij het nieuws. Gemiddeld gebruiken Nederlanders voor dit doel 4,2 verschillende bronnen minstens één keer per week en 2,1 dagelijks (tabel 8 & 9).

GEBRUIK VAN VERSCHILLENDE  
MEDIUMTYPEN

Voor de achtergrond bij en een opinie over het nieuws lezen vier op de tien Nederlanders wekelijks minstens één dagblad en raadpleegt een kwart wekelijks nieuwssites. Een kleiner deel van de Nederlandse bevolking luistert naar de radio voor achtergronden bij het nieuws, maar degenen die dat doen (16%), doen dat veelal dagelijks. De radio doet wat dat betreft niet onder voor het internet: beiden worden dagelijks door zo'n tien procent voor achtergrondinformatie gebruikt en teletekst en opiniebladen door minder dan tien procent van de Nederlanders. Wederom heeft de televisie het grootste bereik: drie-

kwart kijkt wekelijks naar het nieuws en/of actualiteitenprogramma's voor achtergrondinformatie, iets meer dan een kwart doet dat dagelijks (tabel 8).

Degenen die dagbladen lezen voor achtergrond en opinie lezen gemiddeld 1,4 verschillende dagbladen per week. Degenen die tv kijken voor achtergrondinformatie gebruiken hiervoor wekelijks gemiddeld 2,9 programma's. Op het internet bezoekt men daarvoor gemiddeld 2 nieuwssites per week. In totaal raadplegen volwassen Nederlanders voor achtergrondinformatie gemiddeld 4,2 verschillende nieuwsbronnen per week en 2,1 elke dag (tabel 9).

**TABEL 8** Het gebruik van verschillende media t.b.v. achtergronden bij het nieuws

	bereik (%)	
	wekelijks	dagelijks
<i>alle bronnen tezamen</i>	84	46
tv – nieuws & actualiteitenprogramma's	75	27
dagbladen	40	21
nieuwssites	25	9
radionieuws	16	11
teletekst	7	4
opiniebladen	4	0

Noot. Wekelijks = minimaal 1 dag per week; dagelijks = minimaal 5 dagen per week.

**TABEL 9 Het aantal verschillende bronnen dat men gemiddeld gebruikt t.b.v. achtergronden bij het nieuws**

	aantal bronnen	
	wekelijks	dagelijks
<i>alle bronnen tezamen</i> <sup>1</sup>	4,2	2,1
dagbladen	1,4	1,1
tv – nieuws & actualiteitenprogramma's	2,9	1,8
nieuwssites	2,0	1,4

Noot. Wekelijks = minimaal 1 dag per week; dagelijks = minimaal 5 dagen per week.

1. alle bronnen tezamen: inclusief radionieuws en teletekst (beide zijn niet onderzocht op titelniveau en tellen mee als max. 1 bron).

#### GEBRUIK VAN SPECIFIEKE MEDIUMTITELS

Kijken we ook naar afzonderlijke nieuwsprogramma's, dagbladen en nieuwssites dan blijkt hoofdzakelijk de televisie gebruikt te worden voor achtergrondinformatie. Vooral actualiteitenprogramma's, en dan in het bijzonder die van de publieke omroep zoals NOVA, Pauw & Witteman, Netwerk en Eén Vandaag, doen het goed – één vijfde tot een kwart van de Nederlandse bevolking kijkt zo'n twee tot drie dagen per week naar deze programma's om achtergrondinformatie te krijgen. Niet verwonderlijk worden nieuwssites op internet hiertoe nauwelijks gebruikt. Nos.nl – wederom van de publieke omroep – heeft nog het meeste bereik; vijf procent van de Nederlanders raadpleegt Nos.nl voor achtergronden bij het nieuws. Eenzelfde percen-

tage leest het landelijke dagblad *De Telegraaf* voor achtergronden. Het bereik van andere afzonderlijke dagbladtitels is kleiner. De regionale pers neemt gezamenlijk een kleine twintig procent – bijna de helft van het totale dagbladbereik – voor haar rekening. Iets minder, ongeveer één op de zes Nederlanders, luistert naar de radio voor achtergronden bij het nieuws (tabel 10).

#### VEELGEBRUIKERS VS. WEINIGGEBRUIKERS

Prefereren mensen die over het algemeen veel nieuwsbronnen gebruiken – voor welk doel dan ook – andere bronnen voor achtergrondinformatie dan degenen die weinig bronnen gebruiken? In de Top-10 achtergrondbronnen staan, zowel voor weinig- als voor tabel 10veelgebruikers, tv-actualiteiten-

programma's, tv- en radionieuws en regionale dagbladen. We hebben al gezien dat nieuwssites minder geschikt zijn voor achtergrondinformatie, maar als mensen erg veel nieuwsbronnen gebruiken zullen ze ook nieuwssites voor achtergrondinformatie raadplegen. Opvallend is dat degenen die een bovengemiddeld aantal nieuwsbronnen gebruiken nieuwssites minstens net zo belangrijk lijken te vinden voor achtergronden bij het nieuws als gedrukte landelijke dagbladen (tabel 11).

tie raadplegen. Opvallend is dat degenen die een bovengemiddeld aantal nieuwsbronnen gebruiken nieuwssites minstens net zo belangrijk lijken te vinden voor achtergronden bij het nieuws als gedrukte landelijke dagbladen (tabel 11).

**TABEL 10 Het gebruik van afzonderlijke nieuwsbronnen voor achtergrondinformatie**

<i>nieuwsbron</i>	<i>genre</i>	<i>bereik (%)</i>	<i>gebruiks-frequentie (dgn/wk)</i>
NOVA	actualiteitenprogramma PO	24	2,5
Pauw & Witteman	actualiteitenprogramma PO	24	3,0
Netwerk	actualiteitenprogramma PO	21	2,2
Eén Vandaag	actualiteitenprogramma PO	18	2,6
regionale dagbladen	<sup>a</sup>	18	3,6
NOS journaal	nieuwsuitzending PO	16	3,7
radionieuws	<sup>a</sup>	16	3,5
RTL nieuws	nieuwsuitzending CO	12	3,2
lokaal/regionaal tv nieuws	<sup>a</sup>	11	1,2
Hart van Nederland	actualiteitenprogramma CO	10	2,6
De Wereld Draait Door	actualiteitenprogramma PO	10	2,4
Editie NL	actualiteitenprogramma CO	9	1,6
RTL Z nieuws	nieuwsuitzending CO	8	2,6
teletekst	<sup>a</sup>	7	2,7
Goede Morgen Nederland	actualiteitenprogramma PO	6	2,6
nos.nl	nieuwssite van PO	5	2,1
<i>De Telegraaf</i>	landelijk dagblad	5	3,1

Noot. PO = publiek omroep; CO = commerciële omroep.

De bereikpercentages zijn gebaseerd op gebruik minimaal 1 dag per week specifiek tbv achtergrondinformatie.

a. Deze mediatypen zijn niet onderzocht op titelniveau.



## CONCLUSIE

De Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder heeft behalve behoefte aan een overzicht van wat er speelt in de wereld ook zeker belangstelling voor achtergronden bij het nieuws. Televisie is het achtergrondmedium bij uitstek, maar ook andere mediaty-

pen worden wel voor achtergrondinformatie gebruikt. Maar, wie prefereert welk mediumtype voor achtergrondinformatie? En, hoe onderscheiden de ‘achtergrondvermijders’ – zo’n 15 procent – zich van degenen die wel achtergrondinformatie wensen?

**TABEL 11 Het bereik van afzonderlijke nieuwsbronnen voor overzichtsinformatie onder degenen die weinig dan wel veel nieuwsbronnen gebruiken**

<i>weiniggebruikers</i>		<i>veelgebruikers</i>	
	<i>bereik (%)</i>		<i>bereik (%)</i>
1. Pauw & Witteman	16	1. NOVA	42
2. regionale dagbladen	14	2. Netwerk	35
3. NOS journaal	14	3. Pauw & Witteman	35
4. radionieuws	12	4. Eén Vandaag	32
5. NOVA	12	5. regionale dagbladen	23
6. Netwerk	12	6. radionieuws	20
7. Hart van Nederland	10	7. NOS journaal	19
8. RTL nieuws	9	8. RTL nieuws	17
9. Eén Vandaag	9	9. lokaal/regionaal tv nieuws	16
10. lokaal/regionaal tv nieuws	7	10. RTL Z nieuws	15
11. De Wereld Draait Door	7	11. Editie NL	15
12. Editie NL	6	12. De Wereld Draait Door	13
		13. teletekst	13
		14. Hart van Nederland	11
		15. Goede Morgen Nederland	10
		16. nos.nl	10

**TABEL 11 Vervolg**

<i>weiniggebruikers</i>	<i>bereik(%)</i>	<i>veelgebruikers</i>	<i>bereik (%)</i>
		17. <i>De Telegraaf</i>	7
		18. <i>telegraaf.nl</i>	7
		19. <i>AD</i>	7
		20. <i>volkskrant.nl</i>	6
		21. <i>Metro</i>	6
		22. <i>nu.nl</i>	6
		23. <i>Spl!ts</i>	6
		24. <i>de Volkskrant</i>	6
		25. <i>ad.nl</i>	5

Noot. De bereikpercentages zijn gebaseerd op gebruik minimaal 1 dag per week specifiek tbv achtergrondinformatie.

### **Wie heeft behoefte aan achtergrondinformatie?**

‘ACHTERGRONDZOEKERS’ VS.

‘ACHTERGRONDMIJDERS’

Degenen die achtergronden bij het nieuws vermijden – al dan niet bewust – zijn jonger en lager opgeleid dan degenen die media wél met het dat doel gebruiken. Ook zijn ze over het algemeen in minder politieke en actuele onderwerpen geïnteresseerd en hebben ze een voorkeur voor entertainment. De achtergrondzoekers vinden meer dan de achtergrondvermijders het hun burgerlijke plicht

om op de hoogte te zijn van maatschappelijk relevante onderwerpen en ze gebruiken überhaupt meer mediabronnen (tabel 12).

**TABEL 12** Karakteristieken van 'achtergrondvermijders' vs. 'achtergrondzoekers' – algemeen

	<i>achtergrondvermijders</i>	<i>achtergrondzoekers</i>
gebruik aantal nieuwsbronnen	4,9	9,6
leeftijd	31,7	47,4
opleiding <sup>1</sup>	3,3	4,0
interesse in politiek en actualiteiten <sup>2</sup>	2,9	4,0
entertainmentvoorkeur <sup>3</sup>	4,3	3,4
burgerplicht om geïnformeerd te zijn <sup>4</sup>	4,7	5,5

Noot. 1. Hoogst genoten opleiding: 1 (geen onderwijs/basisonderwijs) - 7 (WO master of doctoraal).

2. De mate waarin men 'public affairs' nieuws volgt: 1 (nooit) - 7 (altijd).

3. De mate waarin dagbladen, televisie en het internet relatief meer gebruikt worden voor informatie (1) dan wel vermaak (7).

4. De mate waarin men het belangrijk vindt dat mensen in de samenleving op de hoogte zijn van het nieuws en actualiteiten: 1 (helemaal niet belangrijk) - 7 (heel erg belangrijk).

Wanneer we kijken naar de afzonderlijke mediabronnen zien we een vergelijkbaar patroon. Bij traditionele media zijn overzichtzoekers ouder dan degenen die dat niet doen, bij nieuwssites speelt leeftijd nauwelijks een rol. Verder valt op dat er bij teletekst weinig verschillen zijn tussen degenen die het medium wel of niet gebruiken voor achtergrondinformatie. Degenen die dat wel doen zijn hoogtuit wat meer geïnteresseerd in politiek en actualiteiten en gebruiken überhaupt meer nieuwsbronnen (tabel 13).

#### INVLOEDEN OP HET GEBRUIK VAN VERSCHILLENDE MEDIUMTYPEN VOOR ACHTERGRONDINFORMATIE

Maar wat bepaalt nu of men een nieuwsmedium gebruikt voor achtergronden bij het nieuws? Wederom is behalve naar sociaal-demografische factoren ook gekeken naar andere relevante variabelen zoals interesses en de burgerplicht om geïnformeerd te zijn, met daaronder nu ook de invloed van het gebruik van media voor overzichts-informatie. In de analyses is steeds weer rekening gehouden met de concurrerende invloed van deze variabelen.

**TABEL 13** Karakteristieken van ‘achtergrondvermijders’ vs. ‘achtergrondzoekers’ – per mediumtype

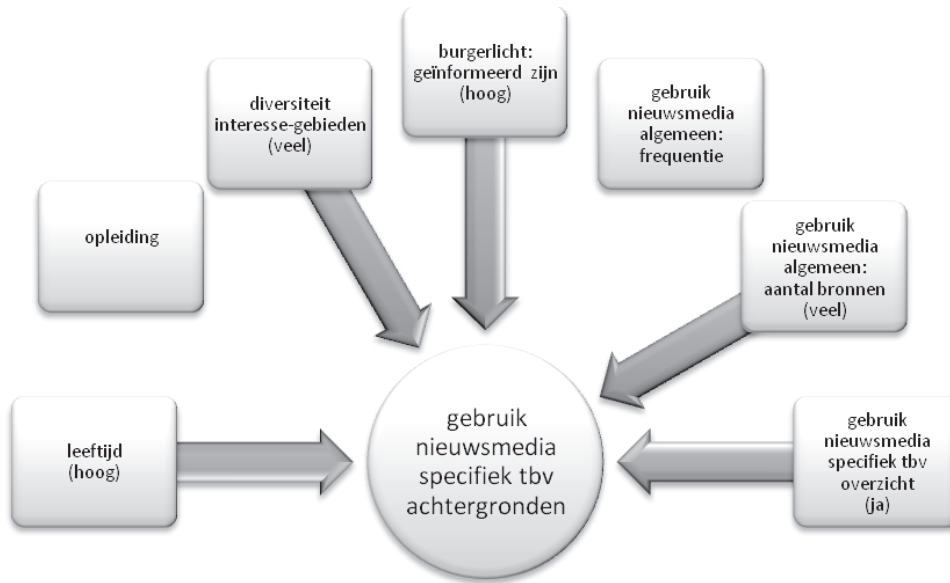
	dagbladen		tv-nieuws & actua		nieuwssites		radionieuws		teletekst	
	AV	AZ	AV	AZ	AV	AZ	AV	AZ	AV	AZ
gebruik aantal nieuwsbronnen	7,7	11,2	5,6	10,3	7,6	13,1	8,8	10,4	8,7	11,8
leeftijd	41,3	50,3	35,5	48,0	44,4	46,2	43,6	49,6	44,6	46,8
opleiding <sup>1</sup>	3,6	4,3	3,6	4,0	3,7	4,3	3,8	4,1	3,9	3,9
interesse in politiek en actualiteiten <sup>2</sup>	3,5	4,2	3,2	4,0	3,7	4,2	3,7	4,1	3,8	4,0
entertainment- voorkeur <sup>3</sup>	3,7	3,2	4,0	3,4	3,6	3,3	3,6	3,2	3,5	3,4
burgerplicht: geïnformeerd zijn <sup>4</sup>	5,1	5,7	4,9	5,5	5,3	5,6	5,3	5,6	5,4	5,4

Noot. AV = achtergrondvermijder; AZ= achtergrondzoeker.

1. Hoogst genoten opleiding: 1 (geen onderwijs/basisonderwijs) - 7 (wo master of doctoraal).
2. De mate waarin men ‘public affairs’ nieuws volgt: 1 (nooit) - 7 (altijd).
3. De mate waarin dagbladen, televisie en het internet relatief meer gebruikt worden voor informatie (1) dan wel vermaak (7).
4. De mate waarin men het belangrijk vindt dat mensen in de samenleving op de hoogte zijn van het nieuws en actualiteiten: 1 (helemaal niet belangrijk) - 7 (heel erg belangrijk).

In figuur 2a & b wordt wederom eerst gevisualiseerd of deze factoren over het geheel genomen van invloed zijn op mediagebruik ten behoeve van achtergrondinformatie (in figuur a gaat het om of media überhaupt gebruikt worden voor achtergronden, in figuur b of media ook *veelvuldig* gebruikt worden voor dat doel). Vervolgens wordt in tabel 14 a t/m c de invloed van de factoren apart per

mediumtype gepresenteerd en zijn dagbladen, nieuwssites en televisie verder uitgesplitst naar soort (ook hier is telkens weer een onderscheid gemaakt tussen mediagebruik überhaupt en de frequentie van het gebruik).

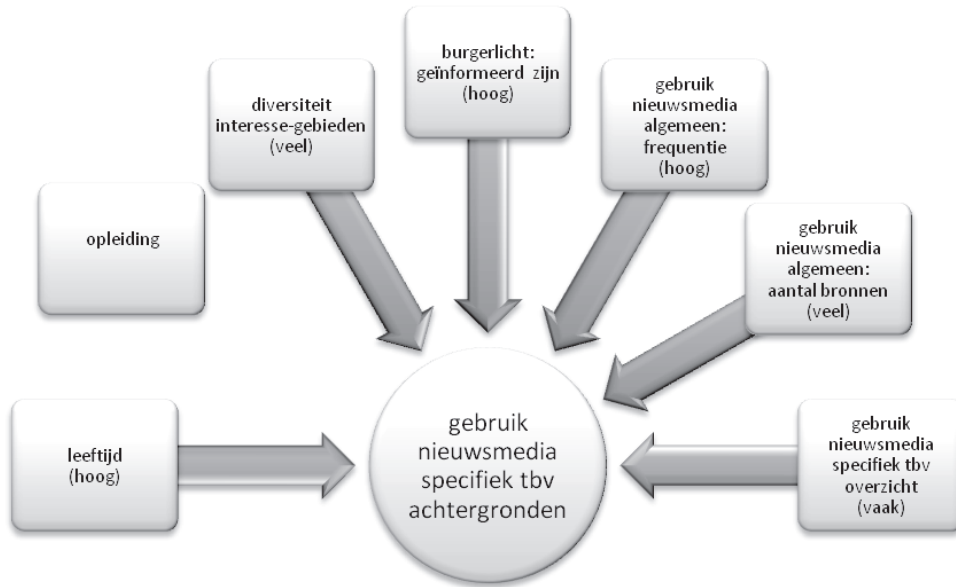
FIGUUR 2a Factoren van invloed op mediagebruik *überhaupt* t.b.v. achtergrondinformatie

Over het algemeen worden media voor achtergrondinformatie eerder en vaker geraadpleegd naarmate men ouder is, in veel verschillende onderwerpen geïnteresseerd is en het op de hoogte zijn van wat er speelt in de wereld als burgerplicht beschouwt. Anders da bij overzichtsinformatie speelt opleiding geen rol (figuur 2a en b). Daarnaast blijkt dat hoe vaker men nieuwsmedia raadpleegt, hoe meer men dit ook doet om achtergronden bij actualiteiten te krijgen (figuur 2b), maar het helpt niet om nieuwsmedia überhaupt te ge-

bruiken voor achtergrondinformatie (figuur 2a). Verder is het gebruik van nieuwsbronnen voor overzichtsinformatie van invloed op het gebruik van nieuwsmedia voor achtergronden, maar vooral *aantal* nieuwsbronnen dat men gebruikt is van belang.

De resultaten zoals gepresenteerd in tabel 14a t/m c, zullen we per factor bespreken: door wie worden welke specifieke mediumtypen voor achtergrondinformatie geraadpleegd?

FIGUUR 2b Factoren van invloed op *veelvuldig* mediagebruik t.b.v. achtergrondinformatie



> **SEKSE**

Er is nauwelijks verschil tussen mannen en vrouwen bij gebruik van verschillende nieuwskanalen voor achtergronden bij het nieuws. Vrouwen blijken echter – net als voor overzichts-informatie – wel meer naar nieuws- en actualiteitenprogramma's van de commerciële omroep te kijken. Daarnaast raadplegen vrouwen frequenter dan mannen teletekst voor achtergrondinformatie. Mannen daarentegen bezoeken – net als bij overzichts-informatie – vaker nieuwssites voor achtergronden

bij actualiteiten, maar doen dit ook eerder dan vrouwen. Ook lezen zij vaker dan vrouwen gratis dagbladen voor achtergronden bij actualiteiten (tabel 14a t/m c).

> **LEEFTIJD**

Leeftijd is net als bij overzichts-informatie een bepalende factor als het gaat om achtergrondinformatie. Naarmate men ouder is raadpleegt men eerder betaalde dagbladen en nieuws- en actualiteitenprogramma's van de publieke omroep voor achtergrondinfor-

**TABEL 14** Factoren van invloed op gebruik van:

<b>a) dagbladen tbv achtergrondinformatie</b>	<i>dagbladen tezamen</i>		<i>betaalde landelijke dagbladen</i>		<i>gratis dagbladen</i>		<i>lokale/ regionale dagbladen</i>	
	<i>j/n</i>	<i>freq</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>
<i>gebruik<sup>a</sup>:</i>								
sekse	o	m	o	o	o	m	o	o
leeftijd	+	+	+	+	o	o	o	+
opleiding	+	+	+	+	o	o	o	o
diversiteit interessegebieden <sup>1</sup>	o	o	+	o	o	o	o	o
burgerplicht: geïnformeerd zijn <sup>2</sup>	+	+	+	+	o	o	+	o
gebruik nieuwsmidia algemeen <sup>4</sup> :								
- frequentie	+	+	o	o	-	o	+	+
- aantal bronnen	+	+	+	+	+	+	+	-
nieuwsmediagebruik specifiek tbv overzicht <sup>5</sup>	+	+	+	+	+	+	+	+

<b>b) nieuwssites tbv achtergrondinformatie</b>	<i>nieuwssites tezamen</i>		<i>krantensites</i>		<i>andere nieuwssites</i>	
	<i>j/n</i>	<i>freq</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>
<i>gebruik<sup>a</sup>:</i>						
sekse	m	m	m	m	o	o
leeftijd	o	o	o	o	o	o
opleiding	+	o	+	o	o	-
diversiteit interessegebieden <sup>1</sup>	o	o	o	o	o	o
burgerplicht: geïnformeerd zijn <sup>2</sup>	o	o	o	o	o	o
internetvaardigheid <sup>3</sup>	+	o	o	o	o	o
gebruik nieuwsmidia algemeen <sup>4</sup> :						
- frequentie	o	o	o	o	o	o
- aantal bronnen	+	+	+	+	+	+
nieuwsmediagebruik specifiek tbv overzicht <sup>5</sup>	+	+	+	+	+	+

TABEL 14 Vervolg

<b>c) televisie, teletekst &amp; radio tbv achtergrondinformatie</b>	<i>tv-nieuws</i>		<i>tv-nieuws</i>		<i>tv nieuws</i>		<i>teletekst</i>		<i>radio- nieuws</i>	
	<i>actua tezamen</i>		<i>actua PO</i>		<i>actua CO</i>					
<i>gebruik<sup>a</sup>:</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>	<i>j/n</i>	<i>freq</i>
sekse	v	o	o	o	v	v	o	v	o	o
leeftijd	+	+	+	+	o	o	o	o	o	+
opleiding	o	o	+	+	-	-	o	-	o	o
diversiteit interessegebieden <sup>1</sup>	o	+	+	+	o	o	o	o	o	o
burgerplicht: geïnformeerd zijn <sup>2</sup>	o	+	o	o	o	o	o	o	o	o
gebruik nieuwsmedia algemeen <sup>4</sup> :	o	+	o	o	o	+	o	+	+	+
- frequentie	+	+	+	+	+	+	+	+	o	-
- aantal bronnen										
nieuwsmediagebruik tbv overzicht <sup>5</sup>	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Noot. o = geen invloed; + = positieve invloed; - = negatieve invloed. Bij sekse: m = man, v = vrouw. PO = publieke omroep; CO = commerciële omroep. Gebruik j/n geeft aan of het betreffende medium überhaupt wordt gebruikt voor overzichts-informatie; freq geeft aan of het betreffende medium vaak wordt gebruikt voor overzichts-informatie.

1. Diversiteit belangstelling voor nieuws op alle gemeten gebieden van 'public affairs'.
2. Het belang dat men hecht aan dat mensen in de samenleving op de hoogte zijn van nieuws en actualiteiten.
3. Vaardigheid om te werken met het internet.
4. Het aantal dagen (frequentie) en het aantal verschillende nieuwsbronnen dat men gebruikt (ongeacht met welk doel).
5. Het gebruik van nieuwsbronnen tbv overzichts-informatie (bij de kolommen 'j/n' is de invloed van het gebruik überhaupt t.b.v. een overzicht gemeten; bij de kolommen 'freq' is de invloed van het aantal dagen dat men nieuwsbronnen gebruikt t.b.v. een overzicht gemeten).

**a. ???**



matie. Daarnaast leest men naarmate men ouder is frequenter lokale en regionale dagbladen en luistert men ook vaker naar de radio voor achtergronden bij het nieuws (tabel 14a & c).

#### > OPLEIDING

Mensen met een hogere opleiding lezen met name betaalde dagbladen voor achtergronden en doen dit ook frequent. Bij televisie is er een duidelijke tweedeling: om geïnformeerd te worden over achtergronden kijken hogeropgeleiden eerder en vaker naar nieuws- en actualiteitenprogramma's van de publieke omroep, lageropgeleiden kijken meer naar de commerciële omroepen. Op het internet kiezen hogeropgeleiden over het algemeen eerder websites van kranten voor achtergrondinformatie, andere sites achten zij – anders dan voor overzichtsinformatie – hiervoor niet bijzonder geschikt. Lageropgeleiden daarentegen bezoeken juist vaker andere nieuwssites ook voor achtergrondinformatie en ook raadplegen vaker teletekst hiervoor (tabel 14a t/m c).

#### > INTERESSE

Degenen die in veel verschillende nieuwsonderwerpen geïnteresseerd zijn, kijken voor achtergronden bij actuele gebeurtenissen meer naar nieuws- en actualiteitenprogramma's van de publieke omroep dan degenen

die minder in nieuwsonderwerpen geïnteresseerd zijn. Ook lezer zij eerder betaalde landelijke dagbladen voor achtergronden (tabel 14a & c).

#### > BURGERPLICHT

De burgerlijke plicht om geïnformeerd te zijn is vooral een verklarende factor voor het gebruik van landelijke en lokale/regionale dagbladen voor achtergrondinformatie. Blijkbaar vertrouwen degenen die het als hun burgerlijke plicht ervaren om geïnformeerd te zijn vooral op deze traditionele nieuwsbronnen voor dit soort informatie (tabel 14a).

#### > INTERNETVAARDIGHEID

Internetvaardigheid bepaalt in kleine mate of men nieuwssites überhaupt raadpleegt voor achtergronden, maar het speelt een minder beduidende rol dan bij het gebruiken van nieuwssites voor overzichtsinformatie (tabel 14 b).

#### > MEDIAGEBRUIK IN HET ALGEMEEN

Bovengenoemde factoren verklaren deels óf en de mate waarin media worden gebruikt voor achtergrondinformatie. Maar net als bij overzichtsinformatie speelt de *intensiteit* (ofwel frequentie) waarmee men nieuwsmedia in het algemeen gebruikt en de *diversiteit* (ofwel het aantal verschillende nieuwsbronnen dat men gebruikt) een rol.

*Intensiteit* — Mensen die *veelvuldig nieuwsmedia gebruiken*, vertrouwen voor de achtergronden bij het nieuws vooral op lokale/regionale dagbladen en de radio. Ook raadpleegt men vaker teletekst en actualiteitenprogramma's van de commerciële omroep naarmate men intensiever gebruikt maakt van nieuwsmedia. Veelgebruikers lezen minder snel gratis dagbladen voor achtergrondinformatie (tabel 14a & c).

*Diversiteit* — Bijna voor alle media geldt: hoe meer *verschillende nieuwsbronnen* men raadpleegt, hoe eerder en vaker men nieuwsbronnen gebruikt om zich te informeren over achtergronden bij het nieuws. Alleen voor radio-nieuws en lokale/regionale dagbladen geldt dat ze juist minder frequent worden geraadpleegd voor achtergrondinformatie naarmate men meer nieuwsbronnen raadpleegt (tabel 14a t/m c).

#### > MEDIAGEBRUIK SPECIFIEK T.B.V. EEN OVERZICHT

Zonder uitzondering is het gebruik van nieuwsbronnen voor overzichts-informatie (één van) de sterkste voorspellende factor(en) van het gebruik van afzonderlijke nieuwsmedia voor achtergronden bij het nieuws. Als nieuwsmedia gebruikt worden om een overzicht van actualiteiten te krijgen is de kans groot dat ze ook voor achtergrondinformatie

worden gebruikt en hoe *vaker* nieuwsmedia voor overzichts-informatie worden geraadpleegd, hoe vaker ze ook voor achtergronden worden gebruikt.

Voor gedetailleerde onderzoeksuitkomsten wordt verwezen naar het volledige onderzoek zoals dat in te zien is op de website van het Stimuleringsfonds voor de Pers.

#### CONCLUSIE

Ondanks dat er iets minder behoeftelijk te zijn aan achtergronden bij het nieuws dan aan een overzicht van wat er speelt in de wereld, is het overgrote deel van de Nederlandse bevolking nog steeds geïnteresseerd in achtergrondinformatie. Welke bronnen men daartoe gebruikt wordt deels door leeftijd en opleiding bepaald. Betaalde landelijke dagbladen en nieuws en actualiteitenprogramma's van de publieke omroep worden over het algemeen meer door ouderen en hogeropgeleiden gebruikt, nieuws en actualiteitenprogramma's van de commerciële omroep meer door lageropgeleiden en vrouwen. Maar ook hier zijn de verschillen klein en is er (tot dusverre) geen sprake van een gefragmenteerd publiek.

Net als bij overzichts-informatie speelt het gebruik van nieuwsmedia ongeacht met welk doel een belangrijke rol bij het verkrijgen achtergrondinformatie, tenminste bij som-

mige media. Hoe vaker men nieuwsmedia gebruikt, hoe groter de kans dat men vooral lokale/regionale dagbladen en de radio voor achtergrondinformatie raadpleegt en hoe meer verschillende nieuwsbronnen men gebruikt, hoe groter ook de kans dat men voor achtergrondinformatie gratis en betaalde dagbladen leest, nieuws- en actualiteitenprogramma's op de tv kijkt en nieuwssites raadpleegt. Ook nu kan het uiteraard zo zijn dat degenen die op zoek zijn naar achtergronden bij het nieuws daartoe bepaalde bronnen intensief raadplegen. Maar de eerstgenoemde causale richtingen blijken minimaal even sterk. Voor de causaliteitstest wordt verwezen naar Bijlage III van het volledige onderzoek zoals dat in te zien is op de website van het Stimuleringsfonds voor de Pers.

Er is dus zeker interesse in achtergrondinformatie bij actuele ontwikkelingen in de maatschappij en die behoefte wordt ook nog steeds door de traditionele kranten en de televisie vervuld, maar niet in dezelfde mate voor iedereen. De externe voorselectie door journalisten van dagbladen en van de publieke omroep is blijkbaar belangrijker voor ouderen en hoogopgeleiden. Lageropgeleiden geven de voorkeur aan de journalistieke selectie van de commerciële omroep als het gaat om achtergrondinformatie.

### **Intensiteit & diversiteit van mediagebruik in het algemeen: Indirecte voorspellers van mediagebruik t.b.v. overzichts- en achtergrondinformatie?**

In de voorgaande paragrafen hebben we gezien dat de frequentie waarmee nieuwsmedia in het algemeen worden gebruikt en het aantal nieuwsbronnen dat men gebruikt de belangrijkste voorspellers zijn van de mate waarin nieuwsmedia ook doelgericht worden gebruikt ten behoeve van een *overzicht* van actualiteiten. Daarnaast blijkt het gebruik van nieuwsmedia in sommige gevallen ook aan te kunnen zetten tot het gebruik van nieuwsmedia specifiek voor *achtergronden* bij het nieuws. De factoren die op hun beurt weer van invloed zijn op de intensiteit en diversiteit van het gebruik van nieuwsmedia, zijn ook interessant omdat die indirect ook van invloed kunnen zijn op de mate waarin nieuwsmedia voor overzichts- & achtergrondinformatie worden gebruikt, ofwel van belang zijn voor de vorming van de publieke agenda.

#### **INVLOEDEN OP DE INTENSITEIT VAN NIEUWSMEDIAGEBRUIK**

Degenen die nieuwsmedia *veelvuldig* gebruiken zijn vaker man dan vrouw en geven over het algemeen de voorkeur aan informatieve media-inhoud boven entertainment. Ook zijn zij over het algemeen geïnteresseerd in

veel verschillende onderwerpen en zijn zij relatief ouder dan degenen die niet frequent nieuwsmedia raadplegen, maar bovenal gebruiken ze veel verschillende nieuwsbronnen (tabel 15).

**TABEL 15 Factoren van invloed op de intensiteit en diversiteit van nieuwsmediagebruik**

<i>nieuwsmediagebruik algemeen:</i>	<i>frequentie</i>	<i>aantal bronnen</i>
sekse	m	o
leeftijd	+	+
opleiding	o	o
diversiteit interessegebieden	+	+
burgerplicht: geïnformeerd zijn	o	o
informatievoorkeur <sup>1</sup>	+	+
nieuwsgierigheid	o	o
'need for cognition' <sup>2</sup>	o	o
extraversie	o	+
nieuws van belang voor beroep	o	+
tijd die men spendeert op internet	o	+
gebruik aantal nieuwsbronnen	+	

Noot. o = geen invloed; + = positieve invloed; - = negatieve invloed. Bij sekse: m = man.

1. De mate waarin dagbladen, televisie en het internet relatief meer gebruikt worden voor informatie dan voor vermaak.

2. De mate waarin men behoefte heeft aan cognitief uitdagende taken.

#### INVLOEDEN OP DE DIVERSITEIT VAN NIEUWSMEDIAGEBRUIK

Maar wat bepaalt dan of men veel verschillende nieuwsbronnen gebruikt? Wederom spelen leeftijd, interesses en een voorkeur voor informatie een rol. Maar nu blijken ook

variabelen die we nog niet eerder hebben gezien een rol te spelen. Zo gebruiken degenen die extravert zijn, degenen die voor hun beroep op de hoogte moeten zijn van nieuws en degenen die veel tijd doorbrengen op het internet relatief veel verschillende nieuws-

bronnen. Interessant is de constatering dat het gebruik van het internet dus een katalysator kan zijn van het gebruik van nieuwsmedia voor overzichts- en achtergrondinformatie (tabel 15).

## HOOFDSTUK 4

## CONCLUSIE

Er lijkt geen reden voor ongerustheid: Er is interesse in overzichts-informatie en een keur aan nieuwsmedia biedt dat. Maar liefst 91% de Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder raadpleegt minstens eens per week nieuwsmedia om een overzicht te krijgen van wat er speelt in de wereld. Het vermijden van informatie over wat er gaande is in de maatschappij is dus verre van een algemeen fenomeen. De weinige 'overzichtvermijders' zijn jonger, lager opgeleid en meestal minder in politieke en actuele onderwerpen geïnteresseerd dan degenen die media wel gebruiken ten behoeve van een overzicht van actualiteiten. Ook hebben ze een voorkeur voor entertainment in de media.

Ouderen en hoogopgeleiden vertrouwen doorgaans meer op (de traditionele externe voorselectie van nieuwsonderwerpen door experts in) traditionele nieuwsmedia als het gaat om overzichts-informatie. En hoewel jongeren ook traditionele media gebruiken, vertrouwen zij meer (en meer) op nieuwe en interactieve media zoals gratis dagbladen en

nieuwssites voor een overzicht van actualiteiten.

De behoefte aan achtergrondinformatie onder Nederlanders doet nauwelijks onder voor de behoefte aan een overzicht van actualiteiten. Maar anders dan bij overzichts-informatie het geval is, zijn het met name de traditionele media die voor achtergronden worden geraadpleegd. Het gros van de Nederlandse bevolking vertrouwt op de televisie, ouderen en hoogopgeleiden neigen meer naar nieuws- en actualiteitenprogramma's van de publieke omroep, lageropgeleiden naar de programma's van de commerciële omroep. Dagbladen nemen een goede tweede positie in, waarbij wederom vooral ouderen en hoogopgeleiden de journalistieke selectie van betaalde landelijke dagbladen lijken te prefereren als het gaat om achtergronden van het nieuws.

Ondanks deze verschillen kunnen we niet spreken van een duidelijk gefragmenteerd publiek, noch wat betreft de bronnen die Nederlanders raadplegen voor een overzicht,

noch wat betreft de bronnen die men raadpleegt voor achtergronden.

Zowel bij overzichts- als bij achtergrondinformatie speelt het gebruik van nieuwsmedia in het algemeen veelal een belangrijke rol. Internetgebruik kan zelfs een katalysator zijn van het gebruik van (andere, ook traditionele) nieuwsmedia voor overzichts- en achtergrondinformatie; Hoe meer tijd men doorbrengt op het internet (inclusief e-mailen, surfen of welke toepassing dan ook), hoe meer nieuwsbronnen men gebruikt, en, hoe meer bronnen men gebruikt, des te meer nieuwsbronnen men ook raadpleegt voor een overzicht van en achtergronden bij actualiteiten.

Het internet heeft daarmee naast de televisie een 'trap-functie' gekregen. Het blijkt in staat te zijn om mensen (indirect) te confronteren met informatie die verder reikt dan hun initiële, persoonlijke belangstelling. Voorheen werd aangenomen dat alleen de televisie hiervoor kon zorgen (Schoenbach & Lauf, 2002, 2004), maar nu blijkt ook het internet deze functie te kunnen vervullen (zie ook De Waal & Schoenbach, 2008).

Samenvattend kan men stellen dat het nieuwe media-aanbod niet echt heeft geleid tot fragmentatie van het publiek. Burgers hebben het overzicht van wat er maatschappelijk speelt niet verloren, ook al kunnen zij dit soort informatie eenvoudig vermijden. De optimistische visie van het gebruik van het nieuwe media-aanbod – die ervan uit gaat dat mensen nieuwsgierige wezens zijn die willen weten wat er in de maatschappij speelt, ook al vinden ze veel daarvan niet zo razend interessant (Schoenbach, 2007) – lijkt dus te zegevieren en er is geen sprake van het einde van de alom geïnformeerde burger die op zijn minst iets afweet van actuele onderwerpen.

Vooralsnog zijn televisie en traditionele landelijke dagbladen anno 2010 nog steeds erg belangrijk in de informatievoorziening, zowel voor het verschaffen van een overzicht als van het geven van achtergrondinformatie bij actualiteiten. Gratis dagbladen en nieuwssites spelen met hun veelal grote bereik (ook onder nieuwe generaties) een onmiskenbare rol in het verschaffen van een overzicht van actualiteiten, maar zijn aanzienlijk minder belangrijk voor achtergronden. Of dit een kwestie is van desinteresse bij gebruikers en/of het beperkte aanbod van deze media is de vraag.

Uiteraard hebben nieuwssites minder *prominente* (voorpagina-)ruimte voor achtergronden en context. Maar op zich is er geen medium met zo een enorme, relatief beperkte, ruimte in de diepere lagen in de online-structuur. Daarnaast verschaft het interactieve karakter ook ongekende mogelijkheden tot verdieping. Waarom worden nieuwssites dan doorgaans nauwelijks gebruikt voor achtergrondinformatie? Worden mogelijkheden daartoe (nog) niet goed (genoeg) benut? En hoe zit het met gratis dagbladen? Is het aanbod van achtergrondinformatie beperkt omdat gebruikers van deze media geen behoefte hebben aan verdieping? Of hebben ze gewoon nog niet de nodige autoriteit opgebouwd die de traditionele media hebben?

Een belangrijke bevinding is dat nieuwssites in ieder geval wel succesvol achtergrondinformatie *kunnen* bieden. De sites van kwaliteitskranten hebben aangetoond hierin te slagen. Zo worden bijvoorbeeld volkskrant.nl, trouw.nl, nrc.nl en nrcnext.nl door een meerderheid van hun bezoekers gebruikt voor achtergronden en context (tabel 16). Maar het bereik van deze sites is beperkt. Het merendeel, zeker van de jongere bezoekers, prefereert andere nieuwssites zoals

nu.nl. Wellicht hebben zij minder belangstelling voor dit soort informatie?

Het kan ook zijn dat zolang gebruikers niet met achtergronden worden geconfronteerd, ze ook niet de behoefte aan dat soort informatie ontwikkelen. Kortom, gaan achtergronden en context verloren met het gebruik van nieuwe (interactieve) nieuwsmedia? En, leidt het nieuwe media-aanbod op langere termijn dan tot het einde van de diepgaand geïnformeerde burger? Althans, voor degenen die geen primaire belangstelling hebben voor context en achtergronden? Dit zijn vragen die in vervolgonderzoek aan de orde zouden moeten komen.

Zoals altijd uit publieksonderzoek blijkt, vinden we ook nu weer dat bepaalde mensen minder profiteren van de informatievoorzieningen in de maatschappij: de jonge, laagopgeleide en weinig geïnteresseerde 'informatiemijders' (zie ook Norris, 2001 en ook al Tichenor, Donohue & Olien, 1970). Deze groep zou in de gaten gehouden moeten worden – hoewel er enige hoop is dat juist het internet ervoor zorgt dat ook weinig gemotiveerde leden van het publiek wel iets over de wereld ervaren.



**TABEL 16** Gebruik van individuele nieuwssites tbv overzichts- en achtergrondinformatie

<i>overzicht</i>		<i>achtergrond</i>	
<i>nieuwssite</i>	<i>bereik (%)</i>	<i>nieuwssite</i>	<i>bereik (%)</i>
volkskrant.nl (6%)	66	volkskrant.nl (6%)	63
nrc.nl (4%)	57	fd.nl (4%)	60
<b>nos.nl (18%)</b>	56	trouw.nl (4%)	59
<b>nu.nl (34%)</b>	53	nrcnext.nl (2%)	59
trouw.nl (4%)	53	elsevier.nl (4%)	54
parool.nl (2%)	53	nrc.nl (4%)	53
<b>telegraaf.nl (20%)</b>	50	parool.nl (2%)	42
ad.nl (11%)	49	<b>nos.nl (18%)</b>	40
nieuws.nl (10%)	49	metro.nl (4%)	37
depers.nl (2%)	46	nieuws.nl (10%)	33
elsevier.nl (4%)	45	nieuws.nl.msn.com (8%)	33
metro.nl (4%)	40	<b>telegraaf.nl (20%)</b>	32
spitsnieuws.nl (3%)	39	ad.nl (11%)	32
nieuws.google.nl (13%)	37	depers.nl (2%)	31
fok.nl (5%)	37	spitsnieuws.nl (3%)	31
nrcnext.nl (2%)	36	fok.nl (5%)	31
fd.nl (4%)	34	<b>nu.nl (34%)</b>	28
nieuws.nl.msn.com (8%)	30	nieuws.google.nl (13%)	28
sites van regionale kranten (8%)	23	sites van regionale kranten (8%)	23
geenstijl.nl (8%)	20	geenstijl.nl (8%)	23
<b>rtlnieuws.nl (19%)</b>	14	<b>rtlnieuws.nl (19%)</b>	8

Noot. Tussen haakjes staat het algemene bereik van de nieuwssites. De bereikpercentages zijn gebaseerd op gebruik minimaal 1 dag per week (algemeen, dan wel specifiek tbv overzicht- of achtergrondinformatie).

Vet: nieuwssites met het grootste algemene bereik.

Maar ook al gebruiken nieuwe generaties bijvoorbeeld nieuwssites om op de hoogte te blijven, dan nog zijn dat meestal professionele bronnen. De hoop van de internet-enthousiasten dat nu eindelijk onafhankelijke, niet-professionele informatiekkanalen worden gebruikt (Gillmor, 2004) is (nog) nauwelijks vervuld. Nederlanders vertrouwen nog altijd overduidelijk op professionele journalistiek en daarmee bewijst deze studie de steeds nog voorhanden zijnde waarde van experts van de selectie, de bewerking en interpretatie van het nieuws. Reden genoeg om in een goede opleiding en in de werkcondities van journalisten te investeren, maar ook in de media als instituties.



## LITERATUUR

- Baum, M.A.  
2005 *Soft news goes to war: Public opinion and American foreign policy in the new media age*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Blumler, J.G.  
1970 'The political effects of television'. In: J. D. Halloran (ed.), *The political effects of television* (pp. 68-104). London: Panther.
- Cacioppo, J.T., R.E. Petty & C.F. Kao  
1984 'The efficient assessment of need for cognition'. *Journal of Personality Assessment*, 48(3), 306.
- d'Haenens, L., N. Jankowski & A. Heuvelman  
2004 'News in online and print newspapers: Differences in reader consumption and recall'. *New Media and Society*, 6(3), 363-382.
- De Waal, E., K. Schoenbach & E. Lauf  
2005 *Online kranten en maatschappelijke betrokkenheid: Een onderzoek naar de invloed van het lezen van online versus gedrukte dagbladen op de publieke agenda*. Den Haag: Bedrijfsfonds voor de Pers.
- De Waal, E., & K. Schoenbach  
2008 'Presentation style and beyond: How print newspapers and online news expand awareness of public affairs issues'. *Mass Communication & Society*, 11, 1-16.
- Ferree, M.M., W.A. Gamson, J. Gerhards & D. Rucht  
2002 'Four models of the public sphere in modern democracies'. *Theory and Society*, 31(3), 289-324.
- Habermas, J.  
1962 *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Neuwied/Berlin: Luchterhand.
- 2006 'Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research'. *Communication Theory*, 16(4), 411-426.
- Gillmor, D.  
2004 *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly.

- McCrae, R.R., & P.T. Costa  
 1996 'Toward a new generation of personality theories: Theoretical contexts for the five-factor model'. In: J.S. Wiggins (ed.), *The five factor model of personality: Theoretical perspectives* (pp. 51–87). New York: Guilford.
- Neuberger, C.  
 2002 'Alles Content oder was? Vom Unsichtbarwerden des Journalismus im Internet'. In: R. Hohlfeld, K. Meier & C. Neuberger (eds.), *Innovationen im Journalismus: Forschung für die Praxis* (S. 25-69). Münster etc.: Lit.
- Norris, P.  
 2001 *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet world-wide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Prior, M.  
 2005 'News vs. entertainment: How increasing media choice widens gaps in political knowledge and turnout'. *American Journal of Political Science*, 49(3), 577-592.  
 2007 *Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Schoenbach, K.  
 2004 'A balance between imitation and contrast: What makes newspapers successful? A summary of internationally comparative research'. *Journal of Media Economics*, 17, 219-227.  
 2005 'The hyperactive audience – still an illusion. An essay, revisited.' In: P. Roessler & F. Krotz (eds.), *Mythen der Mediengesellschaft (the media society and its myths)* (pp. 267-278). Constance, Germany: uvk.  
 2007 'The own in the foreign': Reliable surprise – an important function of the media? *Media, Culture & Society*, 29, 344-353.
- Schoenbach, K. & E. Lauf  
 2002 'The 'trap' effect of television and its competitors'. *Communication Research*, 29, 564-583.  
 2004 'Another look at the 'trap' effect of television—and beyond'. *International Journal of Public Opinion Research*, 16, 169-182.
- Schoenbach, K., E. Waal & E. Lauf  
 2005 'Online and print newspapers: Their impact on the extent of the perceived public agenda'. *European Journal of Communication*, 20, 245-258.
- Stefanone, M. A. & C.-Y. Jang  
 2008 'Writing for friends and family: The interpersonal nature of blogs'. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 123-140.

Strömbäck, J.

- 2005 'In search of a standard: Four models of democracy and their normative implications for journalism'. *Journalism Studies*, 6(3), 331-345.

Sunstein, C.

- 2001 *Republic.com*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- 2007 *Republic.com 2.0*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Tichenor, P.J., G.A. Donohue & C.N. Olien

- 1970 'Mass media flow and differential growth in knowledge'. *Public Opinion Quarterly*, 34, 159-170.







