

This item is the archived peer-reviewed author-version of:

Eén bril, vele visies? Diversiteit in Vlaamse nieuwsmedia en de perceptie bij het publiek

Reference:

Buyens Willem, Van Aelst Peter.- Eén bril, vele visies? Diversiteit in Vlaamse nieuwsmedia en de perceptie bij het publiek
Tijdschrift voor communicatiewetenschap - ISSN 1384-6930 - 49:1(2021), p. 29-50
Full text (Publisher's DOI): <https://doi.org/10.5117/TCW2021.1.003.BUYE>
To cite this reference: <https://hdl.handle.net/10067/1791450151162165141>

Eén bril, vele visies?

Diversiteit in Vlaamse nieuwsmedia en de perceptie bij het publiek

Willem Buyens en Peter Van Aelst

Departement Politieke Wetenschappen, Universiteit Antwerpen

Dit is de finale auteursversie van een artikel dat werd gepubliceerd door Amsterdam University

Press in Tijdschrift voor Communicatiewetenschap, beschikbaar via: <https://www.aup-online.com/content/journals/10.5117/TCW2021.1.003.BUYE>.

Noot

Willem Buyens, Doctoraatsstudent. Contactgegevens: Willem Buyens, Universiteit Antwerpen, Lange Nieuwstraat 55 (LN55.116), 2000 Antwerpen. Email: willem.buyens@uantwerpen.be. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3565-6977>

Prof. dr. Peter Van Aelst, Gewoon Hoogleraar. Contactgegevens: Peter Van Aelst, Universiteit Antwerpen, Lange Nieuwstraat 55 (LN55.114), 2000 Antwerpen. Email: peter.vanaelst@uantwerpen.be. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2548-0309>.

We hebben geen belangenverstrengelingen te rapporteren.

Dit onderzoek werd ondersteund door Fonds Wetenschappelijk Onderzoek (FWO) onder Beurs S008817N. We danken uitdrukkelijk de collega's in dit interuniversitair project, en met name Pascal Verhoest, Leen d'Haenens, Kathleen Beckers en Arno Slaets voor de goede samenwerking en constructieve feedback.

Samenvatting

Deze studie combineert een inhoudsanalyse en dagboekmethode om na te gaan in welke mate de berichtgeving over twee nieuwsverhalen in Vlaamse media verschilt en op welke manier deze verschillen en persoonlijkheidskenmerken de perceptie van diversiteit en toon bij nieuwsconsumenten beïnvloeden.

Inleiding

In de wetenschappelijke literatuur bestaat er weinig discussie over het belang van een divers nieuwsaanbod voor de goede werking van een democratie. Verschillende auteurs beklemtonen dat een diversiteit aan actoren en standpunten bijdraagt aan de kwaliteit van het publieke debat, en aan het ideaal van een breed geïnformeerd electoraat (Masini et al., 2018; Napoli, 2011). Simpel samengevat, hoe meer diversiteit in het nieuws, hoe beter voor het publiek. Toch wordt zelden de vraag gesteld op welke manier burgers die diversiteit aan actoren en meningen in het nieuws precies percipiëren en interpreteren. Wordt een nieuwsbericht met veel actoren en standpunten ook als een divers of evenwichtig stuk ervaren door de kijker? Of kijkt iedereen door zijn eigen ‘gekleurde’ bril naar het nieuws? Onderzoek toont namelijk aan dat mensen vaak geneigd zijn om een zekere mate van vertekening op te merken bij het decoderen van nieuwsberichtgeving, zelfs als die vrij neutraal gepresenteerd wordt (voor een overzicht, zie Hansen & Kim, 2011). Deze perceptie van vertekening of bias, al dan niet gegrond, wordt beïnvloed door vooringenomenheid bij de ontvanger of een verwachte vooringenomenheid bij de producent van de nieuwsberichtgeving. Vertekende percepties van media-inhouden worden veelal gelinkt aan de selectieve blootstelling aan en selectieve perceptie van nieuws door het publiek (Hansen & Kim, 2011; Stroud, 2008; Vallone et al., 1985; Vidmar & Rokeach, 1974). Aangezien mispercepties vele oorzaken kunnen hebben, blijft het moeilijk om bepaalde nieuwsberichtgeving duidelijk te linken aan de percepties van het publiek. Het onderzoeken van zowel de inhouden van nieuwsmedia als de bijbehorende percepties van het publiek kan een duidelijker beeld scheppen van de factoren die deze percepties beïnvloeden.

In dit onderzoek wordt er gekeken naar de *diversiteit* en de *toon* van de berichtgeving en hoe die worden gepercipieerd door het publiek. Om een duidelijke connectie te maken tussen media-inhoud en de perceptie ervan kiezen we voor een diepgaande analyse van twee specifieke prominente nieuwsverhalen. Alle nieuwsitems die in de periode van 23

april tot 5 mei 2018 in de Vlaamse nieuwsmedia verschenen over de staking bij Lidl (een *socio-economisch* issue) en de incidenten met allochtone jongeren in de Brusselse wijk Peterbos (een *socio-cultureel* issue) werden verzameld en geanalyseerd om de inhoudelijke verschillen te bestuderen. Gelijktijdig werd een survey- en dagboekonderzoek uitgevoerd bij een steekproef van Vlaamse nieuwsconsumenten om hun (nieuws)mediagebruik nauwkeurig te registreren en hun attitudes en percepties te bestuderen. Deze studie peilt de mate waarin de berichtgeving over uiteenlopende issues verschilt in de aard en diversiteit van inhoudelijke elementen als actoren en standpunten (RQ1), en hoe deze al dan niet verschillende inhoud gepercipieerd wordt door het publiek (RQ2). Op basis van inzichten over selectieve blootstelling en selectieve perceptie formuleren we concrete verwachtingen waarom bepaalde groepen mensen het nieuws anders percipiëren.

Theoretisch kader

Nieuwsinhoud

Onderzoek naar de inhouden van (nieuws)media is overvloedig in het veld van de (politieke) communicatiewetenschappen. De inhoud van de media heeft dan ook mogelijk een invloed op kennis, attitudes en gedrag van zij die het consumeren (Sparks, 2015). In deze studie focussen we meer concreet op inhoudsdiversiteit, en de gerelateerde concepten bias en balans.

Inhoudsdiversiteit in nieuwsberichtgeving wordt vaak gezien als een cruciale waarde en een na te streven doel wanneer het gaat over de normatieve rol van de massamedia. Van Cuilenburg (1999, p. 188) definieert inhoudsdiversiteit als 'heterogeneity of media content in terms of one or more specified characteristics'. Hoffmann-Riem (1987) onderscheidt hierin vier dimensies: issuediversiteit, standpuntdiversiteit, actordiversiteit en geografische diversiteit. Omdat actoren (bronnen) en standpunten in het nieuws wellicht het grootste effect hebben op percepties en issue-specifieke attitudes, gaan we in dit onderzoek dieper in op actor- en standpuntdiversiteit.

Eerder onderzoek toont aan dat actor- en standpuntdiversiteit in het nieuws worden beïnvloed door verschillende factoren op het artikel- en mediumniveau (Humprecht & Esser, 2018; Masini et al., 2018). Zo is er een duidelijk verschil in mate van diversiteit tussen populaire en zogenaamde kwaliteitskranten, maar speelt ook de lengte van het artikel een rol. Met name langere nieuwsitems bevatten een bredere waaier aan actoren en standpunten dan kortere items. Ook het *issue waarover bericht wordt*, blijkt een invloed te hebben op de actoren die voorkomen in de nieuwsitems alsook op de diversiteit van deze groep actoren, wat resulteert in een issue-gebonden actorprominentie. Zo is de dominantie van elitebronnen, zoals politici in het Vlaamse televisienieuws, zeer uitgesproken in items over thema's als justitie en immigratie, terwijl er in het nieuws over socio-economische thema's zoals werkgelegenheid een brede waaier aan middenveldorganisaties in beeld komt (Beckers & Van Aelst, 2019). Masini en Van Aelst (2017) stelden daarnaast vast dat de diversiteit van actoren sterk samenhangt met de diversiteit van standpunten in één nieuwsartikel, waardoor we zouden verwachten dat de issue-gebonden actorprominentie en de actordiversiteit in een nieuwsitem in grote mate bepalen welke perspectieven en standpunten er in dat item worden gepresenteerd.

H1 De actorverdeling in nieuwsberichtgeving over de rellen in Peterbos en de staking bij

Lidl vertoont een verschillende issue-gebonden actorprominentie.

H2 Nieuwsitems over de staking bij Lidl vertonen een hogere mate van actordiversiteit

dan nieuwsitems over de rellen in Peterbos.

Naast het aantal verschillende actoren en standpunten in nieuwsberichtgeving is ook een eventuele *vertekening* van deze verdeling van belang. Studies naar balans (voor een overzicht, zie Hopmann et al., 2012) en bias (zie bv. Niven, 2001) gaan na in hoeverre er een

bepaalde (impliciete of expliciete) vooringenomenheid blijkt uit de berichtgeving van een nieuwsmidium. Onderzoek naar bias en balans gebeurt vooral op het medium-niveau, maar het concept wordt ook bestudeerd door de verscheidenheid van standpunten die over een bepaald issue in één nieuwsbericht voorkomen te beschrijven (Beckers et al., 2018). Een nieuwsitem is gebalanceerd als het verschillende soorten (politieke) actoren, vaak met tegenstrijdige standpunten, aan bod laat. In het geval dat die balans structureel afwezig is, en er een onevenwicht ontstaat ten koste van één partij of visie, dan is er sprake van bias (zie ook De Swert, 2011). De standpunten die in nieuwsberichten gepresenteerd worden, geven een inzicht in de opinies waar nieuwsconsumenten aan worden blootgesteld, en in de perspectieven die in het publieke debat van belang zijn.

In landen die vanouds (Zuid-Europa) of meer recent (VS) gekenmerkt worden door een gepolariseerd medialandschap, met duidelijke ideologische verschillen tussen verschillende media, is de berichtgeving vaak minder gebalanceerd in termen van actoren en standpunten (Nechushtai, 2018). In het Vlaamse (en Belgische) medialandschap, dat volgens Hallin en Mancini (2004) behoort tot het democratisch-corporatistische model, brengen nieuwsoutlets voornamelijk neutrale of meer gebalanceerde berichtgeving en presenteren ze vaker standpunten tegenover elkaar (Newman et al., 2018). Bijgevolg verwachten we over het algemeen een eerder hoge mate van balans of neutraliteit, en geen structurele bias in de aanwezigheid van standpunten of actoren.

H3: Standpunten in de nieuwsberichtgeving over de staking bij Lidl en de rellen in

Peterbos zijn grotendeels gebalanceerd.

Publieksperceptie

Naast de inhoud van nieuwsartikelen over de twee issues, staat ook de *manier waarop die gepercipieerd wordt* door het publiek en individuele nieuwsmediaconsumenten centraal in deze studie. Ondanks de onzekerheid over causale effecten van nieuwsberichten op individuen, hebben media-inhouden een invloed op de manier waarop personen bepaalde issues en bij uitbreiding de maatschappelijke werkelijkheid interpreteren (Meyer, 1972). Onderzoek naar de percepties onder nieuwsconsumenten van bepaalde berichtgeving wordt vaak gedaan met betrekking tot vermeende bias in nieuwsberichtgeving. Vergeleken met de sterk ideologische en verzuilde nieuwsmedia uit de Belgische geschiedenis (De Bens & Raeymaeckers, 2007; Hallin & Mancini, 2004) heersen er in het huidige traditionele journalistieke landschap idealen van neutraliteit en objectiviteit, onder andere door de invloeden van professionalisering en commercialisering (Schudson, 2001)¹. Desondanks ervaren nieuwsconsumenten nog een zekere vorm van bias in de nieuwsberichtgeving.

Een eerste verklaring voor deze bias in perceptie is ‘selective exposure’, of selectieve blootstelling. Hoewel theorieën van *selectieve blootstelling* al sinds de jaren 1960 onderzocht worden, zijn ze met name sinds de digitale en technologische evoluties van de voorbije decennia, en de hoogst gepersonaliseerde nieuwsdiëten die daardoor mogelijk werden, opnieuw zeer relevant (Hansen & Kim, 2011). Onderzoekers vermelden theoretische argumenten voor (Jonas et al., 2005; Klapper, 1960) en tegen (Kinder, 2003; Zaller, 1992), maar de resultaten van empirisch onderzoek bevestigen grotendeels de hypothese dat er een correlatie is tussen iemands ideologische voorkeur en de (soorten) media die ze consumeren (Bos et al., 2016; Hansen & Kim, 2011; Stroud, 2008, 2010).

In de Belgische, en bij uitbreiding West-Europese, context is het moeilijker om een ideologisch geïnspireerd nieuwsdieet samen te stellen dan in de Verenigde Staten, waar het meeste onderzoek naar (politieke) selectieve blootstelling werd uitgevoerd. Toch bestaat ook hier de mogelijkheid dat mensen met een andere ideologische achtergrond andere

percepties hebben van media en het nieuws. Niet alleen worden nieuwsconsumenten met andere ideologische voorkeuren blootgesteld aan andere (soorten) media (Bos et al., 2016), ze zien of percipiëren ook andere elementen in dezelfde inhoud. Zo zien personen met andere standpunten of opvattingen bepaalde elementen in meerdere of mindere mate of interpreteren ze dezelfde elementen op een andere manier bij het bekijken van éénzelfde nieuwsitem (Vidmar & Rokeach, 1974). Een specifieke vorm van ‘political selective perception’ of politieke selectieve perceptie komt voor in het zogenoemde ‘Hostile Media Phenomenon’ (HMP). Hierbij percipiëren personen met een bepaalde ideologische achtergrond een relatief neutraal nieuwsbericht als vertekend in het nadeel van ‘hun kant’ (Vallone et al., 1985).

Gunther en Chia (2011) breidden het concept van HMP uit naar het zogenaamde relatieve HMP door te stellen dat tegenstanders van een bepaald issue of fenomeen ongeacht de objectiviteit of de neutraliteit van de nieuwsberichtgeving afwijkende percepties zouden hebben over de vermeende bias in het nieuws. Deze ruimere definitie van het begrip staat onderzoekers toe om het HMP te bestuderen in een eerder realistische setting, zonder afhankelijk te zijn van een neutrale experimentele context. Vandaar ook focust dit onderzoek op de percepties die personen hebben met betrekking tot de werkelijke nieuwsberichtgeving in een natuurlijke setting.

De mate van HMP of (politieke) selectieve perceptie, zowel van diversiteit als van de toon van het nieuws, is afhankelijk van verschillende factoren, zoals polarisatie of de mate waarin iemand betrokken is bij een issue (Hansen & Kim, 2011; Stroud, 2010), de bron en inhoud van de berichtgeving en de manier waarop het tot stand kwam (Arpan & Raney, 2003; Meyer, 1972), en mediascepticisme van de nieuwsconsument (Choi et al., 2009). We kijken in dit onderzoek in de eerste plaats naar het effect van bestaande attitudes en vooringenomenheid over het issue waarover bericht wordt op de perceptie van diversiteit en bias in nieuwsberichtgeving. Wang, Guo, en Shen (2011) ondervonden dat de

extremiteit van bestaande attitudes een invloed hadden op de waargenomen diversiteit van meningen (H4) en het HMP doet verwachten dat die vooringenomenheid ook een belangrijke invloed heeft op de perceptie van bias (H5). We controleren in onze analyses voor een aantal andere variabelen zoals mediascepticisme en nieuwsconsumptie.

H4: Perceptie van diversiteit in de berichtgeving verschilt naargelang vooringenomenheid of bestaande attitudes ten aanzien van het issue.

H5: Perceptie van toon in de berichtgeving verschilt naargelang vooringenomenheid of bestaande attitudes ten aanzien van het issue.

Methoden

Om zowel de inhoud als de perceptie van nieuws te bestuderen werd in de periode van 23 april tot 5 mei 2018 een *publiekstudie* en een *inhoudsanalyse* uitgevoerd in het Vlaamse medialandschap. De Vlaamse nieuwsomgeving wordt gekenmerkt door de dominantie van een sterke publieke omroep (VRT) en de concentratie van de meeste andere traditionele nieuwsmedia in twee mediaorganisaties (Mediahuis en DPG Media). We focussen op twee concrete nieuwsverhalen die voldoende in het nieuws waren en die tegelijk thematisch erg verschillend zijn. Het eerste nieuwsverhaal ging over de incidenten met allochtone jongeren in de Brusselse wijk Peterbos en kadert binnen de ruimere problematiek van migratie en integratie (n=108). Het tweede nieuwsverhaal omvat alle nieuwsberichten over de staking en onderhandelingen bij supermarktketen Lidl, wat kan gezien worden als een typisch socio-economisch thema (n=216). De inhoudelijke verscheidenheid tussen beide nieuwsverhalen laat toe om eventuele thematische verschillen in zowel inhoud als perceptie ervan nader te onderzoeken. De dataset omvat nieuwsitems van zowel online als papieren versies van traditionele kwaliteitskranten (De Standaard en De Morgen), populaire kranten (Het Laatste Nieuws, Het Nieuwsblad, regionale kranten), alternatieve

nieuwsmedia², radio-, en televisienieuws van zowel de commerciële als de publieke omroepen (N=324).

Codeurs registreerden, naast enkele algemene kenmerken van het artikel³, voor elke individuele actor tot welke categorie ze behoorden. De opdeling van actoren werd gebaseerd op voorgaand wetenschappelijk onderzoek (Beckers & Van Aelst, 2019) en bestaat uit vier centrale categorieën (politiek en overheid, experts en professionals, maatschappelijk middenveld, en burgers) die elk onderverdeeld zijn in verschillende subcategorieën. Vervolgens werd het onderscheid gemaakt tussen actieve actoren die in het nieuwsitem aan het woord komen (en dus spreektijd krijgen in audiovisuele media, of geparafraseerd of geciteerd worden in de geschreven media) en passieve actoren die enkel vermeld werden. Verder werd gecodeerd of deze actoren ook een standpunt uitten. Om de betrouwbaarheid van de codering te verzekeren werden codeurs opgeleid en nauwkeurig opgevolgd in hun codering. De intercodeurbetrouwbaarheid van variabelen op actorniveau bleek voldoende (Krippendorff's Alpha-waarden van $\alpha > 0,75$), hoewel het aanduiden van actoren die een standpunt uiten moeilijker leek te zijn ($\alpha = 0,62$ voor het aantal actoren met mening per artikel). Om deze reden werden de opinie-coderingen gecontroleerd en gehercodeerd in een inductieve indeling van twee categorieën per casus. Voor de Peterbos-casus werd bepaald of het standpunt eerder (1) positief was ten aanzien van migratie en integratie, of (2) negatief of pessimistisch ten aanzien van migratie en integratie. Voor de Lidl-casus werden de standpunten gecodeerd in (1) steun of begrip voor de staking en de stakende vakbonden, of (2) geen steun of onbegrip voor de staking en de stakende vakbonden.

Het operationaliseren van concepten als balans en neutraliteit is uiterst moeilijk, en vraagt om keuzes die de complexiteit van de berichtgeving reduceren. De standpuntdiversiteit op itemniveau werd berekend op basis van de standpunten die actoren in het nieuwsitem uitten. We beschouwen een nieuwsitem als neutraal als er geen

enkel standpunt van een actor over het nieuwsfeit in voorkomt. Items werden als gebalanceerd gecodeerd wanneer er actoren de kans kregen zowel standpunten voor als tegen naar voor te brengen. Eenzijdige nieuwsitems, ten slotte, bevatten enkel standpunten voor of enkel standpunten tegen.

In dezelfde periode (23 april tot 5 mei 2018) werd een publieksstudie uitgevoerd om de perceptie van de nieuwsberichtgeving bij respondenten te bestuderen. Een steekproef (N=10000) bij een doelgroep van 25- tot 45-jarige Vlamingen werd getrokken aan de hand van een 'random sample' uit een database van bpost. Aangezien de respondenten verwacht werden deel te nemen aan een tijdsintensief dagboekonderzoek was de respons eerder beperkt. Allereerst werd er een presurvey (N=1006) georganiseerd, vervolgens een dagboekonderzoek (N=460) en ten slotte een postsurvey (N=572). Het merendeel van de analyses in dit onderzoek werd uitgevoerd op de steekproef van 460 respondenten die zowel de presurvey, de postsurvey als het dagboekonderzoek invulden. Ondanks de aanzienlijke drop-out van respondenten, is de steekproef behoorlijk gebalanceerd wat betreft de geslacht (55,9% vrouwen, 43,9% mannen) en leeftijd (23-35, 47,4%; 36-45, 52,6%)⁴.

De voornaamste onafhankelijke variabelen zijn issue-specifieke attitudes (etnocentrisme en economisch egalitarisme), politieke kennis, vertrouwen in de media (zie appendix A voor de exacte vraagformuleringen), en de diversiteit en intensiteit van nieuwsconsumptie. Politieke kennis werd berekend als somschaal van vier algemene kennisvragen. De andere onafhankelijke variabelen werden gemeten aan de hand van gevalideerde schalen: vertrouwen in media (vijf ja/nee-vragen; $\alpha = 0,84$), etnocentrisme (vier 5-punt Likertitems; $\alpha = 0,85$) en economisch egalitarisme (drie 5-punt Likertitems; $\alpha = 0,71$). De intensiteit (aantal uren per week) en diversiteit van de nieuwsconsumptie van respondenten werd bepaald aan de hand van de registraties in het dagboekonderzoek. De diversiteit werd berekend op basis van het aantal verschillende mediumtypen (kwaliteitskranten, populaire

kranten, radionieuws, televisienieuws, en alternatieve nieuwsmedia) aan de hand van Simpson's (1949) gestandaardiseerde diversiteitsindex D_z waarin p_i staat voor de proportie van actoren in de i^{de} categorie, en k voor het totaal aantal categorieën in de verdeling:

$$\text{Simpson's } D_z = \frac{1 - \sum p_i^2}{1 - \frac{1}{k}}$$

Resultaten

Inhoudsanalyse

De vier actorcategorieën komen elk met een zeer verschillende prominentie aan bod in de nieuwsberichtgeving over de rellen in Peterbos en die over de staking bij Lidl. Over beide nieuwsverhalen wordt bericht vanuit het perspectief van een relatief specifieke maatschappelijke groep. Het nieuws over de rellen wordt gedomineerd door politieke actoren en ook burgers worden vaak vermeld. Actoren uit het middenveld en het bedrijfsleven, daarentegen, zijn grotendeels afwezig. De berichtgeving over de staking bij Lidl vertoont dan weer een zeer hoge aanwezigheid van actoren uit het middenveld en het bedrijfsleven. Politieke actoren zijn hier zo goed als afwezig, terwijl de prominentie van burgers als (actieve) actoren vergelijkbaar is met die in de nieuwsitems over de rellen. De percentages in Tabel 1 geven blijk van een relatief sterke *issue-gebonden actorprominentie*, en bevestigen daarmee H1. Het issue waarover bericht wordt, bepaalt dus in grote mate welke groepen van actoren aan bod komen in de berichtgeving, en dus ook welke maatschappelijke groepen een invloed kunnen uitoefenen op de inhoud ervan. De issue-specifieke verdeling van actoren over de maatschappelijke groeperingen wordt in de meeste gevallen bevestigd of nog verder versterkt wanneer enkel de actieve (geparafraseerde of geciteerde) actoren in overweging genomen worden. Deze bevinding bevestigt dus dat de dominerende actorcategorieën niet enkel meer zichtbaar zijn in de berichtgeving over issues waarmee zij geassocieerd worden, maar dat ze ook een grotere kans hebben om hun standpunten erin te uiten.

Ondanks de verschillen in actorprominentie, verschillen de items over de twee nieuwsverhalen amper in de actordiversiteit die ze vertonen. Appendix B en Appendix C tonen de gemiddelde actordiversiteit per nieuwsartikel in de vorm van het aantal verschillende actorcategorieën dat aan bod komt of actief aan het woord wordt gelaten, opgedeeld per nieuwsissue en mediumcategorie. Hoewel de diversiteitsindicatoren aantonen dat de artikelen over de rellen gemiddeld significant meer ($F(1, 308) = 30,390, p = 0,000$) van de tien microcategorieën aanhalen en de items over de staking gemiddeld meer ($F(1, 277) = 6,530, p = 0,011$) van de vier macrocategorieën aan het woord laten, wordt duidelijk dat de nieuwsberichtgeving over de twee issues een zeer gelijkaardige actordiversiteit vertoont. De verschillen binnen de mediumcategorieën en tussen de nieuwsissues enerzijds en tussen de mediumcategorieën anderzijds zijn niet significant. Aangezien de actordiversiteit in het nieuws over de staking en de rellen niet substantieel verschilt, verwerpen we H2.

Tabel 1. (Actieve) actorverdeling per nieuwsverhaal

	Rellen		Staking	
	%	% actief	%	% actief
Politiek en overheid	56,2%	65,4%	9,2%	9,4%
Overheidsambtenaren	26,9%	26,7%	2,4%	0,4%
Politici	17,0%	34,9%	6,5%	9,0%
Veiligheids- en hulpdiensten	12,3%	3,8%	0,3%	0,0%
Maatschappelijk middenveld	3,3%	5,4%	31,4%	41,6%
Experten en professionals	11,8%	9,7%	35,3%	28,6%
Bedrijfsleiders en woordvoerders	1,0%	0,5%	28,8%	18,1%
Bekendheden	0,0%	0,0%	0,2%	0,4%
Experten en academici	1,0%	3,8%	4,1%	8,6%
Media en journalisten	9,8%	5,4%	2,2%	1,5%
Burgers	28,7%	19,5%	24,1%	20,4%
Betrokken burgers	24,7%	13,0%	19,0%	10,7%
Niet-betrokken burgers	4,0%	6,5%	5,1%	9,7%
N	693	184	1161	476

De standpunten in de artikelen over de staking en de rellen werden breed gecodeerd in termen van steun voor de centrale actoren in het nieuwsverhaal. Meer dan twee derde van de standpunten in de nieuwsitems over de rellen is negatief tegenover (het gebrek aan) integratie en de allochtone jongeren (72%), terwijl bijna zestig procent van de standpunten over de staking (58%) steun uitdroeg voor de staking en de betogende vakbondsleden. De standpunten zijn bovendien niet onafhankelijk van de actoren die ze uitten. Zo uiten politieke actoren meer standpunten die negatief of pessimistisch zijn ten aanzien van migratie en integratie, terwijl burgers vaker positief en hoopvol zijn. Ook in de artikelen over de staking wordt een opvallend onderscheid duidelijk. Zo uiten politieke actoren en actoren uit het bedrijfsleven overwegend standpunten in het nadeel van de stakers en vakbonden, terwijl burgers en actoren uit het middenveld wel meer steun betuigen voor de staking.

Naast de issue-gebonden actorprominentie zijn dus ook de standpunten over de gebeurtenissen verbonden aan de actoren die ze uitten. Deze bevinding doet verwachten dat de nieuwsartikelen waarin meer of juist minder actoren van een bepaalde actorcategorie voorkomen, ook meer ingevuld zijn vanuit het perspectief van die actorgroep. Aan de hand van de eerdergenoemde standpunten werd bepaald of de nieuwsitems over de rellen in Peterbos of de staking bij Lidl neutraal (geen standpunt), gebalanceerd (positieve en negatieve standpunten) of eenzijdig (positief of negatief) waren.

Tabel 2. Balans van standpunten op artikelniveau per nieuwsverhaal

	Rellen	Staking
Eenzijdig negatief	20,6%	15,1%
Neutraal	70,1%***	42,9%
Gebalanceerd	1,8%	14,6%***
Eenzijdig positief	7,5%	27,4%***
N	107	212

*** $p < 0,001$, aangeduid bij de hoogste waarde

Uit Tabel 2 blijkt dat de toon van de berichtgeving in beide casussen eerder verschillend is. In het geval van de rellen is de berichtgeving meestal neutraal (70%), en zijn er amper gebalanceerde artikelen, die beide kanten van de discussie belichten. Indien er wel een standpunt aan bod komt, is dat vaker eenzijdig negatief (21%), en zelden uitgesproken positief (8%). Aangezien het ging om (gewelddadige) incidenten is een eerder negatieve kijk op de gebeurtenissen niet verwonderlijk. De berichtgeving over de staking is minder vaak neutraal (43%) maar bevat meer gebalanceerde artikelen (15%). Dit is in lijn met hoe journalisten traditioneel over een socio-economisch issue berichten, door zowel de perspectieven van de directie als die van de werknemers in kaart te brengen. Desondanks werden in een aanzienlijk deel van de artikelen (27%) enkel standpunten vermeld die positief waren tegenover de staking, terwijl er in 15% van de nieuwsitems alleen standpunten aan bod werden gelaten waarin expliciet geen steun werd betuigd aan de staking. Ondanks deze opvallende verschillen, biedt Tabel 2 bevestiging voor H3, aangezien een meerderheid van de artikelen over beide issues eerder neutraal of gebalanceerd is.

De resultaten van de bovengenoemde inhoudsanalyse tonen aan dat er opmerkelijke verschillen zijn tussen de nieuwsitems over de staking en die over de rellen in Peterbos. In lijn met de bevindingen van Beckers en Van Aelst (2019) wordt duidelijk dat de actorprominentie erg afhankelijk is van het issue waarover bericht wordt. Daarnaast zien we ook dat de inhoudelijke standpunten die geuit worden in de artikelen op hun beurt samenhangen met de actoren die ze uiten. Ondanks verschillen tussen berichtgeving over de rellen en de staking, zijn er weinig verschillen tussen media(typen) en specifieke kranten of zenders. Vlaamse media berichten dus, over het algemeen, op een vrij homogene manier over de twee issues. Deze bevinding doet verwachten dat de percepties van de nieuwsconsumenten beperkt beïnvloed zullen worden door hun nieuwsconsumptie.

Publieksonderzoek

In het tweede deel van ons empirisch onderzoek gaan we na wat nieuwsconsumenten vinden van de standpuntdiversiteit en de toon in de berichtgeving over de rellen en de staking. Respondenten zien overwegend ‘enkele meningen’ in de nieuwsitems over beide issues. Bij vergelijking tussen de twee nieuwsissues wordt duidelijk dat meer respondenten ‘veel verschillende meningen’ zien in de nieuwsitems over de staking, vergeleken met de berichtgeving over de rellen. Uit de inhoudsanalyse bleek dat er aanzienlijk meer artikelen met standpunten verschenen over de staking en dat een groter deel van die artikelen gebalanceerd was met betrekking tot de standpunten die erin voorkwamen. De perceptie van standpuntdiversiteit in de berichtgeving weerspiegelt dus in zekere mate de werkelijke diversiteit van opinies in de gecodeerde nieuwsberichten.

Tabel 3. Perceptie van standpuntdiversiteit per nieuwsverhaal

	Rellen	Staking
Veel verschillende meningen	13,9%	20,6%*
Enkele meningen	73,3%*	66,3%
Slechts één mening	8,7%	10,8%
Geen enkele mening	4,1%	2,3%
N	288	481

** $p < 0,05$, aangeduid bij de hoogste waarde*

Ook de toon in de berichtgeving over de twee issues wordt licht anders geëvalueerd. Respondenten vinden de toon in de berichtgeving over de staking eerder gebalanceerd, terwijl de perceptie van de toon in de berichtgeving over de rellen iets meer gepolariseerd is. Bijna één vierde van de respondenten vindt ze te negatief, terwijl bijna 15% ze dan weer te positief vindt. Enerzijds tonen deze resultaten aan dat het publiek het groter aandeel gebalanceerde artikelen in de Lidl-berichtgeving ook op die manier percipieert en de berichtgeving in het algemeen dus ook meer gebalanceerd vindt. Anderzijds zou het kunnen dat het nieuws over de rellen, en dus het socio-culturele issue, meer uitgesproken

attitudes en percepties opwekt bij het publiek, wat zich uit in een hogere ontevredenheid met de toon van de berichtgeving.

Tabel 4. Perceptie van toon per nieuwsverhaal

	Rellen	Staking
Te negatief	23,2%	20,5%
Gebalanceerd	63,6%	73,8%**
Te positief	13,2%**	5,7%
N	242	419

*** $p < 0,01$, aangeduid bij de hoogste waarde*

Hoewel de verschillen in perceptie van de standpuntdiversiteit en toon in de berichtgeving over de twee issues de bevindingen op inhoudsniveau grotendeels spiegelen, vertonen de percentages ook verschillen die moeilijker te verklaren zijn. Zo wordt de nieuwsberichtgeving over de rellen significant meer als ‘te positief’ gezien, terwijl het merendeel van de standpunten in de nieuwsitems negatief bleek te zijn ten opzichte van migratie en integratie. De hypothesen over selectieve blootstelling en selectieve perceptie doen verwachten dat ook andere elementen, zoals de vooringenomenheid⁵ van de respondent en de nieuwsitems en -media die zij selecteren, een invloed kunnen hebben op deze eventueel vertekende perceptie. In een volgende sectie van deze studie gaan we dan ook na of deze elementen echt een effect hebben op de percepties van nieuwsconsumenten.

Een eerste model in Tabel 5⁶ toont de invloed van verschillende persoonlijkheidskenmerken en nieuwsconsumptie op de perceptie van diversiteit in de nieuwsberichtgeving over de rellen in Peterbos. De coëfficiënten geven aan dat de attitude van de respondenten over het issue van migratie en integratie (etnocentrisme) geen goede voorspeller is van de mate van diversiteit die ze percipiëren in de berichtgeving over de incidenten. Respondenten met een hogere mate van politieke kennis, echter, zien meer verschillende meningen (in vergelijking met ‘geen enkele mening’ en ‘enkele meningen’)

dan respondenten met een lagere politieke kennis. Daarnaast lijkt een hogere mate van vertrouwen in de media ook te zorgen voor de perceptie dat er minstens enkele meningen worden gepresenteerd in de nieuwsberichtgeving.

Tabel 5. Multinomiale logistische regressie van perceptie van diversiteit in Peterbos-berichtgeving⁷

	Geen enkele mening		Slechts één mening		Enkele meningen	
	B	S.E.	B	S.E.	B	S.E.
Intercept	2,95	5,21	5,47	2,70	5,64	2,08
Etnocentrisme	1,18	1,02	-0,38	0,56	-0,09	0,40
Politieke kennis	-1,32*	0,61	-0,61	0,33	-0,53*	0,25
Vertrouwen in media	-2,14*	0,96	-0,50	0,55	-0,37	0,40
Nieuwsconsumptie	-0,19	0,21	-0,11	0,12	0,10	0,07
Div. nieuwsconsumptie	4,70	4,00	-1,31	1,60	-2,48*	1,22
Nagelkerke R ²			0,22			
N			209			

Noot: referentiecategorie = Veel verschillende meningen.

**** $p < 0,001$; ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$*

De perceptie van toon in de berichtgeving over de rellen blijkt nog beter te verklaren aan de hand van de verschillende variabelen in het model. Tabel 6 toont dat vertrouwen in de media ook een rol speelt in de perceptie van toon in de berichtgeving over de incidenten. Respondenten met meer vertrouwen in de media lijken de nieuwsitems significant meer als gebalanceerd te percipiëren. Desondanks zien we ook een significant effect van etnocentrisme. Respondenten die hoger scoren op deze schaal zien de nieuwsitems over de gebeurtenissen in Peterbos significant meer als 'te positief' en significant minder als 'te negatief'. Dit is een bevestiging van de HMP-hypothese aangezien respondenten met kritischere houding ten aanzien van migratie en integratie de berichtgeving vaker als (te) positief geframed interpreteren.

*Tabel 6. Multinomiale logistische regressie van perceptie van toon in Peterbos-
berichtgeving⁸*

	Te negatief		Te positief	
	B	S.E.	B	S.E.
Intercept	3,30	1,61	-2,02	2,39
Ethocentrisme	-0,73*	0,36	1,94***	0,54
Politieke kennis	0,03	0,20	0,18	0,29
Vertrouwen in media	-0,75*	0,35	-1,56***	0,46
Nieuwsconsumptie	-0,02	0,06	0,07	0,08
Div. nieuwsconsumptie	0,08	0,97	-1,84	1,18
Nagelkerke R ²	0,26			
N	178			

Noot: referentiecategorie = Gebalanceerd.

**** $p < 0,001$; ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$*

De evaluatie van de diversiteit en toon in nieuwsberichten over de staking bij Lidl is minder makkelijk en éénvoudig te verklaren. Het model in

Tabel 7 toont dat respondenten met een hogere mate van vertrouwen in de media wederom een eerder gebalanceerde perceptie hebben van de toon van de Lidl-berichtgeving vergeleken met respondenten die minder vertrouwen hebben in de media en de nieuwsitems eerder te positief vinden. Daarnaast wordt een hogere nieuwsconsumptie geassocieerd met het bestempelen van de nieuwsitems als 'te positief', maar de coëfficiënt van deze variabele is klein. De perceptie van de diversiteit in de berichtgeving over de staking is niet significant te verklaren of voorspellen aan de hand van de variabelen die in deze analyse worden opgenomen ($N = 348$; Nagelkerke $R^2 = 0,05$). Op basis van de bevindingen van ons publieksonderzoek verwerpen we H4 voor beide issues, en bevestigen we H5 enkel voor het nieuws over de rellen in Peterbos.

*Tabel 7. Multinomiale logistische regressie van perceptie van toon in staking-
berichtgeving⁹*

	Te negatief		Te positief	
	B	S.E.	B	S.E.
Intercept	-1,07	1,33	1,68	1,97
Economisch egalitarisme	0,09	0,20	-0,24	0,31
Politieke kennis	0,26	0,16	-0,20	0,24
Vertrouwen in media	-0,51	0,27	-1,03*	0,41
Nieuwsconsumptie	0,05	0,05	0,17***	0,06
Div. nieuwsconsumptie	-0,07	0,73	-0,91	1,08
Nagelkerke R ²	0,09			
N	317			

Noot: referentiecategorie = Gebalanceerd.

**** $p < 0,001$; ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$*

Discussie en conclusie

Ondanks beperkte verschillen in actor- en standpuntdiversiteit wordt de nieuwsberichtgeving over de twee uiteenlopende nieuwsverhalen anders vormgegeven. Zo blijken de soorten actoren die het nieuws bepalen omtrent de rellen in Peterbos erg te verschillen van die in de casus van de staking bij Lidl. Deze resultaten zijn in lijn met de bevindingen van voorgaand onderzoek over de issue-gebonden actorprominentie (Beckers & Van Aelst, 2019). In de berichtgeving over de rellen trekken politici en ordediensten het debat naar zich toe, terwijl de berichtgeving over de staking meer ruimte biedt voor een bredere spreiding aan actoren die de kans krijgen om zich in het debat te mengen. Dit betekent dat journalisten naar gelang het thema andere actoren prominent of actief aan bod laten komen. De issue-gebonden actorprominentie heeft wellicht niet alleen te maken met journalistieke keuzes, maar ook met de beschikbaarheid en prominentie van actoren op dat thema. In het geval van de incidenten in Peterbos valt op dat er nauwelijks actoren aan bod komen om namens de allochtone jongeren het woord te voeren, mogelijks omdat zij voor journalisten moeilijker te bereiken zijn. In het geval van de staking bij Lidl komen er

wel meer vertegenwoordigers van de stakende werknemers aan bod en krijgen zij ook de ruimte om hun visie op de problematiek weer te geven. Deze bevinding lijkt erop te wijzen dat journalisten voor de berichtgeving omtrent klassieke socio-economische conflicten (zoals een staking) gemakkelijker kunnen terugvallen op een diverser palet aan actoren, dan in het geval van ‘nieuwere’ conflicten op het vlak van integratie. Deze verschillende actorspreiding in beide casussen wordt ook gereflecteerd in duidelijke verschillen in de presentatie van standpunten. De nieuwsitems over de rellen zijn overwegend neutraal, en bevatten minder vaak standpunten van actoren over het issue, terwijl de meerderheid van de artikelen over de staking bij Lidl één of meerdere standpunten aanbiedt.

De perceptie van de berichtgeving over de uiteenlopende issues is deels te verklaren aan de hand van deze inhoudelijke verschillen. Respondenten zien overwegend meer verschillende standpunten in de berichtgeving over de staking, en vinden de nieuwsitems over dat issue meer ‘gebalanceerd’. Desondanks zijn verschillen in perceptie niet enkel te verklaren aan de hand van deze inhoudelijke kenmerken. Zo tonen de resultaten dat een aanzienlijk deel van de respondenten de berichtgeving over de rellen als ‘te positief’ bestempelt, terwijl het merendeel van de standpunten in de nieuwsitems negatief is ten opzichte van migratie en integratie. Dit vertekend beeld van de nieuwsberichtgeving blijkt met name beïnvloed te worden door de mate van ethnocentrisme van de respondenten. Zij die meer ethnocentrisch zijn ingesteld, zien de – voornamelijk negatieve – berichtgeving over de rellen meer als ‘te positief’. Daarnaast bevestigen onze resultaten dat mensen die meer sceptisch staan ten aanzien van de nieuwsberichtgeving in het algemeen het ook in dit geval vaker oneens waren met de toon van de verslaggeving (Choi et al., 2009).

Hoewel we voorzichtig moeten zijn met het veralgemenen van deze casussen naar bredere socio-economische en socio-culturele thema’s, verwachten we dat de verschillen tussen de twee nieuwsverhalen deels het gevolg zijn van de brede maatschappelijke breuklijnen waarop ze zich afspelen. Niet alleen domineren bepaalde actoren het nieuws

over de twee casussen, en worden de standpunten op een andere manier gebalanceerd, nieuwsconsumenten gaan ook op een verschillende manier om met het nieuws. De vertekening in de perceptie van het nieuws over de rellen zou het resultaat kunnen zijn van de hogere mate van politisering van en polarisering op het socio-culturele issue van migratie en integratie (Hansen & Kim, 2011; Stroud, 2010). In die zin wijzen onze bevindingen in de richting van een ‘hostile media phenomenon’, maar enkel voor bepaalde, meer politiek ‘gevoelige’ onderwerpen.

Over het algemeen kunnen we stellen dat de invloed van zowel de inhoud van de berichtgeving als van de attitudes van nieuwsgebruikers op hun perceptie van het nieuws aanwezig is, maar in eerder beperkte mate. We wijten deze bevinding gedeeltelijk aan de Vlaamse casus, die we als een ‘least likely case’ kunnen bestempelen, en verwachten dat de effecten sterker zouden zijn in grotere, meer gefragmenteerde mediasystemen met meer uitgesproken opiniërende berichtgeving. De Vlaamse nieuwsmedia richten zich nog altijd in de eerste plaats op de gemiddelde burger, en trachten niet of nauwelijks bepaalde ideologische groepen te bedienen (Van Aelst, 2014). Het feit dat met name het vrij neutrale nieuws met betrekking tot migratie en integratie toch verschillend wordt gepercipieerd geeft aan dat dit thema erg vatbaar is voor een gepolariseerde interpretatie. Uiteraard is verder onderzoek nodig om de generaliseerbaarheid van onze twee casussen te bevestigen. We hopen dat onze diepgaande analyse van zowel de media-inhouden als de perceptie ervan door het publiek daarvoor als inspiratie kan dienen.

¹ Desondanks ontstaan er ook nieuwe, alternatieve nieuwsplatformen, die zich impliciet of expliciet afzetten tegen de traditionele nieuwsmedia en hun idealen van objectiviteit en neutraliteit.

² De alternatieve nieuwsmedia werden gecodeerd maar aangezien het aantal artikelen over de twee nieuwsverhalen in deze media zo beperkt was (n=5), werden ze niet opgenomen in de verdere analyse.

³ Soort platform, naam platform, datum en tijdstip van publicatie, de plaatsing binnen het medium, lengte, titel, korte samenvatting, soort nieuwsbericht, eventuele verwijzing naar sociale media.

⁴ Voor een meer uitgebreide bespreking van de steekproef en het verloop van het dagboekonderzoek, zie Slaets et al. (2020).

⁵ Ter controle werden de analyses ook uitgevoerd met een driedelige links-rechtsschaal in de plaats van issue-specifieke opvattingen. Deze analyses bevestigen dat de bevindingen die hierboven beschreven worden ook gelden voor bredere ideologische opvattingen.

⁶ Een multinomiale logistische regressie werd uitgevoerd omdat de '*proportional odds assumption*' verworpen werd bij toepassing van een ordinale logistische regressie.

⁷ Significante indicatoren blijven significant na introductie van controlevariabelen (onderwijsniveau, gender, en leeftijd).

⁸ De introductie van controlevariabelen (onderwijsniveau, gender, en leeftijd) wijst uit dat de significante indicatoren onder 'te negatief' wegvallen, terwijl die onder 'te positief' significant blijven.

⁹ Controle voor onderwijsniveau, gender en leeftijd beïnvloedt de significantie van de indicatoren niet.

Referenties

- Arpan, L. M., & Raney, A. A. (2003). An Experimental Investigation of News Source and The Hostile Media Effect. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 80(2), 265–281.
<https://doi.org/10.1177/107769900308000203>
- Beckers, K., & Van Aelst, P. (2019). Look who's talking: An analysis of actors in television news (2003–2016). *Journalism Studies*, 20(6), 872–890.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1463169>
- Beckers, K., Walgrave, S., & Van den Bulck, H. (2018). Opinion Balance in Vox Pop Television News. *Journalism Studies*, 19(2), 284–296.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1187576>
- Bos, L., Kruikemeier, S., & de Vreese, C. (2016). Nation Binding: How Public Service Broadcasting Mitigates Political Selective Exposure. *PLOS ONE*, 11(5), e0155112.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0155112>
- Choi, J., Yang, M., & Chang, J. J. (2009). Elaboration of the Hostile Media Phenomenon: The Roles of Involvement, Media Skepticism, Congruency of Perceived Media Influence, and Perceived Opinion Climate. *Communication Research*, 36(1), 54–75.
<https://doi.org/10.1177/0093650208326462>
- De Bens, E., & Raeymaeckers, K. (2007). *De pers in België. Het verhaal van de Belgische dagbladpers. Gisteren, vandaag en morgen*. LannooCampus.
- De Swert, K. (2011). *Where is the balance in the news? The determinants of balanced coverage of political news sources in television news*. Universiteit Antwerpen.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.
- Hansen, G. J., & Kim, H. (2011). Is the Media Biased Against Me? A Meta-Analysis of the Hostile Media Effect Research. *Communication Research Reports*, 28(2), 169–179.
<https://doi.org/10.1080/08824096.2011.565280>

- Hoffmann-Riem, W. (1987). National identity and cultural values: Broadcasting safeguards. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 31(1), 57–72. <https://doi.org/10.1080/08838158709386645>
- Hopmann, D. N., Van Aelst, P., & Legnante, G. (2012). Political balance in the news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 13(2), 240–257. <https://doi.org/10.1177/1464884911427804>
- Humprecht, E., & Esser, F. (2018). Diversity in Online News: On the importance of ownership types and media system types. *Journalism Studies*, 19(12), 1825–1847. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1308229>
- Jonas, E., Schulz-Hardt, S., & Frey, D. (2005). Giving Advice or Making Decisions in Someone Else's Place: The Influence of Impression, Defense, and Accuracy Motivation on the Search for New Information. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31(7), 977–990. <https://doi.org/10.1177/0146167204274095>
- Kinder, D. R. (2003). Communication and politics in the age of information. In D. O. Sears, L. Huddy, & R. Jervis (Eds.), *Oxford handbook of political psychology*. Oxford University Press.
- Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. Free Press.
- Masini, A., & Van Aelst, P. (2017). Actor diversity and viewpoint diversity: Two of a kind? *Communications*, 42(2), 107–126. <https://doi.org/10.1515/commun-2017-0017>
- Masini, A., Van Aelst, P., Zerback, T., Reinemann, C., Mancini, P., Mazzoni, M., Damiani, M., & Coen, S. (2018). Measuring and Explaining the Diversity of Voices and Viewpoints in the News. *Journalism Studies*, 19(15), 2324–2343. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1343650>
- Meyer, T. P. (1972). News reporter bias: A case study in selective perception. *Journal of Broadcasting*, 16(2), 195–203. <https://doi.org/10.1080/08838157209386343>
- Napoli, P. M. (2011). Diminished, Enduring, and Emergent Diversity Policy Concerns in an

- Evolving Media Environment. *International Journal Of Communication*, 5(15), 1182–1196.
- Nechushtai, E. (2018). From Liberal to Polarized Liberal? Contemporary U.S. News in Hallin and Mancini's Typology of News Systems. *International Journal of Press/Politics*, 23(2), 183–201. <https://doi.org/10.1177/1940161218771902>
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. (2018). *Reuters Institute Digital News Report 2018*.
- Niven, D. (2001). Bias in the News. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 6(3), 31–46. <https://doi.org/10.1177/108118001129172215>
- Schudson, M. (2001). The objectivity norm in American journalism*. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 2(2), 149–170. <https://doi.org/10.1177/146488490100200201>
- Simpson, E. H. (1949). Measurement of diversity. *Nature*, 163(4148), 688.
- Slaets, A., Verhoest, P., D'Haenens, L., Minnen, J., & Glorieux, I. (2020). Fragmentation, homogenisation or segmentation? A diary study into the diversity of news consumption in a high-choice media environment. *European Journal of Communication*. <https://doi.org/10.1177/0267323120966841>
- Sparks, G. G. (2015). *Media effects research: A basic overview* (4th ed.). Wadsworth Cengage Learning.
- Stroud, N. J. (2008). Media Use and Political Predispositions: Revisiting the Concept of Selective Exposure. *Political Behavior*, 30(3), 341–366. <https://doi.org/10.1007/s11109-007-9050-9>
- Stroud, N. J. (2010). Polarization and Partisan Selective Exposure. *Journal of Communication*, 60(3), 556–576. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01497.x>
- Vallone, R. P., Ross, L., & Lepper, M. R. (1985). The hostile media phenomenon: biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(3), 577–585.

Van Aelst, P. (2014). *De mediatisering van de Vlaamse politiek*. Acco.

Van Cuilenburg, J. (1999). On Competition, Access and Diversity in Media, Old and New. *New Media & Society*, 1(2), 183–207. <https://doi.org/10.1177/1461444992225555>

Vidmar, N., & Rokeach, M. (1974). Archie Bunker's Bigotry: A Study in Selective Perception and Exposure. *Journal of Communication*, 24(1), 36–47. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00353.x>

Wang, N., Guo, Z., & Shen, F. (2011). Message, Perception, and the Beijing Olympics: Impact of Differential Media Exposure on Perceived Opinion Diversity. *Communication Research*, 38(3), 422–445. <https://doi.org/10.1177/0093650210384985>

Zaller, J. R. (1992). *The nature and origins of mass opinion*. Cambridge University Press.

Appendices

Appendix A. Surveyvragen onafhankelijke variabelen

Politieke kennis	Tot welke partij behoort Kris Peeters?
	Welke politieke partij heeft de meeste zetels in Vlaamse Parlement?
	Wat is de naam van de huidige voorzitter van de Kamer van Volksvertegenwoordigers van het Federaal Parlement van België?
	Welke van de vier politieke functies heeft Marie-Christine Marghem?
Vertrouwen in de media	Denkt u dat de nieuwsmedia in het algemeen: eerlijk zijn?
	Denkt u dat de nieuwsmedia in het algemeen: onpartijdig zijn?
	Denkt u dat de nieuwsmedia in het algemeen: verschillende meningen aan bod laten komen?
	Denkt u dat de nieuwsmedia in het algemeen: accuraat zijn?
	Denkt u dat de nieuwsmedia in het algemeen: te vertrouwen zijn?
Etnocentrisme	Migranten zijn over het algemeen niet te vertrouwen.
	De meeste migranten die in België wonen, respecteren de Europese cultuur en levensstijl. (-)
	Migranten komen hier profiteren van de uitkeringen.
	Als we een vreedzame samenleving willen, moeten we geen migranten meer toelaten.
Economisch egalitarisme	Arbeiders moeten nog steeds vechten voor een gelijkwaardige positie in de maatschappij.
	De verschillen tussen rijk en arm zijn nog steeds te groot.
	De overheid moet tussenkomen om de verschillen tussen de inkomens te verkleinen.

*Appendix B. Gemiddelde actordiversiteit (10 cat.) op artikelniveau per mediumgroep en
nieuwsissue*

	Rellen				Staking			
	AD	N	Actief	N	AD	N	Actief	N
Kwaliteitskrant	3,7	34	1,8	28	3,2	43	1,7	42
Populaire krant	3,9	51	1,4	46	3,0	104	1,7	104
Radio	3,5	8	1,0	5	3,1	18	1,3	15
TV	3,2	9	2,0	8	2,9	33	1,7	31
Totaal	3,8	102	1,5	87	3,0	208	1,7	192

*Appendix C. Gemiddelde actordiversiteit (4 cat.) op artikelniveau per mediumgroep en
nieuwsissue*

	Rellen				Staking			
	AD	N	Actief	N	AD	N	Actief	N
Kwaliteitskrant	2,7	34	1,6	28	2,7	43	1,6	42
Populaire krant	2,6	51	1,2	46	2,6	114	1,6	66
Radio	2,6	8	1	5	2,7	18	1,3	15
TV	2,3	9	1,8	8	2,5	33	1,7	31
Totaal	2,6	102	1,4	87	2,6	208	1,6	192

Abstract

One outlook, many perspectives? Diversity in Flemish news media and the perception of the audience.

A diverse range of actors and viewpoints can safeguard the quality of news reporting and the distribution of attention to different sides to a story. In this study, we look at the differences in content diversity between the news coverage on two (one socio-economic and one socio-cultural) cases in the Flemish news environment and how these differences translate into perceptions of diversity and bias with the audience. Despite limited differences in content diversity, we find that news items on the socio-cultural and socio-economic case highlight different actors. Moreover, news items on the socio-cultural case are more neutral, while the coverage on the socio-economic issue contains more (balanced) viewpoints. These differences in content are largely translated into differences in perception. However, we find that a slight bias in perception of tone in the coverage on the socio-cultural issue is due to personal characteristics and issue-relevant attitudes.

Keywords: content diversity, selective perception, bias, balance, Hostile Media Phenomenon