

# Facebook bron van nepnieuws of angst?



Een onderzoek naar de condities waarmee Facebookgebruik invloed heeft op onveiligheidsgevoelens, om onveiligheidsgevoelens bij Facebookgebruikers te beperken.

Auteur: Sanne Stark  
Opleiding: MSC Bestuurskunde  
Onderwijsinstelling: Radboud Universiteit, Faculteit der Managementwetenschappen  
Datum: 14 augustus 2018  
Begeleider: P.M. (Peter) Kruyen

Titel	Facebook bron van nepnieuws of angst?
Ondertitel	Een onderzoek naar de condities waarmee Facebookgebruik invloed heeft op onveiligheidsgevoelens, om onveiligheidsgevoelens bij Facebookgebruikers te beperken.
Auteur	Sanne Stark
Studentnummer	S4191331
Opleiding	Master Bestuurskunde
Specialisatie	Besturen van Veiligheid
Instelling	Radboud Universiteit Nijmegen Faculteit der Managementwetenschappen
Datum	6 juli 2018
Begeleider	dr. P.M. Kruyen
Tweede lezer	dr. S.L. Resodihardjo

## Voorwoord

Geachte lezer,

Voor u ligt de thesis waarmee ik de master Bestuurskunde met de specialisatie Besturen van Veiligheid aan de Radboud Universiteit te Nijmegen afsluit. Met deze thesis komt er een einde aan mijn studententijd in Nijmegen.

In deze thesis wordt een onderzoek gedaan naar de condities waarmee Facebookgebruik invloed heeft op onveiligheidsgevoelens? Om deze vraag te beantwoorden is in deze masterscriptie een vragenlijstonderzoek uitgevoerd onder 177 respondenten via Facebook.

Het voltooien van mijn masterscriptie heb ik natuurlijk niet alleen gedaan, daarom wil ik deze plaats gebruiken om wat mensen te bedanken. Bij dezen wil ik graag eerst mijn stagebegeleider Peter Kruijven bedanken voor de fijne begeleiding en ondersteuning tijdens mijn scriptie. Ook wil ik alle respondenten bedanken die hebben meegewerkt aan dit onderzoek. Daarnaast wil ik mijn ouders, vriend en vrienden bedanken voor de steun en de aanmoediging wanneer ik dacht dat ik niet verder kon.

Ik wens u veel leesplezier toe.

Sanne Stark  
Nijmegen,

<b>Inhoudsopgave</b>	<b>4</b>
<b>Voorwoord</b>	<b>3</b>
<b>Lijst met figuren</b>	<b>6</b>
<b>Lijst met modellen</b>	<b>6</b>
<b>Lijst met tabellen</b>	<b>7</b>
<b>1 - Introductie</b>	<b>8</b>
1.1 - Aanleiding	8
1.2 - Probleemstelling	12
1.3 - Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie	13
1.3.1 - Maatschappelijke relevantie	13
1.3.2 - Wetenschappelijke relevantie	15
1.4 - Methodologische vooruitblik	17
1.5 - Leeswijzer	17
<b>2 - Theoretisch kader</b>	<b>18</b>
2.1 - Onveiligheidsgevoelens	18
2.2 - Facebookgebruik	19
2.3 - Prefereren (on)betrouwbare nieuwsberichten via Facebook	21
2.4 - De uitbrenger van een nieuwsbericht op Facebook	23
2.5 - Individuele kenmerken	25
2.5.1 - Leeftijd	25
2.5.2 - Opleidingsniveau	27
2.5.3 - Geslacht	28
2.6 - Conceptueel model	30
<b>3 - Methodologisch kader</b>	<b>31</b>
3.1 - Methodologische verantwoording	31
3.2 - Methoden van dataverzameling	32
3.2.1 - Populatie	32
3.2.2 - Dataverzameling	32
3.2.3 - Pilot	33
3.3 - Operationalisatie	34
3.3.1 - Facebookgebruik	34
3.3.2 - Prefereren (on)betrouwbare nieuwsberichten via Facebook	35
3.3.3 - De uitbrenger van een nieuwsbericht op Facebook	39
3.3.4 - Onveiligheidsgevoelens	43
3.3.5 - Individuele kenmerken	43
3.3.5.1 - Leeftijd	44
3.3.5.2 - Geslacht	44
3.3.5.3 - Opleidingsniveau	44
3.4 - Data-analyse	46
3.4.1 - Missende waarden	48
3.4.2 - Outliers	48

3.5 -Validiteit en betrouwbaarheid	49
<b>4 - Analyse</b>	<b>51</b>
4.1 - Algemene frequentieverdeling	52
4.2 - Onveiligheidsgevoelens	54
4.3 - Assumpties ordinale logistische regressieanalyse	55
4.4 - Ordinale logistische regressieanalyse	55
4.4.1 - Populairste nieuwskoppen	55
4.4.2 - Populairste nieuwsuitbrengers	57
4.4.3 - Individuele kenmerken	58
4.4.4 - Complete analyse	60
<b>5 - Conclusie en discussie</b>	<b>62</b>
5.1 - Conclusie	62
5.2 - Discussie	66
<b>Bijlagen</b>	<b>71</b>
Bijlage 1: Exacte verdeling individuele kenmerken in het onderzoek	71
Bijlage 2: Overige relevante kenmerken	72
Bijlage 3: Vragenlijst	74
<b>Literatuurlijst</b>	<b>77</b>

## Lijst met figuren

Figuur 1: Conceptueel model	30
Figuur 2: Populairste nieuwsberichten in procenten (totaal 100%)	37
Figuur 3: Voorkeur voor betrouwbare of onbetrouwbare nieuwsberichten in procenten (totaal 100%)	39
Figuur 4: Populairste nieuwsuitbrenger in procenten (totaal 100%)	41
Figuur 5: Voorkeur voor traditionele of nieuwe nieuwsuitbrengers in procenten (totaal 100%)	43
Figuur 6: Verdeling opleidingsniveau samengevoegde categorieën in procenten (totaal 100%)	45
Figuur 7: Onveiligheidsgevoelens onder respondenten in procenten (totaal 100%)	54
Figuur 8: Verdeling respondenten per leeftijdscategorie ( in exacte aantallen)	71
Figuur 9: Verdeling respondenten op basis van geslacht (in exacte aantallen)	71
Figuur 10: Verdeling respondenten op basis van opleidingsniveau (in exacte aantallen)	72
Figuur 11: Gemiddelde populariteitsscore nieuwartikelen (alle rangschikkingsscores)	72
Figuur 12: Gemiddelde betrouwbaarheidsscore per nieuwsbericht (alle betrouwbaarheidsscores)	73
Figuur 13: Gemiddelde populariteitsscore nieuwsuitbrengers (alle rangschikkingsscores)	73

## Lijst met modellen

Model 1: Populairste nieuwskoppen	57
Model 2: Populairste nieuwsuitbrengers	58
Model 3: Individuele kenmerken	59
Model 4: Algemene analyse	62

## Lijst met tabellen

Tabel 1: Presentatie nieuwsberichtkoppen	36
Tabel 2: Aantal volgers en interacties op Facebook per mediabron	41
Tabel 3: Algemene frequentieverdeling variabelen	53
Tabel 4: Spearman-correlatie tussen variabelen	53

# 1 – Introductie

## 1.1 - Aanleiding

Op 21 september 2012 kreeg de Groningse stad Haren voor even landelijke bekendheid. Een open Facebookuitnodiging voor een zestiende-verjaardagsfeest zorgde ervoor dat Haren werd opgeschrikt door een massa jongeren op zoek naar een feestje. Doordat het Facebookevenement *viraal* ging onder de naam Project X Haren, zorgde dit door de massale aandacht op (sociale) media voor paniek en een toename van onveiligheidsgevoelens (voorafgaand aan het Facebookevenement) bij de inwoners van de gemeente Haren. Naar aanleiding van het Facebookevenement en de grote media-aandacht voor het Facebookevenement kwam er een grote hoeveelheid burgers naar het zogenaamde feest. Dit zorgde voor maatschappelijke onrust en kosten, zoals de extra inzet van politieagenten volgens Cohen, Brink, Adang, Dijk en Boeschoten (2013).

Er zijn geen specifieke aanleidingen zoals het Project X-feest nodig voor het ontstaan van onveiligheidsgevoelens onder burgers. In de wetenschappelijke literatuur zijn talrijke onderzoeken gedaan naar de redenen waarom sommige burgers meer last hebben van onveiligheidsgevoelens dan anderen burgers. Onveiligheidsgevoelens zijn de aan- of afwezigheid van (ideeën over) bedreigingen als gevolg van bijvoorbeeld criminaliteit (CBS, 2016). Traditioneel mediaonderzoek (kranten, radio en teletekst) toont aan dat verhoogde onveiligheidsgevoelens bij burgers veroorzaakt worden door angst voor criminaliteit en de angst slachtoffer van een misdrijf te worden (Pleysier, Vervaeke & Goethals, 2002; en Vanderveen, 2002). Ander (media)onderzoek naar traditionele mediavormen toont dat media invloed hebben op de stijgende angst en onveiligheidsgevoelens van burgers (Lembrechts, 2007).

De invloed van sociale media op onveiligheidsgevoelens is een nieuw thema in het onderzoek naar onveiligheidsgevoelens onder burgers (Lembrechts, 2007). In dit onderzoek wordt daarom gekeken naar de invloed van sociale media op onveiligheidsgevoelens, waarbij de focus wordt gelegd op het medium Facebook.

Onveiligheidsgevoelens hebben meerdere effecten op het gedrag van burgers, zoals een toename van angstgevoelens, vermijdingsgedrag (ten opzichte van risicovolle situaties) en een algemeen gevoel van onveiligheid

(Vanderveen, 2002). De mate waarin burgers last hebben van de effecten van onveiligheidsgevoelens is afhankelijk van de mate van ervaren onveiligheidsgevoelens en de persoonlijke kenmerken van de individuele burger (Vanderveen, 2002). Burgers met meer onveiligheidsgevoelens passen hun gedrag hier regelmatig op aan. Een beter inzicht in de condities waaronder onveiligheidsgevoelens ontstaan, draagt mogelijk bij aan de algehele vermindering van onveiligheidsgevoelens en de daarmee samenhangende negatieve effecten voor de samenleving, zoals stress en ziekteverzuim (Wybouw, Kolijn & Siongers, 2011).

De casus van het Project X-feest laat zien dat Facebookgebruik mogelijk invloed heeft op het ontstaan van onveiligheidsgevoelens en de mate van onveiligheidsgevoelens die burgers ervaren. Uit het onderzoeksrapport van Cohen et al. (2013), dat geschreven is naar aanleiding van het Project X-feest in Haren, blijkt dat sociale media een grote invloed hebben gehad op de onveiligheidsgevoelens van de inwoners uit Haren en de omgeving van Haren. Van Dijk (2015) laat daarnaast zien dat de traditionele media het Project X-feest in Haren hebben opgepikt omdat het Facebookevenement viraal was gegaan. Volgens Van Dijk (2015) is het Project X-feest in Haren zo groot geworden doordat het massaal gedeeld en geliket werd op verschillende massamedia (kranten, radio, televisie en sociale media). De onveiligheidsgevoelens zijn hiermee te herleiden tot het oorspronkelijke Facebookevenement. Het Project X-feest in Haren laat zien dat Facebook(gebruik) daadwerkelijk invloed kan hebben op onveiligheidsgevoelens van burgers.

In dit onderzoek wordt gekeken of Facebookgebruik ook effect heeft op onveiligheidsgevoelens in een bredere zin, of dat het effect van Facebookgebruik op onveiligheidsgevoelens zich beperkt tot de Project-X casus. Facebookgebruik houdt in dit onderzoek in: *het gebruik van de sociaalnetwerksite Facebook door middel van een Facebookaccount voor doelstellingen zoals het lezen van nieuwsberichten, het delen van nieuwsberichten en het liken van nieuwsberichten*. Burgers gebruiken Facebook voor meer dan het lezen, delen en liken van nieuwsberichten, zoals het toevoegen van vrienden en het spelen van spelletjes. Voor onderzoek naar de invloed van Facebookgebruik op onveiligheidsgevoelens is vooral het lezen van (nieuws)berichten op Facebook van belang, aangezien uit voorgaand

onderzoek naar mediagebruik (Lembrecht, 2007) blijkt dat bij traditionele media het lezen van een bepaald type nieuwsberichten invloed heeft op de mate waarin burgers onveiligheidsgevoelens ervaren.

Facebook heeft als nieuwsbron voor een deel de informatieve rol van traditionele media (kranten, radio en teletekst) overgenomen (Elchardus, De Groof & Smits, 2008). Facebook spreekt nieuwe groepen burgers, zoals jongeren en laagopgeleiden, aan die voorheen door traditionele media moeilijker werden bereikt (Turpijn, Kneefel & Van der Veer, 2015). Daarnaast bepaalt Facebook met een algoritme welke berichten burgers te zien krijgen op basis van hun interesses en Facebookgedrag (Heijnsbroek, 2016). Door het gebruik van dit algoritme heeft Facebook een grotere invloed dan traditionele mediakanalen op de beleefwereld van burgers. Door het algoritme worden virale Facebookberichten en Facebookevenementen bovendien versterkt (Heijnsbroek, 2016), waardoor Facebookevenementen zoals het Project X-feest in Haren zo groot konden worden. Om die reden is het van belang meer inzicht te verkrijgen in de invloed van Facebook op menselijk gedrag en specifiek op onveiligheidsgevoelens.

Facebook informeert burgers op een selectieve manier, volgens Johannink, Roy, Gorissen en Van As (2013), in tegenstelling tot traditionele media die van oudsher vooral door overheden worden gebruikt om burgers te informeren (Kok, 2011). Het verschil in het bereik van burgers tussen Facebook en traditionele media wordt verklaard doordat met Facebook sneller inzicht verkregen wordt in actuele situaties en doordat eenvoudiger een groot publiek bereikt wordt (Peeters, 2012). Informatie verspreid via Facebook bereikt op een andere manier burgers dan informatie verspreid via traditionele media. Daarom wordt in dit onderzoek gekeken of deze nieuwe manier van berichtgeving leidt tot een toename van onveiligheidsgevoelens. Burgers krijgen via Facebookgebruik immers op een directere manier informatie die ze met traditionele media wellicht gemist hadden. Dit maakt het waarschijnlijk dat Facebookgebruik invloed heeft op de toe- of afname van onveiligheidsgevoelens.

Het is verder relevant om meer inzicht te verkrijgen in de verschillen in Facebookgebruik tussen burgers met meer en minder onveiligheidsgevoelens. Facebook is immers een vorm van sociale media waarnaar nog weinig onderzoek is gedaan, maar die een effect kan hebben op de

onveiligheidsgevoelens van burgers, zoals bijvoorbeeld te zien was bij het Project X-feest in Haren. Daarom wordt in dit onderzoek gekeken naar de verschillen in Facebookgebruik tussen burgers die zich meer of minder onveilig voelen en niet alleen naar de invloed van Facebookgebruik op onveiligheidsgevoelens.

Onderzoek naar traditionele media bevestigt bovenstaande veronderstelling en laat zien dat zowel de media-uitbrenger als de manier waarop media gebruikt wordt invloed hebben op onveiligheidsgevoelens (Elchardus et al, 2008). Daarom wordt in dit onderzoek gekeken of de media-uitbrenger en de keuzes die burgers maken bij socialemediagebruik invloed hebben op de hoeveelheid onveiligheidsgevoelens die burgers ervaren.

In dit onderzoek wordt door middel van een vragenlijst gekeken wat voor invloed het Facebookgebruik van burgers heeft op de onveiligheidsgevoelens van burgers, en onder welke condities van Facebookgebruik veranderingen plaatsvinden in de mate waarin burgers onveiligheidsgevoelens ervaren. In dit onderzoek wordt onderzocht of Facebookgebruik invloed heeft op onveiligheidsgevoelens door drie condities van Facebookgebruik te analyseren: *het karakter van nieuwsberichten op Facebook, de uitbrengers van nieuwsberichten op Facebook en de individuele kenmerken (leeftijd, opleiding en geslacht)* van de Facebookgebruikers. Ten eerste wordt gekeken of respondenten met een voorkeur voor een bepaald soort nieuwsberichten op Facebook meer onveiligheidsgevoelens ervaren. Dit wordt gedaan door te kijken naar het karakter (*betrouwbaar of onbetrouwbaar*) van nieuwsberichten op Facebook waarvan respondenten aangeven deze graag te lezen. Gekeken wordt of de betrouwbaarheid van een nieuwsbericht op Facebook invloed heeft op het type respondent (*veel of weinig onveiligheidsgevoelens*) dat graag een bepaald soort nieuwsbericht leest. Ten tweede wordt gekeken of bepaalde uitbrengers (*nieuw of traditioneel*) van nieuwsberichten op Facebook eerder respondenten aantrekken met meer onveiligheidsgevoelens. Daarnaast wordt gekeken of de individuele kenmerken (*leeftijd, geslacht en opleidingsniveau*) van respondenten zorgen voor een toe- of afname van onveiligheidsgevoelens bij respondenten.

Dit onderzoek probeert op bovenstaande manier de relatie tussen Facebookgebruik en onveiligheidsgevoelens te onderzoeken, om vervolgens

aan te tonen of Facebookgebruik invloed heeft op de onveiligheidsgevoelens van burgers.

## 1.2 - Probleemstelling

De groeiende interesse in Facebookgebruik in media en op beleidsniveau heeft gezorgd voor de opkomst van onderzoek naar Facebookgebruik. Onderzoek naar Facebookgebruik kijkt naar de redenen waarom burgers Facebook gebruiken. Mogelijke redenen hiervoor zijn het opbouwen van sociaal kapitaal (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007; Joinson, 2008) en het promoten van goede doelen en idealen (Waters, Burnett, Lamm & Lucas, 2009).

In dit onderzoek wordt op een andere manier naar Facebookgebruik gekeken. Waar in bestaand onderzoek naar Facebookgebruik de focus vooral ligt op de redenen waarom Facebook gebruikt wordt, gaat dit onderzoek in op de vraag of Facebookgebruik en de keuzes die Facebookgebruikers maken tijdens het gebruiksproces invloed hebben op de onveiligheidsgevoelens van burgers. Raacke en Bonds-Raacke (2008) laten zien dat Facebookgebruikers keuzes maken, afhankelijk van hun individuele behoeftes. Zo gebruiken jongeren Facebook vaker om in contact te blijven met vrienden. In dit onderzoek wordt verder ingegaan op Facebookgebruik en de individuele keuzes die burgers hierbij maken. Anders dan in voorgaand onderzoek waar vooral naar de online kant van Facebookgebruik wordt gekeken, wordt in dit onderzoek gekeken of Facebookgebruik Facebookgebruikers in het echte leven beïnvloedt.

Het doel van dit onderzoek is inzicht te verkrijgen in de condities waaronder Facebookgebruik invloed heeft op de onveiligheidsgevoelens van Nederlandse burgers. De bovenstaande doelstelling heeft geleid tot de volgende centrale vraagstelling in dit onderzoek: *Onder welke condities beïnvloedt Facebookgebruik de onveiligheidsgevoelens van Nederlandse burgers?*

Om antwoord te geven op de vraagstelling van dit onderzoek wordt onderzoek gedaan naar drie relevante condities: *het karakter van een nieuwsbericht op Facebook, de uitbrenger van een nieuwsbericht op Facebook en de individuele kenmerken van de Facebookgebruiker*. Om de hoofdvraag te beantwoorden, zijn de volgende deelvragen opgesteld:

1. Wat is de invloed van een voorkeur voor (on)betrouwbaardere nieuwsberichten op Facebook op (meer) onveiligheidsgevoelens?
2. Wat is de invloed van een voorkeur voor bepaalde uitbrengers van nieuwsberichten op Facebook op (meer) onveiligheidsgevoelens?
3. Wat is de invloed van de individuele kenmerken van Facebookgebruikers op (meer) onveiligheidsgevoelens?

## **1.3 - Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie**

### **1.3.1 - Maatschappelijke relevantie**

Inzicht verkrijgen in de relatie tussen Facebookgebruik en onveiligheidsgevoelens is relevant om incidenten als het viraal gegane Project X-feest in Haren in de toekomst te voorkomen. Cohen et al. (2013) verklaren in hun onderzoek dat de onbekendheid van de invloed van Facebook op burgers heeft gezorgd voor extra verwarring, paniek en kosten door bijvoorbeeld politie-inzet. Inzicht in de invloed van Facebookgebruik op onveiligheidsgevoelens had volgens Cohen et al. (2013) in Haren bij kunnen dragen aan effectievere en daadkrachtigere voorlichting richting de inwoners van de gemeente Haren. Duidelijke voorlichting vanuit de gemeente had niet alleen de onveiligheidsgevoelens bij inwoners kunnen beperken maar had ook extra kosten kunnen besparen, doordat burgers bijvoorbeeld spullen hadden kunnen verplaatsen in afwachting van het Project X-feest in Haren. Inzicht in de invloed van Facebookgebruik op onveiligheidsgevoelens kan gemeentes helpen bij het geven van de juiste voorlichting bij een incident. Daarnaast kan meer inzicht in de invloed van Facebookgebruik op onveiligheidsgevoelens bijdragen aan het verkleinen van de impact van incidenten zoals het Project X-feest in Haren in de toekomst.

Facebook beïnvloedt burgers in vergelijking met traditionele media op een directere manier, volgens Johannink et al. (2013). Er is weinig informatie bekend over de mogelijke risico's van deze directere manier van communiceren met burgers, volgens Johannink et al. (2013). Daarom is het van belang onderzoek te doen naar de invloed van Facebookgebruik op het gedrag en de gevoelens van burgers (zoals onveiligheidsgevoelens), zodat in de toekomst beter omgegaan kan worden met Facebookgebruik, en zodat escalaties zoals het Project X-feest kunnen worden voorkomen.

Onderzoek naar onveiligheidsgevoelens is noodzakelijk omdat burgers in verschillende mate onveiligheidsgevoelens ervaren die mogelijk maatschappelijke kosten veroorzaken, zoals stress en ziekteverzuim (Wybouw et al., 2011). Het is van belang inzicht te verkrijgen in de oorzaak van het verschil in onveiligheidsgevoelens tussen burgers, om de maatschappelijke kosten die samenhangen met onveiligheidsgevoelens in de toekomst te beperken.

In dit onderzoek wordt gekeken naar Facebookgebruik als mogelijke oorzaak van onveiligheidsgevoelens. Facebook is een mediavorm waarop regelmatig nepnieuws wordt gedeeld (Marchi, 2012). Door de mogelijke invloed van Facebookgebruik op de onveiligheidsgevoelens van burgers, biedt de toename van nepnieuwsberichten op Facebook een nieuw mogelijk gevaar. Uit onderzoek van Marchi (2012) blijkt dat burgers meestal geen onderscheid maken tussen echt nieuws en nepnieuws. Doordat burgers niet doorhebben dat nepnieuws onbetrouwbaar is, veroorzaakt nepnieuws eenvoudiger paniek bij consumptie, bijvoorbeeld via Facebook. Daar komt bij dat nieuwsberichten op Facebook minder gebonden zijn aan controle en journalistieke codes dan nieuwsberichten in traditionele media. Bovenstaande redenen hebben gezorgd voor een toename van nepnieuws (Marchi, 2012). De opmars van nepnieuws maakt meer kennis over de invloed van Facebook op onveiligheidsgevoelens relevanter, zodat met beleid beter op nepnieuwsberichten ingespeeld kan worden.

Momenteel is de overheid veelal afhankelijk van Facebook bij de bestrijding van nepnieuwsberichten, aangezien Facebook een van de weinige instanties is die zich bezighoudt met de bestrijding van nepnieuwsberichten verspreid via Facebook. Beleid over de omgang met nepnieuwsberichten op Facebook maakt de overheid minder afhankelijk van Facebook zelf. De Europese Unie is bezig met het opstellen van een zogenaamde *Code of Principles* voor sociale mediabedrijven. Deze *Code of Principles* heeft als doel inzicht te verkrijgen in en afspraken te maken over de algoritmes die sociale media gebruiken om nieuwsberichten onder gebruikers te verspreiden. De *Code of Principles* gaat niet in op de bestrijding van nepnieuwsberichten, maar probeert enkel inzicht te verkrijgen in de manier waarop sociale media nieuwsberichten verspreiden (Smyth, 2018). Een aantal landen is zelf bezig met wetgeving om nepnieuws via sociale media zoals Facebook te bestrijden. Zo is

het verspreiden van nepnieuws via sociale media in Maleisië bijvoorbeeld strafbaar sinds 2018 (Sipalan, 2018). Onderzoek naar de invloed van Facebookgebruik en nepnieuwsberichten kan bijdragen aan de toekomstige totstandkoming van beleid, waardoor de overheid in de toekomst minder afhankelijk is van Facebook als bron van informatie.

### **1.3.2 - Wetenschappelijke relevantie**

Huidig onderzoek naar de relatie tussen Facebookgebruik en onveiligheidsgevoelens is veelal beperkt. Johannink et al. (2013) beschrijven in hun onderzoek bijvoorbeeld dat wetenschappelijk onderzoek zich momenteel dikwijls alleen bezighoudt met onveiligheidsgevoelens bij burgers tijdens en na een crisis of incident. Het is wetenschappelijk relevant te kijken of burgers met een bepaald soort Facebookgedrag meer onveiligheidsgevoelens ervaren. Op deze manier is het mogelijk om te bepalen of Facebookgebruik een invloed heeft op de onveiligheidsgevoelens van burgers. Door te zorgen dat burgers zich minder onveilig voelen, wordt een crisissituatie beperkt of zelfs voorkomen. Zo laten Cohen et al. (2013) bijvoorbeeld zien dat betere voorlichting aan de inwoners van Haren de crisissituatie ten gevolgen van het Project X-feest mogelijk had beperkt. De invloed van Facebookgebruik op onveiligheidsgevoelens is nog niet wetenschappelijk aangetoond, aangezien hier nauwelijks onderzoek naar is gedaan. Bestaand onderzoek laat zien dat er een mogelijke relatie is tussen media en onveiligheidsgevoelens. Echter, bestaand onderzoek is meestal gebaseerd op traditionele media. Daarnaast kijken bestaande onderzoeken volgens Lembrechts (2007) alleen naar de manier waarop onveiligheidsgevoelens invloed hebben op mediagebruik, terwijl in dit onderzoek wordt gekeken naar de mate waarin Facebookgebruik onveiligheidsgevoelens beïnvloedt.

In bestaand onderzoek dat kijkt naar de relatie tussen mediagebruik en onveiligheidsgevoelens is Facebook niet opgenomen als mediavorm. Dit bestaande onderzoek laat zien dat burgers met meer onveiligheidsgevoelens eerder de voorkeur geven aan populaire media, zoals: sociale media, kranten en televisiezenders met een hoog entertainment gehalte volgens Elchardus et al. (2008), terwijl burgers met minder onveiligheidsgevoelens eerder een voorkeur hebben voor meer informatieve media die bijvoorbeeld aansluiten bij hun werk. Dit verschil in mediavoorkeuren komt volgens Elchardus et al. (2008)

voort uit de aanwezigheid van onveiligheidsgevoelens bij burgers. Het is interessant om te kijken welke kenmerken van nieuwsberichten invloed hebben op onveiligheidsgevoelens van burgers, zoals mogelijk de betrouwbaarheid en de uitbrenger van nieuwsberichten. Het onderzoek van Elchardus et al. (2008) is, net als veel mediaonderzoeken, alleen uitgevoerd voor traditionele media. Uit het onderzoek van Elchardus et al. (2008) blijkt dat burgers met meer onveiligheidsgevoelens liever naar bepaalde televisiezenders kijken. Zo kijken burgers met meer onveiligheidsgevoelens bijvoorbeeld meer amusementsprogramma's. Dit maakt het aannemelijk dat burgers met meer onveiligheidsgevoelens liever Facebook gebruiken dan andere vormen van sociale media, omdat Facebook laagdrempeliger is dan bijvoorbeeld Twitter en omdat Facebook relatief eenvoudig in gebruik is in tegenstelling tot Twitter. Dit onderzoek verschaft meer informatie over het ontstaan van de relatie tussen Facebookgebruik en onveiligheidsgevoelens. Hoewel Elchardus et al. (2008) de relatie tussen mediagebruik en onveiligheidsgevoelens benaderen vanuit een perspectief dat tegenovergesteld is aan het perspectief in dit onderzoek, tonen ze een mogelijke relatie tussen Facebookgebruik en onveiligheidsgevoelens aan.

Eerder onderzoek laat zien dat er een verschil bestaat tussen de onveiligheidsgevoelens van gebruikers van verschillende vormen van (sociale) media. Eriksson en Olsson (2016) kijken niet specifiek naar onveiligheidsgevoelens, maar tonen een verschil aan in het type burgers die gebruikmaken van verschillende socialemediakanalen. Zo wordt Facebook vooral gebruikt door (gewone) burgers. Twitter daarentegen wordt meer gebruikt door journalisten en politici. Dit verschil komt volgens Eriksson en Olsson (2016) door het karakter van de socialemediakanalen. Twitter is volgens Eriksson en Olsson (2016), door zijn formele karakter en gemakkelijkere overzicht, beter geschikt voor formele berichtgevingen. Burgers geven aan liever Facebook te gebruiken voor het opzoeken van nieuwsberichten. Dit verschil geeft een extra indicatie dat het door Elchardus et al. (2008) gevonden verschil in mediagebruik mogelijk ook voor sociale media opgaat. Zowel Eriksson en Olsson (2016) als Elchardus et al. (2008) tonen aan dat het wetenschappelijk interessant is om te kijken of burgers met bepaalde voorkeuren in (sociale)mediagebruik, zoals een voorkeur voor Facebook, meer onveiligheidsgevoelens hebben.

## **1.4 - Methodologische vooruitblik**

Voor dit onderzoek zijn data verzameld door middel van een vragenlijst. Deze vragenlijst is uitgezet via Facebook. Op basis van de antwoorden van 177 respondenten zijn de in het theoretisch kader opgestelde hypothesen getoetst. Dit is gedaan om antwoord te geven op de hoofd- en deelvragen van dit onderzoek.

Om de hoofdvraag te beantwoorden, is gebruikgemaakt van theorieën over onveiligheidsgevoelens (Pleysier et al., 2002; Vettenburg & Huybregts, 2001; Hale, 1996), mediatheorieën (Elchardus et al., 2008; Eriksson & Olsson, 2016) en theorieën over de invloed van individuele kenmerken op onveiligheidsgevoelens (Hale, 1996; Schuyf, 2009; Lane & Meeker, 2003; Acar, 2008). Op deze manier wordt een globaal beeld geschetst van de relatie tussen Facebookgebruik en onveiligheidsgevoelens, om zo te kunnen onderzoeken welke condities mogelijk invloed op deze relatie hebben. Aan de hand van het theoretisch kader zijn drie condities opgesteld. De eerste conditie heeft betrekking op het karakter van een nieuwsbericht op Facebook. De tweede conditie heeft betrekking op de uitbrenger van een nieuwsbericht op Facebook. De derde conditie heeft betrekking op de individuele kenmerken van de onderzoeksrespondent. Om de individuele kenmerken te onderzoeken wordt gekeken naar geslacht, leeftijd en opleidingsniveau. Door te kijken vanuit drie condities wordt de centrale vraagstelling breed benaderd.

## **1.5 Leeswijzer**

In het tweede hoofdstuk van deze scriptie is een uiteenzetting gegeven van het theoretisch kader. In dit hoofdstuk zijn de relevante theorieën en modellen met betrekking tot de mogelijke invloed van Facebookgebruik op onveiligheidsgevoelens besproken. In het derde hoofdstuk is de methode van het onderzoek besproken. In dit hoofdstuk is ingegaan op het onderzoeksdesign, de steekproef, de operationalisatie van de onderzochte variabelen en de betrouwbaarheid en validiteit van dit onderzoek. In hoofdstuk 4 is ingegaan op de analyse van de onderzoeksresultaten. De resultaten zijn in dit hoofdstuk besproken per hypothese. In hoofdstuk 5 zijn de conclusie en de discussie besproken. In het discussiehoofdstuk zijn aanbevelingen voor toekomstig onderzoek opgenomen.

## 2 - Theoretisch kader

Dit hoofdstuk is de theoretische onderbouwing van dit onderzoek. In dit hoofdstuk wordt een theoretische verantwoording gegeven om het onderzoek theoretisch af te bakenen. Eerst wordt in dit hoofdstuk ingegaan op een aantal begrippen om meer duidelijkheid over het onderwerp van dit onderzoek te verschaffen, te weten *onveiligheidsgevoelens* en *Facebookgebruik*. Hierna wordt besproken onder welke condities Facebookgebruik onveiligheidsgevoelens kan beïnvloeden. Hierbij wordt een onderscheid gemaakt tussen drie condities: *de voorkeur voor (minder) betrouwbare nieuwsberichten op Facebook*, *de voorkeur voor een uitbrenger van een nieuwsbericht op Facebook* en *de individuele kenmerken (geslacht, leeftijd en opleidingsniveau) van Facebookgebruikers*.

### 2.1 - Onveiligheidsgevoelens

In een onderzoek naar de invloed van Facebookgebruik op onveiligheidsgevoelens is het allereerst van belang om te bepalen wat onveiligheidsgevoelens zijn. Onveiligheidsgevoelens zijn de aan- of afwezigheid van (ideeën over) bedreigingen als gevolg van criminaliteit, overlast en verloedering tussen (groepen) burgers, bedrijven en de overheid (CBS, 2016; Lembrechts, 2007). In dit onderzoek wordt gekeken in hoeverre respondenten zelf aangeven onveiligheidsgevoelens te ervaren.

Onveiligheidsgevoelens zijn een populair thema in de sociologische en criminologische literatuur (Lembrechts, 2007). Hale (1996) stelt dat de substantiële toename van onderzoek naar onveiligheidsgevoelens sinds 1960 zo groot is, dat onderzoek naar onveiligheidsgevoelens als wetenschappelijke subdiscipline gezien kan worden.

Onderzoek naar het verband tussen sociale media en onveiligheidsgevoelens is nog nieuw binnen het onderzoek naar onveiligheidsgevoelens (Lembrechts, 2007). De meeste onderzoeken tonen een negatief verband aan tussen media en onveiligheidsgevoelens; (sociale)mediagebruik zou volgens deze onderzoeken onveiligheidsgevoelens versterken. Deze onderzoeken zijn veelal inhoudelijk beperkt. Vaak wordt met een fragmentarische blik gekeken naar de relatie tussen media en onveiligheidsgevoelens, volgens Lembrechts (2007). Dit houdt in dat

onderzoeken momenteel steeds kleine delen van de relatie tussen (sociale) media en onveiligheidsgevoelens onderzoeken.

In het kader van dit onderzoek wordt gekeken naar het effect van Facebookgebruik op onveiligheidsgevoelens. Dit is een nieuwe manier van kijken naar de relatie tussen mediagebruik en onveiligheidsgevoelens. Hier is nauwelijks onderzoek naar gedaan. De meeste theorieën op het gebied van media focussen zich op traditionele media (Elchardus et al., 2008; Lembrechts, 2007; Van den Bulck, 2001). Daarnaast wordt in dit onderzoek gekeken naar de mate waarin Facebookgebruik onveiligheidsgevoelens beïnvloedt. Dit is net andersom als in het meeste onderzoek naar onveiligheidsgevoelens, waarin dikwijls wordt onderzocht hoe onveiligheidsgevoelens en andere individuele kenmerken het (sociale)mediagebruik beïnvloeden.

## **2.2 - Facebookgebruik**

Facebookgebruik is het gebruik van het sociale medium Facebook om (nieuws)berichten te plaatsen, te lezen of te delen, vrienden toe te voegen en spelletjes te spelen (Vanwynsberghe, Boundry & Verdegem, 2015). In dit onderzoek wordt gekeken naar de relatie tussen Facebookgebruik en onveiligheidsgevoelens. In dit onderzoek wordt Facebookgebruik gedefinieerd door te kijken naar het soort nieuwsberichten op Facebook dat respondenten lezen. Dit wordt gedaan door te kijken naar twee eigenschappen van nieuwberichten op Facebook: *de inhoud van een nieuwsbericht op Facebook* en *de uitbrenger van een nieuwsbericht op Facebook*. In dit onderzoek wordt niet gekeken naar het volledige nieuwsbericht, maar alleen naar de kop van een nieuwsbericht. In paragraaf 3.1.2 wordt een verdere toelichting gegeven op deze keuze.

Facebookgebruikers verschillen van gebruikers van andere socialemediakanalen (Eriksson & Olsson, 2016). Eriksson en Olsson (2016) laten zien dat verschillende typen burgers verschillende socialemediakanalen gebruiken. Twittergebruikers zijn volgens Eriksson en Olsson (2016) vaker hoogopgeleid en gebruiken Twitter vaker voor werkgerelateerde zaken, zoals journalisten en politici. Facebook daarentegen wordt meer gebruikt door laagopgeleide burgers en voor recreatieve doelstellingen (Eriksson & Olsson, 2016). Het onderzoek van Eriksson en Olsson (2016) geeft een eerste indicatie dat Facebookgebruikers daadwerkelijk verschillen van gebruikers van andere

socialemediakanalen. Eriksson en Olsson (2016) geven immers aan dat Facebookgebruikers andere voorkeuren hebben dan gebruikers van Twitter; onveiligheidsgevoelens zijn een mogelijk gevolg van dit verschil in voorkeuren van sociale media.

Er zijn onderzoeken die verbanden laten zien tussen onveiligheidsgevoelens en mediavorkeuren. Elchardus et al. (2008) laten zien dat burgers met meer onveiligheidsgevoelens andere mediavorkeuren hebben. Het onderzoek van Elchardus et al. (2008) beperkt zich tot traditionele media en kijkt naar de relatie tussen mediagebruik en onveiligheidsgevoelens. Het onderzoek laat duidelijk zien dat burgers met meer onveiligheidsgevoelens andere televisiezenders, radiokanalen en kranten prefereren dan burgers met minder onveiligheidsgevoelens. Dit komt omdat burgers met meer onveiligheidsgevoelens media gebruiken vanuit een andere intentie. Zo heeft mediagebruik voor burgers met meer onveiligheidsgevoelens een hogere ontspannende functie. Het onderzoek laat zien dat er een verband bestaat tussen mediagebruik en onveiligheidsgevoelens (Elchardus et al., 2008). In het onderzoek van Elchardus et al. (2008) wordt gekeken naar de tegenovergestelde relatie als in dit onderzoek. Bovendien kijken Elchardus et al. (2008) alleen naar traditionele media en niet naar nieuwe media.

Williams en Dickinson (1993) vinden een verband tussen mediavorkeuren en onveiligheidsgevoelens. Zij vinden dat burgers die meer kwaliteitsmedia lezen, minder onveiligheidsgevoelens ervaren dan burgers die meer populaire media lezen. Volgens Williams en Dickinson (1993) wordt dit effect veroorzaakt doordat populaire nieuwsuitbrengers berichten meer schrijven vanuit een sensatiezucht, waardoor de inhoud van nieuwsberichten aangedikt wordt en de betrouwbaarheid van de nieuwsberichten vermindert. Het onderzoek van Williams en Dickinson (1993) sluit aan bij dit onderzoek, aangezien het laat zien dat het soort nieuwsuitbrengers dat burgers lezen, invloed heeft op de mate waarin burgers onveiligheidsgevoelens ervaren. Het onderzoek van Williams en Dickinson (1993) kijkt echter alleen naar geschreven traditionele media (voornamelijk kranten). Aangezien door Williams en Dickinson (1993) voor traditionele mediabronnen een verschil wordt gevonden tussen voorkeuren voor bepaalde nieuwsuitbrengers en onveiligheidsgevoelens, is het aannemelijk dat dit verschil ook voor sociale mediabronnen bestaat. Aangezien Facebook geen nieuwe inhoud aanbiedt,

maar een plaats biedt voor nieuwsuitbrengers om (zelfgeschreven) nieuwsartikelen te plaatsen op eigen Facebookpagina's van de nieuwsuitbrengers.

Ondanks het feit dat niet eerder onderzoek is gedaan naar de invloed van Facebookgebruik op onveiligheidsgevoelens, tonen eerdere onderzoeken aan dat deze relatie aannemelijk is. Zo laten Eriksson en Olsson (2016) zien dat Facebookgebruikers qua opleidingsniveau verschillen van de gebruikers van Twitter. Daarnaast tonen Williams en Dickinson (1993) aan dat voorkeur voor een bepaalde nieuwsuitbrenger invloed hebben op de mate van onveiligheidsgevoelens die burgers ervaren. Het is interessant om te kijken of er ook een relatie tussen (voorkeuren) bij mediagebruik en onveiligheidsgevoelens bestaat voor sociale media en specifiek voor het medium Facebook.

### **2.3 - Prefereren (on)betrouwbare nieuwsberichten via Facebook**

In het voorgaande deel van het theoretisch kader is uitgelegd wat onveiligheidsgevoelens zijn en hoe deze zich verhouden tot Facebookgebruik. In deze paragraaf wordt verder ingegaan op de relatie tussen Facebookgebruik en onveiligheidsgevoelens. Dit wordt gedaan door te kijken naar de eerste conditie die wordt behandeld in dit onderzoek, het effect van het hebben van een voorkeur voor (minder) betrouwbare nieuwsberichten op Facebook op onveiligheidsgevoelens. Hierbij wordt uitgegaan van de veronderstelling dat burgers die een voorkeur hebben voor onbetrouwbare nieuwsberichten op Facebook boven betrouwbare nieuwsberichten meer onveiligheidsgevoelens ervaren. In de onderstaande tekst wordt uitgelegd waar deze veronderstelling op is gebaseerd.

De betrouwbaarheid van nieuwsberichten (op Facebook) is een onderwerp dat in opkomst is in de media en in wetenschappelijk onderzoek, voornamelijk door de stijgende media-aandacht voor nepnieuws. Zo geeft Facebook de gebruikers tips om nepnieuwsberichten die via Facebook verspreid worden, te herkennen (NOS, 2018). Er is nog geen wetenschappelijk onderzoek te vinden dat kijkt naar de invloed van een voorkeur voor (on)betrouwbare (nieuws)berichten op Facebook op de toe- of afname van onveiligheidsgevoelens bij burgers, ondanks de stijgende aandacht in

wetenschappelijk onderzoek voor de mate van betrouwbaarheid van nieuwsberichten (op Facebook).

Er bestaat wel onderzoek naar de invloed van een voorkeur voor (on)betrouwbare nieuwsberichten op een toe- of afname van onveiligheidsgevoelens bij burgers voor traditionele nieuwsuitbrengers. Marchi (2012) laat zien dat jongeren aangeven dat zij de betrouwbaarheid van nieuwsberichten minder relevant vinden dan de inhoud van de nieuwsberichten. Ondanks dat jongeren aangeven op de hoogte te zijn van het fenomeen 'nepnieuws' verkiezen ze volgens het onderzoek van Marchi (2012) veelal nieuwsberichten met een minder betrouwbaar karakter boven nieuwsberichten met een meer betrouwbaar karakter. Jongeren hechten volgens Marchi (2012) meer waarde aan andere kenmerken van een nieuwsbericht, zoals ontspanning en het entertainmentgehalte, en ze vinden deze kenmerken relevanter dan de betrouwbaarheid van een nieuwsbericht.

Het onderzoek van Marchi (2012) gaat niet in op onveiligheidsgevoelens, maar laat zien dat artikelen met een minder betrouwbaar karakter populair zijn onder bepaalde groepen burgers. In het onderzoek van Marchi (2012) komt dit doordat deze groep burgers de nieuwsartikelen gebruikt met een ander doel dan alleen het opdoen van nieuws of informatie. De conclusie van Marchi (2012) kan van toepassing zijn op burgers met meer onveiligheidsgevoelens, , zoals Eriksson en Olsson (2016) laten zien, aangezien de individuele kenmerken van burgers invloed hebben op de reden waarom burgers Facebook gebruiken.

Kasperson, Renn, Slovic, Brown, Emel en Goble (2001) laten in hun onderzoek zien dat burgers met meer onveiligheidsgevoelens aangetrokken worden tot nieuwsberichten met een minder betrouwbaar karakter omdat deze nieuwsberichten een hoger entertainmentgehalte hebben. Kasperson et al. (2001) laten zien dat mediakanalen hierop inspringen door nieuwsberichten uit te vergroten. Mediakanalen hebben belang bij een zo groot mogelijk publiek voor nieuwsberichten (Kasperson et al., 2001). Kasperson et al. (2001) geven aan dat mediakanalen voornamelijk negatieve nieuwsberichten extra aandacht geven (door deze uit te vergroten), omdat deze berichten de meeste reacties opwekken bij lezers of kijkers. Wetenschappelijk onderzoek laat zien dat voor bepaalde groepen burgers de inhoud van nieuwsberichten of opinies in nieuwberichten relevanter zijn dan de betrouwbaarheid van nieuwsberichten (Marchi, 2012; Kasperson et al., 2001).

In dit onderzoek wordt de volgende veronderstelling onderzocht: burgers die zich meer aangetrokken voelen tot Facebookberichten met een minder betrouwbaar karakter, hebben meer onveiligheidsgevoelens. Dit soort nieuwsberichten trekt respondenten aan die belang hechten aan een hoog entertainmentgehalte, zoals respondenten met meer onveiligheidsgevoelens.

Aan de hand van de bovenstaande theorieën is de onderstaande hypothese opgesteld:

*Hypothese 1: Naarmate respondenten meer aangetrokken worden tot minder betrouwbare nieuwsberichten op Facebook, ervaren ze meer onveiligheidsgevoelens.*

## **2.4 - De uitbrenger van een nieuwsbericht op Facebook**

De tweede conditie waarmee in dit onderzoek wordt gekeken naar het verband tussen Facebookgebruik en onveiligheidsgevoelens, is de uitbrenger van een nieuwsbericht op Facebook. Uitbrengers zijn in dit onderzoek: organisaties of individuen die nieuwsberichten schrijven. In dit onderzoek zijn zowel traditionele organisaties die werken met journalisten, zoals NOS en RTL als minder traditionele organisaties, die zijn ontstaan in het 'socialemediatijdperk' en gebruikmaken van burgerjournalisten, zoals Powned en Dumpert, opgenomen onder de definitie nieuwsuitbrengers.

De invloed van de uitbrengers van nieuwsberichten is veranderd sinds de komst van het internet (Baran & Davis, 2006). Traditionele media zijn volgens Baran en Davis (2006) betrouwbaarder dan nieuwe media, zoals sociale media, omdat bij traditionele media journalisten werken met vakcodes (ethische richtlijnen gemaakt binnen een bepaald vakgebied). In Nederland wordt in de journalistiek 'officieel' niet gewerkt met specifieke vakcodes, al zijn in de praktijk deze vakcodes frequent aanwezig. De laatste jaren is daarnaast meer aandacht geschonken aan ethiek en verantwoordelijke berichtgeving in de opleiding journalistiek (Van der Wurff & Schönbach, 2010). Doordat bij online journalistiek burgerjournalisten (burgers zonder (specifieke) opleidingen die zelf stukken schrijven en publiceren) een grotere rol spelen dan bij traditionele media, is de kans op misstanden groter, aangezien burgerjournalisten geen specifieke journalistieke opleiding hebben genoten. De risico's van misstanden door burgerjournalistiek worden steeds zichtbaarder, zo blijkt bijvoorbeeld uit

het groeiende aantal meldingen over privacyinbreuk, aldus Van der Wurff en Schönbach (2010). Privégegevens zoals namen en foto's van daders van misdaden worden op sociale media geplaatst aldus Van der Wurff en Schönbach (2010). Ondanks dat in Nederland officieel niet gewerkt wordt met specifieke vakcodes voor journalisten, gaat de conclusie van Baran en Davis (2006) dat traditionele media betrouwbaarder zijn dan nieuwe media, ook voor Nederland op. In Nederland worden de vakcodes voor een deel gecompenseerd door de specifieke lessen in de opleiding journalistiek, aldus Van der Wurff en Schönbach (2010).

Burgers verwachten dezelfde kwaliteit en betrouwbaarheid van nieuwsbronnen op het internet als ze gewend zijn van traditionele media, aldus Baran en Davis (2006). Door deze misvatting zijn burgers niet kritisch genoeg over online (nieuws)berichten. Burgers nemen bijvoorbeeld wat ze lezen op blogs zoals the Huffington Post en Buzzmachine voor waar aan. Dit is problematisch, omdat blogs nieuws regelmatig politiek gekleurd brengen volgens Baran en Davis (2006). Het is aannemelijk dat dit effect ook voor Nederland geldt, aangezien misstanden met kwaliteit en betrouwbaarheid van nieuwsberichten door een gebrek aan kwaliteitscontrole bij onlinejournalistiek ook in Nederland voorkomen, aldus Van der Wurff en Schönbach (2010).

Uit de bovenstaande onderzoeken blijkt dat er een groot contrast is tussen de kwaliteit van berichten in traditionele media en berichten in niet-traditionele (nieuwe) media. Daarom is het interessant te kijken of dit effect zichtbaar is in nieuwsberichten op Facebook. Een aanzienlijk deel van de uitbrengers van nieuwsberichten in Nederland gebruikt immers Facebook als platform om nieuwsberichten te publiceren.

Op Facebook worden nieuwsberichten geplaatst door traditionele en minder traditionele (nieuwe) uitbrengers van nieuwsbronnen. Bijna ieder nieuwsmedium heeft een Facebookpagina waarop berichten geplaatst worden door het medium. Uit onderzoek op Myspace is al eerder gebleken dat de persoon die een bericht plaatst en de pagina waarop een bericht wordt geplaatst, invloed hebben op de manier waarop een bericht wordt geïnterpreteerd door een individuele respondent. Berichten van een persoon of pagina met een bepaalde status werden volgens dit onderzoek eerder voor waar aangenomen (Lunk, 2008).

Doordat op Facebook zowel traditionele als minder traditionele uitbrengers van nieuwsberichten publiceren, is het aannemelijk dat bepaalde uitbrengers van nieuwsberichten meer invloed hebben op onveiligheidsgevoelens bij burgers dan andere nieuwsuitbrengers. Dit effect wordt veroorzaakt doordat traditionele uitbrengers nieuwsberichten beter controleren en daardoor waarschijnlijk nieuwsberichten publiceren met een lager entertainmentgehalte en hogere betrouwbaarheid dan uitbrengers met een minder traditioneel karakter.

In dit onderzoek wordt gecontroleerd of respondenten die zich meer aangetrokken voelen tot traditionele nieuwsuitbrengers, minder onveiligheidsgevoelens ervaren. Uitbrengers van traditionele media zijn minder gefocust op het entertainmentgehalte van berichten en publiceren daardoor minder sensatievolle nieuwsberichten. Om te controleren of dit effect werkelijk opgaat, is aan de hand van de bovenstaande theorieën de onderstaande hypothese opgesteld.

*Hypothese 2: Naarmate respondenten meer aangetrokken worden tot traditionele uitbrengers van nieuwsberichten die publiceren op Facebook, ervaren ze minder onveiligheidsgevoelens.*

## **2.5 - Individuele kenmerken**

In dit onderzoek wordt gekeken naar drie condities: *de betrouwbaarheid van een nieuwsbericht op Facebook, de uitbrenger van een nieuwsbericht op Facebook en de individuele kenmerken van de respondent*. De individuele kenmerken waar in dit onderzoek naar gekeken wordt, zijn opgesplitst in *leeftijd, opleiding en geslacht*. Hier is voor gekozen omdat in voorgaand onderzoek verbanden zijn gevonden tussen (sociale) media en onveiligheidsgevoelens voor deze kenmerken.

### **2.5.1 - Leeftijd**

Leeftijd is het eerste individuele kenmerk waar in dit onderzoek naar gekeken wordt. In dit onderzoek wordt gekeken naar de invloed van de leeftijd van Facebookgebruikers op onveiligheidsgevoelens.

Eerder onderzoek laat zien dat jongeren meer gebruikmaken van sociale media zoals Facebook dan ouderen (Turpijn et al., 2015). Dit soort onderzoek is

een eerste indicatie dat de leeftijd van burgers een mogelijke invloed heeft op de relatie tussen Facebookgebruik en onveiligheidsgevoelens. Aangezien jongeren meer gebruikmaken van Facebook, komen ze automatisch meer in aanraking met Facebook als mediaplatform en maken ze waarschijnlijk eerder gebruik van Facebook als informatiebron voor nieuws. Dit leidt ertoe dat wanneer Facebookgebruik zorgt voor een toename van onveiligheidsgevoelens, jongeren een grotere kans hebben meer onveiligheidsgevoelens te ervaren dan oudere respondenten.

Eerder zijn onderzoeken gedaan naar de relatie tussen andere onderzoeksgebieden en onveiligheidsgevoelens waarin de leeftijd van burgers is meegenomen als factor van invloed op deze relatie, zoals seksuele voorkeur (Vossen, 2014) en etniciteit (Aalst & Schwanen, 2009). Uit deze onderzoeken bleek dat de invloed van onveiligheidsgevoelens gedeeltelijk werd veroorzaakt door de kwetsbaarheid van burgers. Deze kwetsbaarheid zorgt ervoor dat leeftijd een effect heeft op onveiligheidsgevoelens. Naarmate burgers aangeven kwetsbaarder te zijn, ervaren ze meer onveiligheidsgevoelens, aldus Hale (1996). Burgers zijn volgens de theorie van Hale (1996) minder kwetsbaar naarmate ze ouder worden, doordat ze bijvoorbeeld financieel onafhankelijker zijn. Dit geldt niet voor alle ouderen respondenten, er zijn ook oudere respondenten die juist meer onveiligheidsgevoelens ervaren, doordat ze kwetsbaarder zijn vanwege een hoge afhankelijkheidsfactor. Dit gaat volgens de theorie van Hale (1996) maar om een kleine groep oudere respondenten. Dit leidt ertoe dat jongere burgers meer onveiligheidsgevoelens ervaren dan oudere burgers. Wanneer uitgegaan wordt van de veronderstelling dat jongeren meer gebruikmaken van (sociale) media (Gerbner, Gross, Signorielli, Morgan & Jackson-Beeck, 1979), is de kans reëel dat de eerder in dit onderzoek besproken relaties tussen Facebookgebruik en onveiligheidsgevoelens versterkt worden voor jongere respondenten. Jongere burgers hebben volgens Gerbner et al. (1979) meer onveiligheidsgevoelens dan oudere burgers, aangezien jongere burgers meer kans hebben om kwetsbaarheid te ervaren en meer Facebook gebruiken dan oudere burgers, waardoor ze eerder worden blootgesteld aan factoren die meer onveiligheidsgevoelens veroorzaken.

Aan de hand van de bovenstaande theorieën is de onderstaande hypothese opgesteld.

*Hypothese 3: Facebookgebruikers behorend tot een jongere leeftijdscategorie ervaren meer onveiligheidsgevoelens dan Facebookgebruikers behorend tot een oudere leeftijdscategorie.*

### **2.5.2 - Opleidingsniveau**

Het tweede individuele kenmerk waar in dit onderzoek naar gekeken wordt, is opleidingsniveau. Gekeken wordt naar het effect dat het opleidingsniveau van Facebookgebruikers heeft op onveiligheidsgevoelens.

De theorie van Hale (1996) laat zien dat hoogopgeleiden burgers waarschijnlijk minder onveiligheidsgevoelens hebben dan burgers met een laag opleidingsniveau. Burgers met een hoog opleidingsniveau zijn minder kwetsbaar voor economische deprivatie dan burgers met een laag opleidingsniveau, doordat ze vaker een beter betaalde baan hebben. Doordat hoogopgeleiden burgers minder kwetsbaar zijn, ervaren ze minder onveiligheidsgevoelens (Hale, 1996). Daarnaast maakt de extra (algemene) kennis hoogopgeleide burgers minder kwetsbaar (De Groof, 2006). Dit zorgt ervoor dat hoogopgeleide burgers over het algemeen minder last van onveiligheidsgevoelens hebben dan laagopgeleide burgers. De relatie tussen Facebookgebruik en onveiligheidsgevoelens wordt versterkt naarmate burgers een laag opleidingsniveau hebben, omdat laagopgeleide burgers volgens Hale (1996) en De Groof (2006) meer onveiligheidsgevoelens ervaren dan hoogopgeleide burgers, aangezien laagopgeleide burgers kwetsbaarder zijn.

Schuyf (2009) laat zien dat de hoeveelheid risicovolle situaties waarmee burgers in aanraking komen, bepalen in hoeverre burgers onveiligheidsgevoelens ervaren. Volgens Schuyf (2009) komen burgers met een laag opleidingsniveau vaker in aanraking met risicovolle situaties. Dit effect wordt mogelijk nog versterkt doordat burgers volgens Schuyf (2009) regelmatig optrekken met burgers met een vergelijkbare leefstijl en hetzelfde opleidingsniveau. Wanneer laagopgeleiden meer in aanraking komen met andere laagopgeleiden met meer onveiligheidsgevoelens, beïnvloeden ze elkaar op dit gebied, wat een zelfversterkend effect heeft. Dit effect wordt versterkt door Facebookgebruik, aangezien het aannemelijk is dat burgers met een lager opleidingsniveau meer Facebookcontact hebben met andere burgers met een lager opleidingsniveau. Hierdoor komen laagopgeleiden mogelijk sneller in aanraking met onbetrouwbare (nieuws)berichten op Facebook en

niet traditionele uitbrengers van (nieuws)berichten op Facebook, wat zorgt voor een verhoging van hun onveiligheidsgevoelens.

Daarnaast maken burgers met een hoog opleidingsniveau gebruik van een ander soort (sociale) media dan burgers met een laag opleidingsniveau, aldus Turpijn et al. (2015) en De Groof (2006). Laagopgeleide burgers maken bijvoorbeeld vaker gebruik van mediabronnen met een hoger entertainmentgehalte. Eriksson en Ollson (2016) sluiten zich hierbij aan en tonen aan dat hoogopgeleiden vaker Twitter gebruiken dan laagopgeleiden. Laagopgeleiden maken vaker gebruik van Facebook, omdat Facebook gemakkelijker in het gebruik is en een hoger entertainmentgehalte heeft. Dit verschil in socialemediagebruik heeft mogelijk invloed op onveiligheidsgevoelens, aangezien de groep laagopgeleide burgers, die waarschijnlijk beschikken over meer onveiligheidsgevoelens, oververtegenwoordigd is onder de Facebookgebruikers. Wanneer Facebookgebruik onveiligheidsgevoelens versterkt, zorgt de grotere aanwezigheid van laagopgeleiden onder Facebookgebruikers ervoor dat laagopgeleiden gemiddeld meer onveiligheidsgevoelens ervaren dan hoogopgeleiden.

Om de sterkte van deze relatie te controleren, is aan de hand van de bovenstaande theorieën de onderstaande hypothese opgesteld.

*Hypothese 4: Facebookgebruikers met een lager opleidingsniveau ervaren meer onveiligheidsgevoelens dan Facebookgebruikers met een hoger opleidingsniveau.*

### **2.5.3 - Geslacht**

Het derde individuele kenmerk waar in dit onderzoek naar gekeken wordt, is geslacht. In dit onderzoek wordt gekeken welk effect het geslacht van Facebookgebruikers heeft op de hoeveelheid onveiligheidsgevoelens die respondenten ervaren.

Uit onderzoek blijkt dat vrouwen zich onveiliger voelen bij het kijken naar lokale nieuwsprogramma's op televisie dan mannen (Chiricos, Padgett & Gertz, 2000). Hoe dichter het nieuws bij de persoonlijke levenssfeer komt, hoe meer invloed het nieuws heeft op de relatie tussen geslacht en onveiligheidsgevoelens. Zo heeft lokaal nieuws meer invloed op de

onveiligheidsgevoelens van vrouwen dan landelijk nieuws, volgens Chiricos et al. (2000). Facebook biedt als sociaal medium voor allerlei soorten nieuws een doorvoerluik, zowel lokaal, landelijk als internationaal nieuws. Facebook biedt de mogelijkheid om te reageren op nieuwsbronnen en te zien hoe vrienden en bekenden reageren op nieuwsartikelen. Deze mogelijkheid tot reageren en het lezen van reacties van bekenden, maakt het aannemelijk dat nieuwsberichten op Facebook dichterbij komen dan nieuwsberichten via traditionele media. Dit maakt het aannemelijk dat vrouwen meer onveiligheidsgevoelens ervaren bij het lezen van nieuwsberichten op Facebook. Dit sluit aan bij het onderzoek van Winkel en Vrij (1990), dat laat zien dat hoe meer een vrouwelijke respondent zich betrokken voelt bij de inhoud van een nieuwsbericht, hoe meer effect dit heeft op de onveiligheidsgevoelens van deze respondent. Wanneer een respondent via Facebook reageert op nieuwsberichten, of vrienden ziet reageren op nieuwsberichten, zal deze respondent zich waarschijnlijk meer betrokken voelen bij deze nieuwsberichten, wat leidt tot een vergrote kans op onveiligheidsgevoelens.

Daarbij maken vrouwen meer gebruik van Facebook dan mannen (Acar, 2008). Doordat vrouwen meer gebruikmaken van Facebook is het waarschijnlijk dat, als Facebookgebruik invloed heeft op onveiligheidsgevoelens, dit effect voor vrouwen extra versterkt wordt. Dit effect wordt versterkt, aangezien vrouwelijke Facebookgebruikers überhaupt meer onveiligheidsgevoelens ervaren dan mannelijke Facebookgebruikers, doordat Facebook als mediaplatform gebruikers zich meer betrokken laat voelen bij nieuwsberichten.

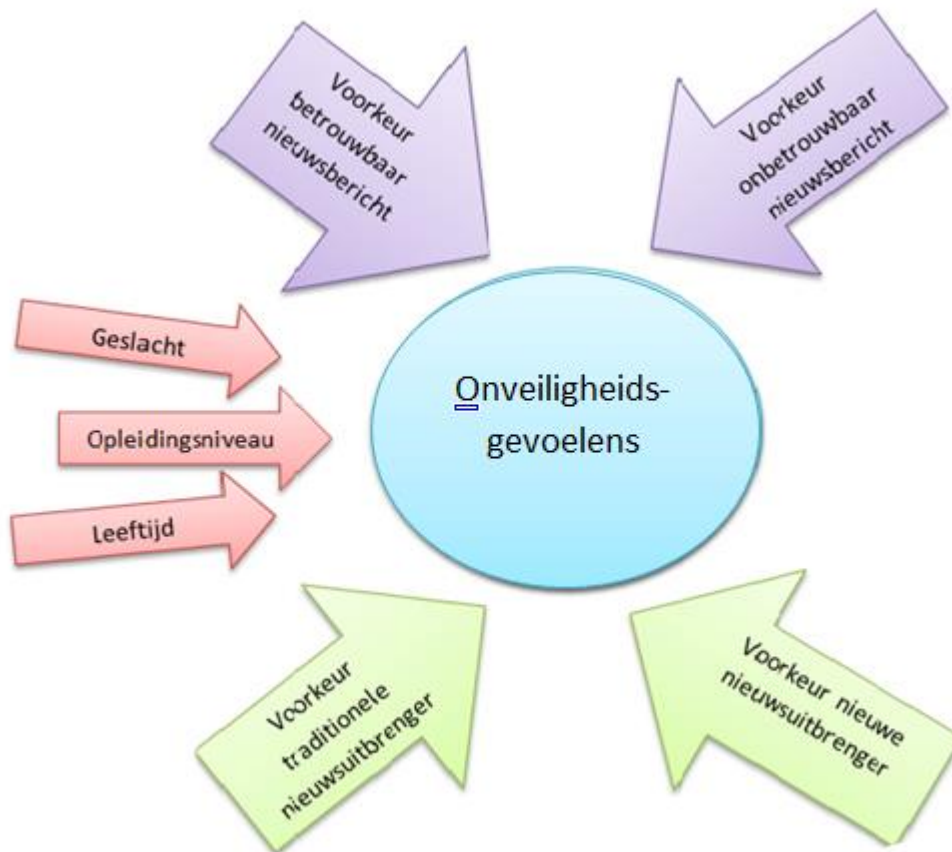
Aan de hand van de bovenstaande theorieën is de onderstaande hypothese opgesteld om dit effect te onderzoeken.

*Hypothese 5: Vrouwelijke Facebookgebruikers ervaren meer onveiligheidsgevoelens dan mannelijke Facebookgebruikers.*

## 2.6 - Conceptueel model

In de onderstaande figuur 1 zijn de relaties weergegeven waarnaar in dit onderzoek wordt gekeken.

Figuur 1: Conceptueel model



### **3 - Methodologisch kader**

Dit hoofdstuk geeft eerst de operationalisaties van de meest relevante begrippen in dit onderzoek. Deze begrippen zijn allen eerder genoemd in dit onderzoek. In dit hoofdstuk worden de begrippen uitgebreider uiteengezet. Dit wordt gedaan aangezien begrippen per onderzoek verschillend geïnterpreteerd kunnen worden, aangezien er verschillende manieren zijn om onderzoeksbegrippen te operationaliseren. Daarom zal voor alle relevante begrippen in dit onderzoek een beargumenteerde keuze voor de gekozen definitie gegeven worden. Deze definitie wordt in de rest van dit onderzoek gehanteerd.

Na het bespreken van de operationalisatie wordt in dit hoofdstuk een methodologische verantwoording gegeven voor de methoden die zijn gebruikt om theorie en praktijk te koppelen in dit onderzoek. Daarna wordt ingegaan op de onderzoeksstrategie door de steekproef en de dataverzameling van dit onderzoek te bespreken. Vervolgens worden de gebruikte analysetechnieken verantwoord. Dit zijn de technieken waarmee de gevonden informatie verwerkt wordt. Zowel de onderzoeksstrategie als de onderzoeksmethoden en de analysetechnieken brengen valkuilen met zich mee voor de validiteit en betrouwbaarheid van dit onderzoek. De laatste paragraaf beschrijft deze valkuilen gezamenlijk met de maatregelen die getroffen zijn om de valkuilen te overtroeven.

#### **3.1 - Methodologische verantwoording**

Dit onderzoek heeft een deductieve oorsprong. Dit betekent dat het onderzoek is ontstaan vanuit theorieën (Neuman & Kreuger, 2003). De theoretische verkenning in hoofdstuk 2 is de basis voor de empirische dataverzameling.

In dit onderzoek is gebruikgemaakt van kwantitatieve methoden om het verband tussen Facebookgebruik en onveiligheidsgevoelens te analyseren. In dit onderzoek wordt gebruikgemaakt van een vragenlijst en een deductieve onderzoeksbenadering (Saunders & Lewis, 2012). Dit houdt in dat aan de hand van literatuuronderzoek hypotheses zijn opgesteld. Deze hypotheses laten verwachtingen zien over de relaties tussen de variabelen in dit onderzoek; de hypotheses worden in dit onderzoek getoetst.

De vragenlijst is uitgezet via Facebook. Hier is voor gekozen, om in een korte tijd zoveel mogelijk Facebookgebruikers te kunnen bereiken. Er waren

andere manieren mogelijk om het onderzoek te verspreiden, bijvoorbeeld via andere vormen van sociale media. Aangezien dit onderzoek kijkt onder welke condities Facebookgebruik invloed heeft op onveiligheidsgevoelens, is hier niet voor gekozen. Aan de hand van de via Facebook gedistribueerde vragenlijst is kwantitatieve informatie vergaard die via SPSS verwerkt is door middel van een ordinale logistische regressieanalyse.

## **3.2 - Methoden van dataverzameling**

### **3.2.1 - Populatie**

Dit onderzoek is uitgevoerd onder Nederlandse Facebookgebruikers. Onderzocht is of keuzes die burgers maken bij hun Facebookgebruik invloed hebben op de onveiligheidsgevoelens die ze ervaren. Met dit onderzoek wordt aangesloten bij de heersende mediadiscussie over de invloed van nepnieuws dat wordt verspreid via sociale media zoals Facebook.

Dit onderzoek is gedeeld via het Facebookaccount van de onderzoeker. De onderzoeker heeft zelf tweemaal een oproep gedaan via haar eigen Facebookaccount. Daarnaast is dit Facebookbericht nog achttien keer gedeeld door Facebookcontacten van de onderzoeker om een zo groot mogelijke populatie te bereiken.

In totaal hebben 180 respondenten de enquête ingevuld, van wie er 177 aangaven daadwerkelijk Facebook te gebruiken. De meest voorkomende leeftijdscategorie van respondenten in dit onderzoek is 16 tot 25 jaar. Van de respondenten bevindt 49,2% zich in deze leeftijdscategorie. Meer dan de helft van de respondenten is vrouw, 64,4%. De meeste respondenten zijn hoogopgeleid, 50,8%.

### **3.2.2 - Dataverzameling**

In dit onderzoek is ervoor gekozen om gebruik te maken van een kwantitatieve dataverzameling. Dit is gedaan door middel van een vragenlijst. Voor deze benadering is gekozen in de hoop op deze manier meer respondenten te bereiken. Daarnaast is het toepasselijk dit onderzoek online uit te zetten, gezien het onderwerp van dit onderzoek. Een vragenlijst past bij de deductieve onderzoeksbenadering van dit onderzoek.

Er is gebruikgemaakt van een schriftelijke vragenlijst (zie bijlage 3) opgesteld in Qualtrics. De vragen in de vragenlijst zijn opgesteld om aan te

sluiten bij de indicatoren van de in dit onderzoek te meten variabelen. De vragenlijsten zijn volledig gestructureerd, waardoor alle respondenten dezelfde vragenlijst kregen om in te vullen. In totaal hebben 180 respondenten de vragenlijst beantwoord. Van hen gaven drie respondenten aan geen Facebook te gebruiken; deze respondenten zijn verwijderd. Na verwijdering van de respondenten die geen Facebook gebruiken, bleven 177 respondenten over. Doordat de antwoordmogelijkheden vooraf gegeven zijn, is sprake van een hoge mate van standaardisatie in dit onderzoek. Dit vereenvoudigt de statistische analyse (Van Thiel, 2007).

De enquête is opgezet in het programma Qualtrics. De Radboud Universiteit heeft een licentie om dit programma te gebruiken, waardoor het mogelijk was de enquête in de lay-out van de universiteit te tonen. Dit zorgt dat het onderzoek onafhankelijker over komt op respondenten en dat het niet geassocieerd wordt met reclame.

### **3.2.3 - Pilot**

Voordat de vragenlijst is uitgezet via Facebook, is deze eerst getest door middel van een voorstudie of pilot (Neuman & Kreuger, 2003). Verschillende personen hebben de vragenlijst ingevuld: medestudenten die onbekend waren met de inhoud van dit onderzoek, maar die bekend zijn met enquêteonderzoek, iemand die dit onderzoek niet kent en die geen ervaring heeft met enquêtes, en de onderzoeker zelf. Uit deze voorstudie bleek dat het ongeveer acht tot tien minuten duurde om de enquête in te vullen. Dit is aangegeven bij de Facebookpromotie van het onderzoek en in het voorwoord van de vragenlijst. Daarnaast werd door deze testronde duidelijk dat vraag 8 en 10 niet helder geformuleerd waren. Deze vragen zijn aangepast, waarna de vragenlijst is gepubliceerd. Bij vraag 8 (nieuwsberichtkop UMC Utrecht), is na overleg met de deelnemers van de pilotstudie gekozen voor een nieuwsberichtkop met een meer uitgesproken titel. Waarna de nieuwsberichtkop is aangepast bij vraag 2 en vraag 8. Er is gekozen de formulering van vraag 10 aan te scherpen.

De pilotstudie heeft eraan bijgedragen dat fouten en onduidelijkheden zoveel mogelijk uit de enquête zijn gefilterd. Dit verkleint het risico dat respondenten tijdens het invullen van de enquête stoppen, bijvoorbeeld omdat ze een vraag niet begrijpen. De kans op een zo hoog mogelijke respons wordt

daardoor vergroot, wat weer bijdraagt aan de validiteit en betrouwbaarheid van dit onderzoek.

### **3.3 - Operationalisatie**

Aan de hand van het theoretisch kader is een operationalisatie opgesteld. De onderwerpen uit het theoretisch kader worden hierin uitgelicht. Dit is gedaan om duidelijk te maken hoe de begrippen in dit onderzoek geïnterpreteerd worden, aangezien de operationalisatie van begrippen per onderzoek verschilt.

Om de begrippen te operationaliseren, is eerst voor elke variabele een korte theoretische definitie gegeven. In het vorige hoofdstuk is uitgebreider ingegaan op de theoretische achtergrond van de variabelen. Vervolgens zijn per variabelen indicatoren geformuleerd, waarna per indicator wordt aangegeven hoe deze gemeten is in de vragenlijst.

De volgende onderwerpen zijn in dit onderzoek geoperationaliseerd: *Facebookgebruik, prefereren (on)betrouwbare nieuwsberichten via Facebook, voorkeur voor een uitbrenger van een nieuwsbericht via Facebook, onveiligheidsgevoelens, leeftijd, geslacht en opleidingsniveau*. De operationalisaties worden hieronder besproken in paragraaf 3.3.1 tot 3.3.5.3 op basis van de volgorde van de vragenlijst.

#### **3.3.1 - Facebookgebruik**

In dit onderzoek betekent *Facebookgebruik* dat een respondent een account heeft op Facebook. Doordat de vragenlijst alleen via Facebook is verspreid, is het waarschijnlijk dat de meeste respondenten een account hebben op Facebook. Om er zeker van te zijn dat alle respondenten tot de onderzoekspopulatie behoren, wordt in dit onderzoek gekeken naar *Facebookgebruik*. De indicator waarnaar wordt gekeken om te bepalen of respondenten gebruikmaken van Facebook, is het hebben van een Facebookaccount. De controlevraag *Facebookgebruik* wordt gemeten door middel van vraag 1 in de vragenlijst: *Maakt u gebruik van een Facebookaccount?* Twee antwoordmogelijkheden zijn mogelijk op deze vraag: *ja* en *nee*. Vraag 1 is alleen bedoeld om te controleren of de deelnemende respondenten gebruikmaken van Facebook. De vraag wordt verder niet in de analyse opgenomen, aangezien de respondenten met een negatief antwoord op deze vraag zijn verwijderd.

### 3.3.2 - Prefereren (on)betrouwbare nieuwsberichten via Facebook

*Prefereren van (on)betrouwbare nieuwsberichten via Facebook* is de eerste conditie waar in dit onderzoek naar gekeken wordt. Nieuwsberichten die worden verspreid op sociale media, verschillen in de mate van betrouwbaarheid (Marchi, 2012). De betrouwbaarheid van nieuwsberichten gaat niet altijd over nepnieuws dat via Facebook wordt verspreid. Uitbrengers van nieuwsberichten herschrijven nieuwsberichten af en toe, zodat nieuwsberichten meer voldoen aan de behoeftes van de lezers (Kim & Cameron, 2011). Laagopgeleide respondenten lezen bijvoorbeeld liever sensatienieuws. Dit aanpassen van nieuwsberichten beperkt zich in de regel puur tot de kop van een nieuwsbericht, maar soms wordt het complete nieuwsbericht aangepast (Kim & Cameron, 2011).

In dit onderzoek is alleen gekeken naar koppen van nieuwsberichten. De (on)betrouwbaarheid van een nieuwsbericht betekent in dit onderzoek dat de framing van een nieuwsbericht wordt aangepast, zodat lezers er eerder voor kiezen om het nieuwsbericht te lezen, waardoor de betrouwbaarheid van het nieuwsbericht mogelijk wordt aangetast. Om dit te onderzoeken, is gebruikgemaakt van twee indicatoren: *de populariteit van nieuwsberichten* en *de betrouwbaarheid van nieuwsberichten*. De twee indicatoren zijn uitgevoerd voor zeven krantenkoppen die de laatste jaren door Nederlandstalige nieuwsuitbrengers op Facebook zijn geplaatst. In dit onderzoek is ervoor gekozen gebruik te maken van echte nieuwsberichtkoppen in plaats van fictieve nieuwsberichtkoppen, vanuit de verwachting dat zo een realistischere weergave van de werkelijkheid wordt gecreëerd. Gekozen is voor nieuwsberichtkoppen waar niet specifiek wordt verwezen naar dreigingen, zoals terrorisme, om zo de politieke gevoeligheid van de nieuwsberichtkoppen te beperken. De gebruikte koppen van nieuwsberichten zijn doorgesproken met de deelnemers van de pilotstudie naar aanleiding van de resultaten van de pilotstudie (in het hoofdstuk pilot 3.2.3 wordt hier verder op ingegaan). Hierna is bij één onderwerp (UMC Utrecht) gekozen voor een nieuwsberichtkop met een meer uitgesproken titel. De gekozen nieuwskoppen staan hieronder opgesomd in tabel 1.

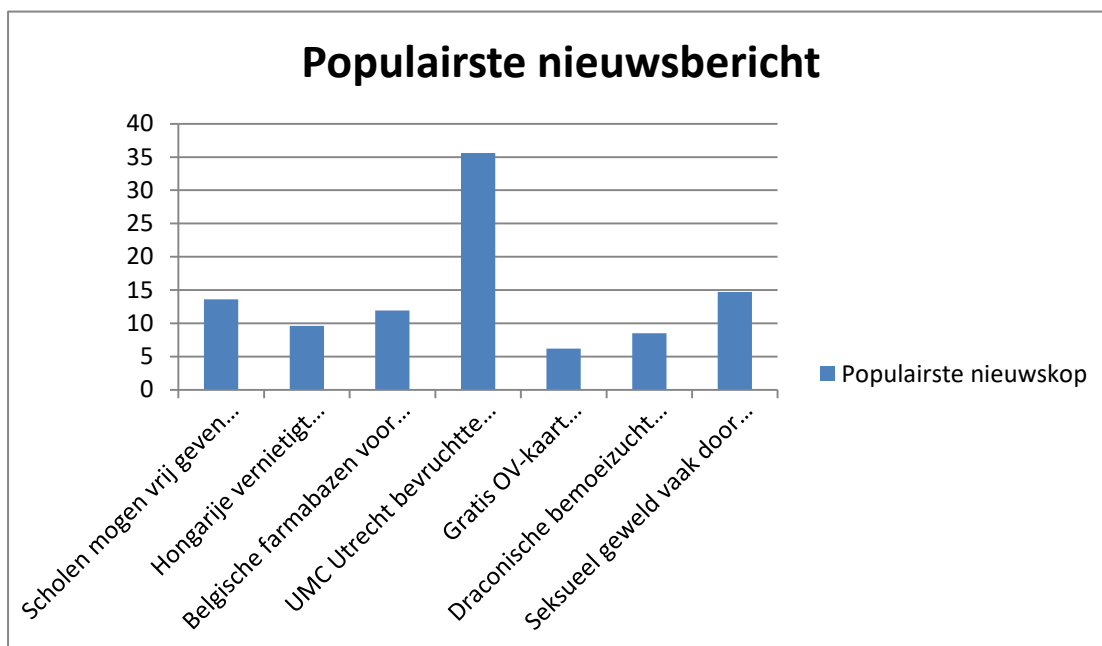
**Tabel 1: Presentatie nieuwsberichtkoppen**

Krantenkop	Nieuwsbron
Scholen mogen vrij geven voor het Suikerfeest	AD (2016)
Belgische farmabazen voor de rechter om levering aan drugsbaron	De Redactie (2016)
Draconische bemoeizucht EU: Uw stofzuiger mag niet te hard zuigen	HP de tijd (2013)
Hongarije vernietigt genetische maisvelden	AD (2016)
Seksueel geweld vaak door die ene goeie jongen	Metronieuws (2017)
UMC Utrecht bevruchtte mogelijk 26 vrouwen met zaad verkeerde man	Volkskrant (2016)
Gratis Ov-kaart uitgeprocedeerde asielzoekers	Telegraaf (2015)

Beide condities (*voorkeur voor nieuwsberichten met een bepaald karakter en voorkeur voor bepaalde uitbrengers van nieuwsberichten*) in dit onderzoek zijn onderzocht door middel van een rangschikking. De eerste rangschikking is uitgevoerd om uit te zoeken welke nieuwsberichten de respondenten prefereren. Dit is gedaan door middel van de volgende vraag: *Rangschik de nieuwsberichten: Hieronder ziet u een lijst van verschillende nieuwskoppen uit de afgelopen jaren. Zet het nieuwsbericht dat u het meest aantrekkelijk vindt om te lezen bovenaan en het nieuwsbericht dat u het minst aantrekkelijk vindt onderaan.* Een rangschikking is gebruikt om vast te stellen welke artikelen de respondenten het liefste lezen. Deze rangschikking gaat niet in op de (on)betrouwbaarheid van de nieuwskoppen. De respondenten hebben in het onderzoek niet te zien gekregen uit welke krant of nieuwsbron de nieuwskoppen afkomstig waren. Hier is voor gekozen om overlap met de variabelen over de uitbrenger van een nieuwsbericht te voorkomen. In bijlage 2 is te zien welke nieuwsberichten het meest populair zijn op basis van de rangschikkingsscores uit het onderzoek.

In dit onderzoek is alleen de meest populaire nieuwskop opgenomen in de analyse. In hoofdstuk 3.4 wordt deze beslissing toegelicht. In de onderstaande figuur 2 is de verdeling te zien van de populairste nieuwskoppen in dit onderzoek in procenten. In figuur 2 is te zien hoeveel procent van de respondenten een bepaalde nieuwskop als meest aantrekkelijk om te lezen hebben gekozen.

**Figuur 2: Populairste nieuwsberichten in procenten (totaal 100%)**



Het artikel *UMC Utrecht bevruchtte mogelijk 26 vrouwen met zaad verkeerde man*, is de populairste nieuwskop. Deze nieuwskop is door 35,6% (63 respondenten) van de respondenten als meest leuk om te lezen beoordeeld. Het minst populaire artikel is *Gratis OV-kaart uitgeprocedeerde asielzoekers*; 6,2% (11 respondenten) van de respondenten hebben deze nieuwskop als meest populaire artikel beoordeeld.

De tweede indicator waar in dit onderzoek naar gekeken is, is de betrouwbaarheid van de nieuwsberichten op Facebook. Om te onderzoeken hoe de respondenten denken over de (on)betrouwbaarheid van de nieuwsberichten op Facebook, is ervoor gekozen respondenten de nieuwsberichten in dit onderzoek zelf te laten beoordelen. Dit is gedaan door middel van de vragen 3 tot en met 9 in dit onderzoek: *Beoordeel onderstaand nieuwsbericht op betrouwbaarheid*. Hier is voor gekozen, omdat het beoordelen van berichten als onderzoeker mogelijk leidt tot subjectiviteit. Een

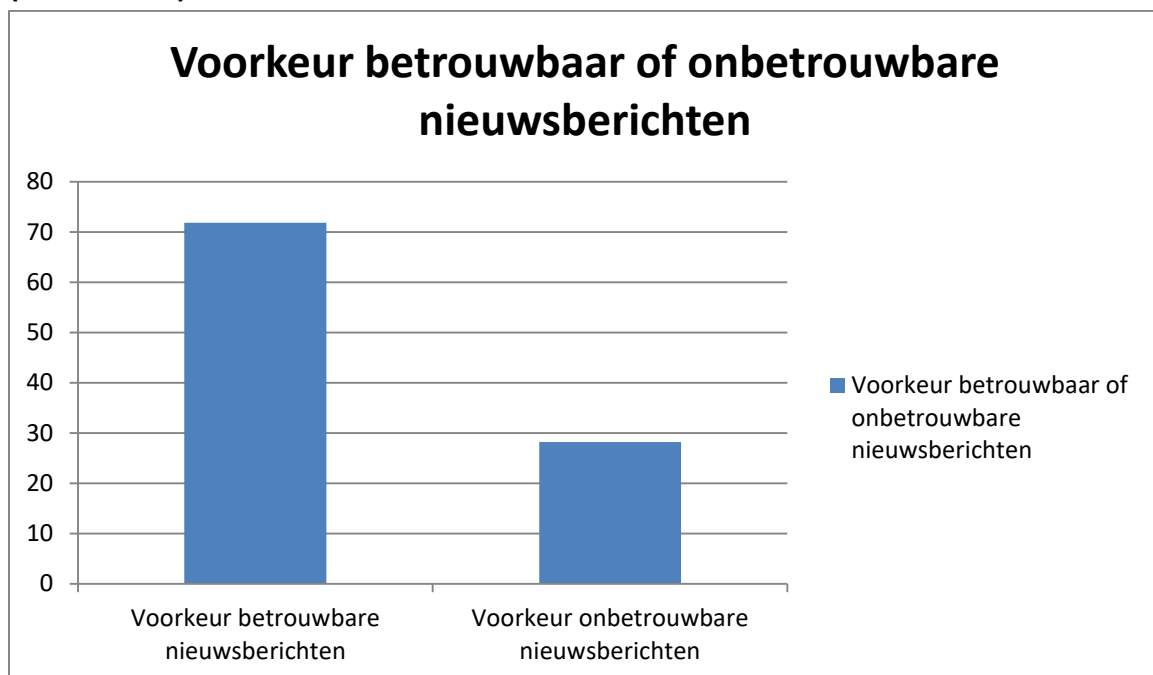
andere optie was de nieuwsartikelen in te delen op basis van de uitbrenger van het nieuwsartikel. Hier is niet voor gekozen, omdat later in dit onderzoek al apart naar de nieuwsuitbrengers wordt gekeken.

Een *score van 1* betekent dat respondenten dit bericht *niet betrouwbaar* vinden, een *score van 100* betekent dat ze dit bericht *zeer betrouwbaar* vinden. De methodiek is veranderd naar aanleiding van de eerste testrespondenten. In de eerste onderzoeksopzet was ervoor gekozen om gebruik te maken van *scores van 1 tot 10*. Doordat 10 een rode kleur heeft in Qualtrics, vonden de meeste testrespondenten dit verwarrend. Om die reden is dit aangepast naar een slider waarop respondenten *scores van 1 tot 100* konden geven.

Aan de hand van deze methodiek is een rangschikking gemaakt. In deze rangschikking wordt getoond in hoeverre nieuwsberichten als betrouwbaar worden ervaren. De rangschikking laat zien hoe respondenten een nieuwsbericht interpreteren. In bijlage 2 is te zien wat de gemiddelde betrouwbaarheidsscore is per nieuwskop.

In dit onderzoek is alleen gekeken naar de betrouwbaarheidsscore die door individuele respondenten is gegeven aan hun favoriete nieuwskop. Een toelichting op deze keuze wordt gegeven in hoofdstuk 3.4. Respondenten die aan hun favoriete nieuwskop een score van 0 tot 50 hebben gegeven, vallen in de categorie *voorkeur voor onbetrouwbare nieuwsberichten*. Respondenten die hun favoriete nieuwskop een score van 51 tot 100 hebben gegeven, vallen in de categorie *voorkeur voor betrouwbare nieuwsberichten*. In figuur 3 is de uiteindelijke verdeling van deze variabele te zien.

**Figuur 3: Voorkeur voor betrouwbare of onbetrouwbare nieuwsberichten in procenten (totaal 100%)**



In Figuur 3 is te zien dat de meeste respondenten in dit onderzoek voorkeur hebben voor betrouwbare nieuwsberichten 71,8 % (127 respondenten), 28,2% (50 respondenten) geven aan voorkeur te hebben voor onbetrouwbare nieuwsberichten.

### **3.3.3 - De uitbrenger van een nieuwsbericht op Facebook**

De tweede conditie waar in dit onderzoek naar gekeken is, is *voorkeur voor een uitbrenger van een nieuwsbericht op Facebook*. Er zijn twee manieren om *de uitbrenger van een nieuwsbericht* te interpreteren. Het gaat om de nieuwsorganisatie achter een nieuwsartikel of specifieker, om de journalist of schrijver van een nieuwsartikel. In dit onderzoek is gekeken naar nieuwsorganisaties en niet naar een specifieke journalist of schrijver. Hier is voor gekozen omdat in dit onderzoek is gekeken naar voorkeuren. Bij onderzoek naar specifieke schrijvers of journalisten zou dit te specifiek worden om nog te kunnen onderzoeken. In dit onderzoek is gebruikgemaakt van een indicator om de voorkeur voor een uitbrenger van een nieuwsbericht te meten. Dit is gedaan door een rangschikking via vraag 10: *Geef aan welke mediabron u het meest raadpleegt wanneer u op zoek bent naar nieuws via Facebook. Zet de mediabron die u het meest raadpleegt bovenaan en de mediabron die u het minst raadpleegt onderaan*. De rangschikking heeft een ordinaal meetniveau.

Tien mediabronnen die nieuwsberichten op Facebook plaatsen, zijn opgenomen in dit onderzoek: *AD, NU.nl, Dumpert, RTL-Nieuws, LindaNieuws, NOS, De Telegraaf, Metro Holland, VK Magazine en PowNed*. De keuze voor deze uitbrengers van nieuwsberichten is gemaakt door te kijken naar de populariteit van de uitbrengers op Facebook.

In dit onderzoek zijn de tien nieuwsuitbrengers met de hoogste populariteit op Facebook opgenomen. De populariteit van de mediabronnen is in dit onderzoek gemeten aan de hand van interacties, de combinatie van het aantal likes, comments en shares die mediabedrijven ontvangen. Bewust is ervoor gekozen om naar interacties te kijken voor het bepalen van de populairste mediabronnen op Facebook, in plaats van naar het aantal Facebookvolgers. Dit omdat interacties meer zeggen over de populariteit van een nieuwsuitbrenger, omdat een persoon er actief voor kiest om deel te nemen. Bij volgen klikt iemand alleen op *volgend* of *vind ik leuk*. In dit onderzoek is ervoor gekozen om geen nieuwsuitbrengers op te nemen die alleen verslag doen van sport, zoals Voetbal International, en om geen satirische nieuwssites op te nemen, zoals De Speld. Daarnaast is er in dit onderzoek voor gekozen alleen Nederlandstalige nieuwsuitbrengers op te nemen. Hier is voor gekozen omdat het onderzoek alleen onder Nederlandstalige respondenten is uitgevoerd.

In de onderstaande tabel 2 zijn de getallen te zien waarop de keuze voor de nieuwsuitbrengers is gebaseerd. De gebruikte gegevens voor dit onderzoek zijn tussen 1 januari en 20 mei 2017 vergaard door CrowdTangle (CrowdTangle, 2017). CrowdTangle is een programma wat wordt gebruikt om onderzoek te doen hoe informatie en content wordt verspreid via internet (Newton, 2016). De nieuwsuitbrengers zijn geselecteerd aan de hand van de populariteitsscores op 20 mei 2017. Hiervoor is gekozen omdat dit de meest recente datum is waarvan alle gegevens beschikbaar zijn.

**Tabel 2: Aantal volgers en interacties op Facebook per mediabron**

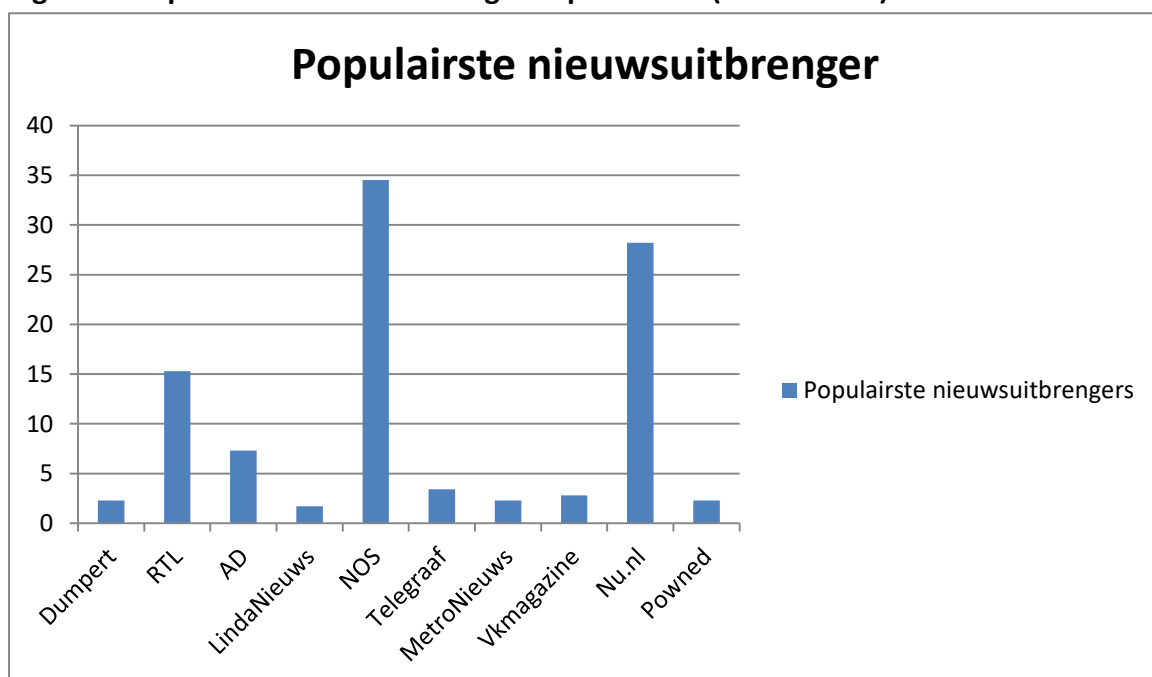
Mediabron	Facebook-interacties	Facebookvolgers
Dumpert	10,223,916	5,580,662
RTL Nieuws	6,524,940	2,943,523
AD	5,146,470	2,735,197
LindaNieuws	4,369,697	2,505,569
NOS	4,332,257	2,287,224
De Telegraaf	2,839,175	1,192,873
Metro Holland	2,091,241	1,087,708
VK Magazine	1,912,658	851,085
Nu.nl	1,755,063	981,836
PowNed	1,737,464	738,503

Bron: CrowdTangle (2017) Facebook Leaderbord

In dit onderzoek zijn alleen de hoogst door een respondent beoordeelde nieuwsuitbrengers meegenomen in de analyse. Een uitleg over deze keuze wordt gegeven in hoofdstuk 3.4.

In bijlage 2 is de populariteit van de rangschikkingsscores weergegeven gebaseerd op alle rangschikkingsscores. In figuur 4 is te zien welke nieuwsuitbrenger het vaakst op nummer 1 is gerangschikt.

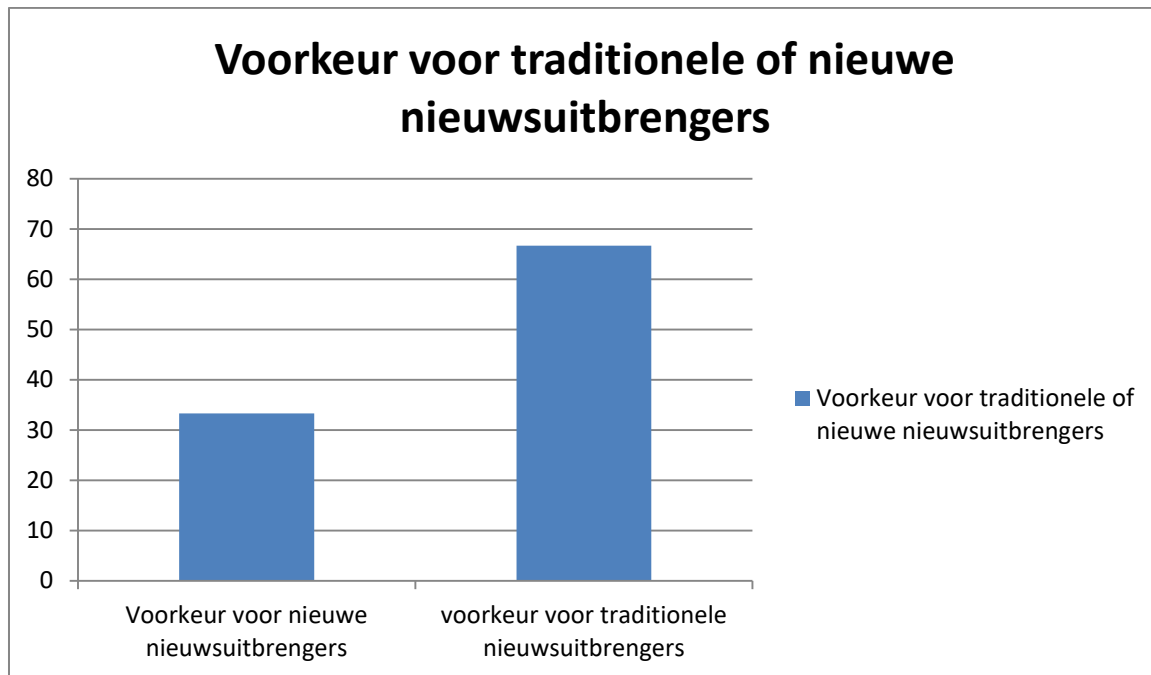
**Figuur 4: Populairste nieuwsuitbrenger in procenten (totaal 100%)**



De raadplegingsscores zijn zichtbaar per uitbrenger van nieuwsberichten. NOS is de populairste uitbrenger in dit onderzoek met een score van 34,5% (61 respondenten) hebben NOS als nummer nummer 1 antwoord gegeven zoals te zien in figuur 4. LindaNieuws is de minst populaire uitbrenger van nieuwsberichten met een score van 1,7% (3 respondenten) heeft LindaNieuws als meest populair gerangschikt.

Om een onderscheid te maken tussen nieuwsbronnen die onder traditionele media vallen en nieuwsbronnen die onder nieuwe media vallen, is wederom gebruikgemaakt van overleg met een panel (een toelichting op dit panel wordt gegeven in het hoofdstuk pilot 3.2.3 ). In dit onderzoek is ervoor gekozen om de nieuwsuitbrengers: *RTL Nieuws, AD, NOS, de Telegraaf, Metro en de Volkskrantmagazine* onder de traditionele media te laten vallen. Hier is voor gekozen omdat de Facebookpagina's van deze nieuwsuitbrengers zijn ontstaan uit traditionele mediabronnen, zoals kranten en televisiezenders. Dit betekent dat de nieuwsuitbrengers: *Dumpert, LindaNieuws, Nu.nl en Powned* onder nieuwe media vallen. Hier is voor gekozen omdat de Facebookpagina's van deze nieuwsuitbrengers, anders dan de voornoemde mediabronnen, niet zijn ontstaan uit traditionele mediabronnen. LindaNieuws is een onderwerp van discussie geweest, omdat deze Facebookpagina immers ontstaan is uit een tijdschrift. Een tijdschrift wordt als vorm van traditionele media gezien. LindaNieuws heeft echter een andere redactie voor de online content en in het tijdschrift staat duidelijk andere content dan online. Daarom is ervoor gekozen om LindaNieuws onder de nieuwe media te plaatsen. Dumpert is ook onderwerp van discussie geweest omdat Dumpert nauwelijks gebruikmaakt van geschreven nieuwsberichten. Burgers plaatsen normaliter videofragmenten op Dumpert. Doordat de redactie specifiek de videofragmenten kiest die van de site op Facebook worden geplaatst, is gekozen Dumpert mee te nemen in dit onderzoek. In figuur 5 is de verdeling te zien van de respondenten met een voorkeur voor traditionele of nieuwe nieuwsuitbrengers.

**Figuur 5: Voorkeur voor traditionele of nieuwe nieuwsuitbrengers in procenten (totaal 100%)**



In figuur 5 is te zien dat de meeste respondenten in dit onderzoek een voorkeur hebben voor traditionele nieuwsuitbrengers namelijk 66,7% (118 respondenten), 33,3% (59 respondenten) geeft aan een voorkeur te hebben voor nieuwe nieuwsuitbrengers.

### **3.3.4 - Onveiligheidsgevoelens**

Onveiligheidsgevoelens zijn de aan- of afwezigheid van (ideeën over) bedreigingen als gevolg van criminaliteit, overlast en verloedering tussen (groepen) burgers, bedrijven en de overheid (CBS, 2016). In dit onderzoek wordt gekeken naar de mate waarin burgers zelf aangeven onveiligheidsgevoelens te ervaren. Dit is onderzocht door middel van een indicator: de mate van onveiligheidsgevoelens die respondenten ervaren. Deze indicator is gemeten door vraag 11: *In welke mate ervaart u onveiligheidsgevoelens?* Respondenten hebben hierop geantwoord door te kiezen uit de volgende antwoordcategorieën: *zeer veel, veel, neutraal, weinig en zeer weinig*.

### **3.3.5 - Individuele kenmerken**

Individuele kenmerken zijn specifieke eigenschappen van respondenten, zoals *geslacht, leeftijd en opleidingsniveau*. Deze onafhankelijke eigenschappen van

respondenten hebben een mogelijke invloed op de keuzes en gevoelens van respondenten.

### **3.3.5.1 - Leeftijd**

Leeftijd is de leeftijd van een respondent die deelneemt aan het onderzoek. Leeftijd kan op meerdere manieren onderzocht worden: zo wordt gekeken naar de specifieke leeftijd van een respondent of naar leeftijdscategorieën. In dit onderzoek is gekeken naar leeftijdscategorieën. Leeftijd is gemeten met een indicator. Dit is gedaan door middel van vraag 12: *Wat is uw leeftijd?*

Respondenten konden bij het beantwoorden van deze vraag kiezen uit de volgende antwoordcategorieën: *Jonger dan 16, 16-25 jaar, 26-35 jaar, 36-45 jaar, 46-55 jaar, 56-65 jaar en ouder dan 65 jaar*. Voor deze leeftijdscategorieën is gekozen, omdat deze ook in andere onderzoeken worden gebruikt. De precieze verdeling van deze variabele is te zien in bijlage 1.

### **3.3.5.2 - Geslacht**

Geslacht is gemeten door te kijken welk geslacht de respondenten hebben aangegeven te hebben. In de meeste onderzoeken wordt puur gekeken naar mannen en vrouwen, al voegen steeds meer onderzoeken een extra categorie (genderneutraal) toe om het geslacht te meten. In dit onderzoek is alleen gekeken naar mannen en vrouwen. Hier is voor gekozen omdat deze keuzemogelijkheden het meest gebruikt zijn in eerdere onderzoeken naar onveiligheidsgevoelens. Geslacht wordt gemeten met één indicator. Dit is gedaan door middel van vraag 13: *Wat is uw geslacht?* Hierbij konden de respondenten kiezen uit twee antwoordcategorieën: *man en vrouw*. De precieze verdeling van deze variabele is te zien in bijlage 1.

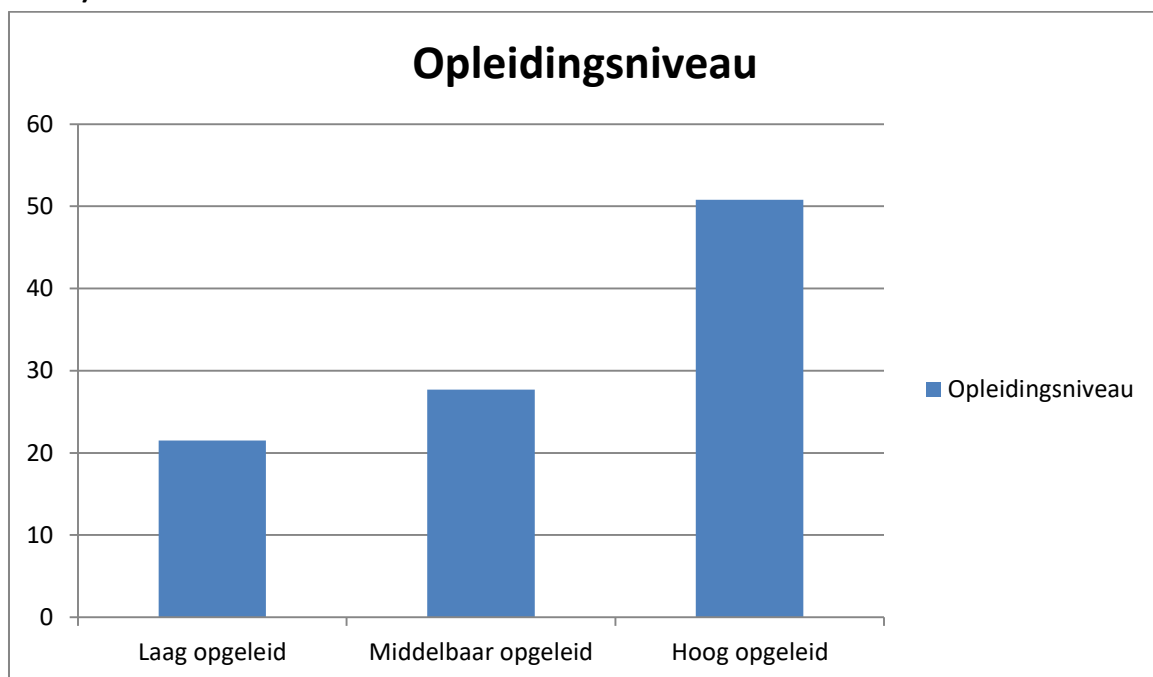
### **3.3.5.3 - Opleidingsniveau**

Bij opleidingsniveau kan het gaan om het hoogst behaalde opleidingsniveau of het huidige opleidingsniveau van burgers. Dit onderzoek kijkt naar het hoogst behaalde opleidingsniveau, omdat dit de meest zekere indicatie is van het opleidingsniveau van de respondent. Bij huidige opleidingsniveau bestaat er immers een groot verschil tussen studenten die pas zijn begonnen en studenten die al bijna klaar zijn met een opleiding, waardoor dit een minder duidelijk opleidingsniveau weergeeft dan hoogst voltooide opleidingsniveau. Het meten is gedaan door één indicator. Deze indicator is gemeten door middel

van vraag 14: *Wat is uw hoogst behaalde opleidingsniveau?* Om deze vraag te beantwoorden, konden respondenten kiezen uit de volgende antwoordcategorieën: *geen opleiding, basisschool, middelbare school, mbo of vergelijkbaar, hbo of vergelijkbaar, wo of hoger en niet van toepassing.*

Gekozen is om de antwoordcategorieën samen te voegen in drie antwoordcategorieën: *laag, middelbaar en hoogopgeleid.* *Geen opleiding, basisschool, middelbare school en niet van toepassing* vormen de categorie *laagopgeleid.* *Mbo of vergelijkbaar* vormt de categorie *middelbaar opgeleid* en *hbo en wo* vormen de categorie *hoogopgeleid.* De precieze verdeling van dit individuele kenmerk voor samenvoeging is te zien in bijlage 1. In figuur 6 is daarnaast de verdeling te zien van het variabele *opleidingsniveau* na samenvoeging van de categorieën. Te zien is dat het variabele *hoog opgeleid* uit de meeste respondenten bestaat 50,8% (90 respondenten), het variabele *middelbaar opgeleid* uit 27,7% (49 personen) bestaat en *laag opgeleid* uit 21,5% (38 personen) bestaat.

**Figuur 6: Verdeling opleidingsniveau samengevoegde categorieën in procenten (totaal 100%)**



### 3.4 - Data-analyse

De data uit de vragenlijst zijn statistisch verwerkt met SPSS versie 23. Hieruit bleek dat de 177 respondenten de enquête volledig hebben ingevuld en aangegeven hebben Facebook te gebruiken.

Eerst zijn de missende variabelen verwerkt. Dit is toegelicht in paragraaf 3.4.1. Daarna is ervoor gekozen om voor opleiding de onderzoekscategorieën samen te voegen in drie categorieën, laag, middelbaar en hoogopgeleid. In paragraaf 3.3.5.3 is toegelicht hoe deze categorieën exact zijn opgebouwd. Dit is gedaan met het commando *recode*, om te zorgen dat de variabelen beter te onderzoeken zijn. De exacte verdeling van de opleidingsniveau na samenvoeging is te zien in figuur 6.

Zoals besproken bij de operationalisatie in paragraaf 3.3, is gebruikgemaakt van meting via een rangschikking. Aangezien het opnemen van alle gerangschikte waarden in de analyse van dit onderzoek zou zorgen voor een te uitgebreide analyse, is ervoor gekozen om in dit onderzoek alleen te kijken naar meest populaire gerangschikte variabelen. In dit onderzoek zijn dit *de populairste nieuwskop* en *de populairste nieuwsuitbrenger*.

De twee nieuwe variabelen zijn gemaakt in SPSS via het commando *insert variabele*. Bij deze nieuwe variabelen is aan de hand van de scores van de rangschikking per respondent aangegeven wat volgens hem of haar *het populairste artikel* of *de populairste nieuwsuitbrenger* was. Zo zijn twee nieuwe variabelen met alleen de populairste scores per respondent aangemaakt.

Hierna zijn nog twee nieuwe variabelen aangemaakt via het commando *insert variabele*. De eerste variabele die is aangemaakt, is de variabele waarin door middel van de betrouwbaarheidsscore die de respondenten hebben toegekend aan het artikel dat zij als populairste hebben beoordeelt wordt aangegeven of respondenten een voorkeur hebben voor betrouwbare of onbetrouwbare nieuwsartikelen. Respondenten die hun populairste artikel een betrouwbaarheidsscore van *0 tot 50* hebben gegeven vallen onder de groep *voorkeur voor onbetrouwbare nieuwsartikelen*, respondenten die hun populairste artikel een betrouwbaarheidsscore van *51 tot 100* hebben gegeven vallen in de groep *voorkeur voor betrouwbare nieuwsartikelen*. De tweede variabele laat per respondent de populairste nieuwsuitbrenger zien. Respondenten die *Telegraaf*, *VK Magazine*, *AD*, *NOS*, *RTL* en *Metronieuws* op nummer 1 hadden gezet, zijn ingedeeld in de categorie *traditionele*

*nieuwsuitbrengers*. Respondenten die *LindaNieuws*, *PowNed*, *Dumpert* en *Nu.nl* op nummer 1 hadden gezet, zijn ingedeeld in de categorie *nieuwe-nieuwsuitbrengers*.

De analyse in dit onderzoek is uitgevoerd door gebruik te maken van een ordinale logistische regressieanalyse. Hier is voor gekozen omdat de afhankelijke variabele *onveiligheidsgevoelens* een ordinaal meetniveau heeft. Daarnaast zijn de variabelen in dit onderzoek niet normaal verdeeld. Om die reden is ervoor gekozen gebruik te maken van een logistische regressieanalyse in plaats van een lineaire regressieanalyse.

In dit onderzoek zijn vier regressieanalyses uitgevoerd. In de eerste regressieanalyse wordt zowel gekeken naar *voorkeur voor bepaalde nieuwskoppen* als naar *voorkeur voor betrouwbare of onbetrouwbare nieuwskoppen*. Zo is gekeken of respondenten met een voorkeur voor minder betrouwbare nieuwskoppen daadwerkelijk meer onveiligheidsgevoelens ervaren.

In de tweede regressieanalyse is per respondent gekeken wat in zijn of haar ogen de populairste nieuwsuitbrenger is en of deze respondent een voorkeur heeft voor een traditionele mediabron of een nieuwe mediabron. Bij de analyse is zowel gekeken naar de *individuele nieuwsuitbrengers* als naar voorkeur voor nieuwsuitbrengers die zijn ondergebracht in de categorieën *traditioneel* en *nieuw*. De opbouw van deze categorieën wordt toegelicht in paragraaf 3.3.3. In deze analyse is gekeken of respondenten met een voorkeur voor nieuwe mediabronnen meer onveiligheidsgevoelens ervaren.

In het derde model wordt gekeken naar de individuele kenmerken en wat deze voor effect hebben op de hoeveelheid ervaren onveiligheidsgevoelens. Dit wordt gedaan voor de individuele kenmerken: *leeftijd, geslacht en opleidingsniveau*. Zo wordt gekeken of bepaalde individuele kenmerken van respondenten (*vrouw, laag opleidingsniveau en jeugdige leeftijd*) zorgen voor meer onveiligheidsgevoelens.

In het vierde model zijn alle relevante variabelen opgenomen, om te kijken naar alle onderlinge relaties in dit onderzoek. De relevante variabelen in dit onderzoek zijn *de populairste nieuwskoppen, voorkeur voor betrouwbare of onbetrouwbare nieuwskoppen, de populairste uitbrenger van nieuwsberichten, de voorkeur voor een traditionele of een nieuwe nieuwsuitbrenger, leeftijd,*

*geslacht en opleiding*. In model vijf is gekeken welke invloed deze variabelen hebben op de afhankelijke variabele *onveiligheidsgevoelens* van dit onderzoek.

### **3.4.1 - Missende waarden**

Het is van belang de dataset te prepareren voor gebruik, onder andere door ervoor te zorgen dat er geen missende waarden meer in de dataset aanwezig zijn (Neuman & Kreuger, 2003). Eerst is ervoor gekozen om de drie respondenten die bij controlevraag 1 hebben aangegeven geen Facebook te gebruiken, te verwijderen. Na verwijdering bleven 177 respondenten over. Hierna zijn de missende variabelen verwerkt, dat wil zeggen: variabelen waarbij respondenten geen antwoord hebben ingevuld. In dit onderzoek waren alleen missende variabelen bij de antwoorden op vraag 2 tot en met 10. De missende variabelen op vragen 3 tot en met 9 zijn verwerkt door de missende variabele te vervangen door middel van de gemiddelde score van de betreffende vraag. De gemiddelde score is ingevuld voor de respondenten die geen antwoord op de vraag hebben gegeven. De vraag met het hoogste aantal missende variabelen had acht missende scores op deze variabele. De missende variabelen bij vraag 2 en 10 hoefden niet vervangen te worden. Doordat bij deze vragen de respondenten met missende variabelen wel een populairste nieuwsartikel of nieuwsuitbrenger hebben aangegeven. Hierdoor was het niet nodig om de missende variabelen op deze vragen te verwerken.

In dit onderzoek zijn geen missende variabelen op de vragen over individuele kenmerken en onveiligheidsgevoelens. In de discussie wordt ingegaan op de gevolgen die de verwerking van de missende variabelen heeft voor de onderzoekconclusies.

### **3.4.2 - Outliers**

Om te bepalen of er outliers zijn onder de variabelen in dit onderzoek, is het van belang te weten of de variabelen normaal of niet normaal verdeeld zijn (Field, 2009). Dit is gecontroleerd door middel van histogrammen en boxplots. Hieruit blijkt dat niet alle variabelen normaal verdeeld zijn. Dit komt overeen met de verwachting, aangezien gebruik wordt gemaakt van variabelen gereconstrueerd uit rangschikkingsscores.

### **3.5 - Validiteit en betrouwbaarheid**

De geldigheid van een onderzoek wordt bepaald door de validiteit en betrouwbaarheid van een onderzoek. Om de kwaliteit van het onderzoek te bevorderen, is het van belang dat gekeken wordt naar de validiteit en betrouwbaarheid van de data, om ervoor te zorgen dat de data die worden verzameld voldoet.

De betrouwbaarheid van de vragenlijst wordt gewaarborgd door de structurering van de vragenlijst en de gestandaardiseerde antwoordmogelijkheden. Dit vergroot de kans dat een respondent dezelfde antwoorden zou geven wanneer hij of zij de vragenlijst nog een keer zou invullen. Betrouwbaarheid in een onderzoek is van belang omdat dit ervoor zorgt dat de data die zijn verzameld, niet worden vertekend door toevallige afwijkingen. Voor de betrouwbaarheid van dit onderzoek is het relevant dat de onderzoeksrespondenten daadwerkelijk gebruikmaken van Facebook. Doordat de vragenlijst verspreid wordt via Facebook is hier een automatische eerste controle op. Daarnaast is nog een controlevraag toegevoegd in dit onderzoek om er zeker van te zijn dat de respondenten een Facebookaccount hebben.

Doordat de respondenten de vragenlijst thuis invullen, is er geen controle of de respondenten de vragen correct interpreteren. De vragenlijstmethode zorgt ervoor dat meer respondenten benaderd worden. Daarnaast is de vragenlijst via Facebook verspreid, waardoor Facebookgebruikers zijn benaderd.

Ten tweede is de validiteit van belang voor het onderzoek en de verzameling van de data. Om de validiteit te bepalen, wordt gekeken of de opgestelde vragenlijst meet wat hij beoogt te meten. Hierbij wordt gekeken of de resultaten en het verschijnsel dat gemeten wordt met elkaar overeenkomen. Daarnaast wordt de validiteit nog verder uitgesplitst in twee componenten, de interne en externe validiteit.

Met de interne validiteit wordt aangegeven of is gemeten wat beoogt was te meten. Een mogelijke beperking van de interne validiteit van dit onderzoek zijn de vragen waarbij gevraagd is de betrouwbaarheid van de nieuwskoppen te beoordelen. Uit het panelonderzoek kwam naar voren dat de panelleden problemen hadden met het beoordelen van de nieuwskoppen op betrouwbaarheid. Zo gaf het panel aan dat het beoordelen van nieuwsberichten op betrouwbaarheid eenvoudiger zou zijn als de uitbrenger

van de nieuwsberichtkop tussen haakjes vermeld zou worden bij de nieuwskoppen.

In dit onderzoek is ervoor gekozen om dit niet aan te geven, ondanks de bovenstaande kritiek. Het is mogelijk dat hierdoor minder gemeten is wat de respondenten werkelijk voelen over de (on)betrouwbaarheid van een nieuwsartikel, aangezien de kop van een nieuwsbericht en de uitbrenger van een nieuwsbericht voor de respondenten dikwijls met elkaar verbonden zijn. De respondenten laten hun mening over de betrouwbaarheid van een nieuwsbericht voor een groot deel afhangen van de nieuwsbron die het nieuwsbericht heeft gepubliceerd. In dit onderzoek is ervoor gekozen beide onderdelen apart te onderzoeken. Dit is gedaan omdat de panelrespondenten uit de pilotstudie aangaven duidelijk beïnvloed te worden door de uitbrenger van een nieuwsbericht. Dit heeft geleid tot de keuze om de condities in dit onderzoek los van elkaar te onderzoeken, zodat mogelijke beïnvloeding in de resultaten tegengegaan wordt. Door deze keuze is het mogelijk de invloed van iedere individuele keuze apart te meten.

Met externe validiteit wordt gekeken of de bevindingen die in dit onderzoek naar voren komen, generaliseerbaar zijn naar een grotere populatie (Van Zwieten & Willems, 2004). Om de externe validiteit van dit onderzoek te bepalen, is het van belang te kijken naar de verdeling van geslacht, opleidingsniveau en leeftijd in dit onderzoek. Te zien is dat de verdeling van de individuele kenmerken in dit onderzoek scheef is. Zo is 35,6% van de respondenten in dit onderzoek man en 64,4% van de respondenten vrouw, 50,8% van de respondenten is hoogopgeleid, 27,7% middelbaar opgeleid en 21,5% laagopgeleid, 60,5% van de respondenten in dit onderzoek is jong en 39,5% van de respondenten is oud. Jongeren, vrouwen en hoogopgeleiden zijn oververtegenwoordigd in dit onderzoek. Vrouwen en jongeren zijn oververtegenwoordigd onder Facebookgebruikers in Nederland (Ketterij, 2015; Van der Veer, Boekee & Peters, 2017). Dit maakt dat de scheve verdeling in dit onderzoek minder invloed heeft op de validiteit van dit onderzoek, aangezien de scheve verdeling van de individuele kenmerken in dit onderzoek overeenkomsten hebben met de daadwerkelijke verdeling onder de Facebookgebruikers in Nederland.

## 4- Analyse

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek geanalyseerd. Eerst wordt de algemene frequentieverdeling weergegeven. Hierna wordt een Spearman-rangcorrelatietoets uitgevoerd. Daarna wordt een presentatie gegeven van *onveiligheidsgevoelens*, de onafhankelijke variabele in dit onderzoek. Vervolgens worden eerst de assumpties van de ordinale logistische regressieanalyse weergegeven, waarna een korte uitleg wordt gegeven over ordinale logistische regressieanalyse, de gebruikte statistische toets in dit onderzoek.

Hierna wordt model 1 gepresenteerd. In model 1 wordt gekeken naar de *invloed van de voorkeur voor een (betrouwbare of onbetrouwbare) nieuwskop op Facebook op onveiligheidsgevoelens*. Dit wordt gedaan door te kijken naar de invloed van *de populairste nieuwskoppen op onveiligheidsgevoelens*, en naar de *invloed van voorkeur voor betrouwbare of onbetrouwbare nieuwskoppen op onveiligheidsgevoelens*. Hierna worden de relevante resultaten uit model 1 besproken.

In model 2 wordt door middel van de resultaten van een ordinale logistische regressieanalyse gekeken naar de invloed van de tweede conditie van dit onderzoek: *voorkeur voor een nieuwsuitbrenger op Facebook op de afhankelijke variabele onveiligheidsgevoelens*. Dit wordt gedaan door te kijken naar de invloed van *de populairste nieuwsuitbrenger op onveiligheidsgevoelens* en naar de invloed van *voorkeur voor een bepaald type nieuwsuitbrenger (nieuw of traditioneel) op onveiligheidsgevoelens*. Daarna worden de relevante resultaten uit model 2 besproken en wordt uitgelegd hoe deze geïnterpreteerd kunnen worden.

In model 3 wordt door middel van een ordinale logistische regressieanalyse gekeken naar de invloed van de derde conditie van dit onderzoek: *de individuele kenmerken van de respondent op de afhankelijke variabele onveiligheidsgevoelens*. Dit wordt gedaan door te kijken naar de invloed van *leeftijd, geslacht en opleidingsniveau op onveiligheidsgevoelens*. Daarna worden de resultaten uit model 3 besproken.

In model 4 wordt gekeken naar de invloed van alle onafhankelijke variabelen in dit onderzoek: *de populairste nieuwskoppen, voorkeur voor betrouwbare- of onbetrouwbare nieuwskoppen, de populairste uitbrenger van nieuwsberichten, de voorkeur voor een traditionele of nieuwe*

*nieuwsuitbrenger, leeftijd, geslacht en opleidingsniveau* op de afhankelijke variabele *onveiligheidsgevoelens*. Ten slotte worden de relevante resultaten uit model 4 besproken, waarna wordt afgesloten met een conclusie.

#### **4.1 - Algemene frequentieverdeling**

In tabel 3 hieronder wordt de algemene frequentieverdeling voor alle factoren in dit onderzoek weergegeven. *Onveiligheidsgevoelens*, de afhankelijke variabele in dit onderzoek, bestaat in de analyse van dit onderzoek uit vijf categorieën: *1 = zeer veel, 2 = veel, 3 = neutraal, 4 = weinig en 5 = zeer weinig*. De eerste conditie waar in dit onderzoek naar gekeken wordt, is een *voorkeur voor een bepaald soort nieuwsberichten op Facebook*. In tabel 3 zijn twee variabelen meegenomen die deze conditie meten. De eerste variabele is de *populairste nieuwskop*. Deze variabele bestaat uit zeven categorieën: *1 = Suikerfeest, 2 = Hongarije, 3 = drugs, 4 = Utrecht, 5 = OV-kaart, 6 = EU en 7 = jongen*. De tweede variabele is *voorkeur voor een betrouwbare of onbetrouwbare nieuwskop*. Deze variabele bestaat uit twee categorieën: *1 = betrouwbaar en 2 = onbetrouwbaar*. De tweede conditie in dit onderzoek kijkt naar de populairste nieuwsuitbrenger op Facebook. De eerste variabele waar voor deze conditie naar gekeken wordt, is de *meest populaire nieuwsuitbrenger*: *1 = Dumpert.nl, 2 = RTL, 3 = AD, 4 = LindaNieuws, 5 = NOS, 6 = Telegraaf, 7 = Metro, 8 = VK Magazine, 9 = Nu.nl en 10 = PowNed*. De tweede variabele waar voor deze conditie naar gekeken wordt, is *voorkeur voor een traditionele of nieuwe nieuwsuitbrenger*: *1 = traditioneel en 2 = nieuw*. De derde conditie in dit onderzoek kijkt naar de invloed van *individuele kenmerken*. Hiervoor wordt onderzoek gedaan naar drie individuele kenmerken van Facebookgebruikers: *geslacht: 0 = man en 1 = vrouw; opleidingsniveau: 1 = laag, 2 = midden en 3 = hoog; leeftijd: 1 = 16-25 jaar, 2 = 26-35 jaar, 3 = 36-45 jaar, 4 = 46-55 jaar, 5 = 56-65 jaar en 6 = ouder dan 65 jaar*.

**Tabel 3: Algemene frequentieverdeling variabelen**

Variabelen	Observaties	Minimum	Maximum	Gemiddelde	Standaardafwijking
Onveiligheidsgevoelens	177	1	5	3.61	.97
Populairste nieuwskop	177	1	7	3.96	1.86
Betrouwbare of onbetrouwbare nieuwskop	177	1	2	1.28	.45
Populairste nieuwsuitbrenger	177	1	10	5.70	2.66
Traditionele of nieuwe nieuwsuitbrenger	177	1	2	1.30	.47
Geslacht	177	0	1	0.64	.48
Opleidingsniveau	177	1	3	2.29	.80
Leeftijd	177	1	6	2.35	1.58

In tabel 4 zijn de Spearman-correlaties weergegeven voor de in dit onderzoek relevante variabelen. Er is gekozen om Spearman-correlaties weer te geven, aangezien de afhankelijke variabele onveiligheidsgevoelens een ordinaal meetniveau heeft. De Spearman-correlatiestoets laat zien wat de samenhang tussen de variabelen is. De Spearman-correlatiestoets laat een significante samenhang zien tussen onveiligheidsgevoelens en de populairste nieuwsuitbrenger, tussen onveiligheidsgevoelens en geslacht en tussen onveiligheidsgevoelens en opleidingsniveau.

**Tabel 4: Spearman-correlaties tussen variabelen**

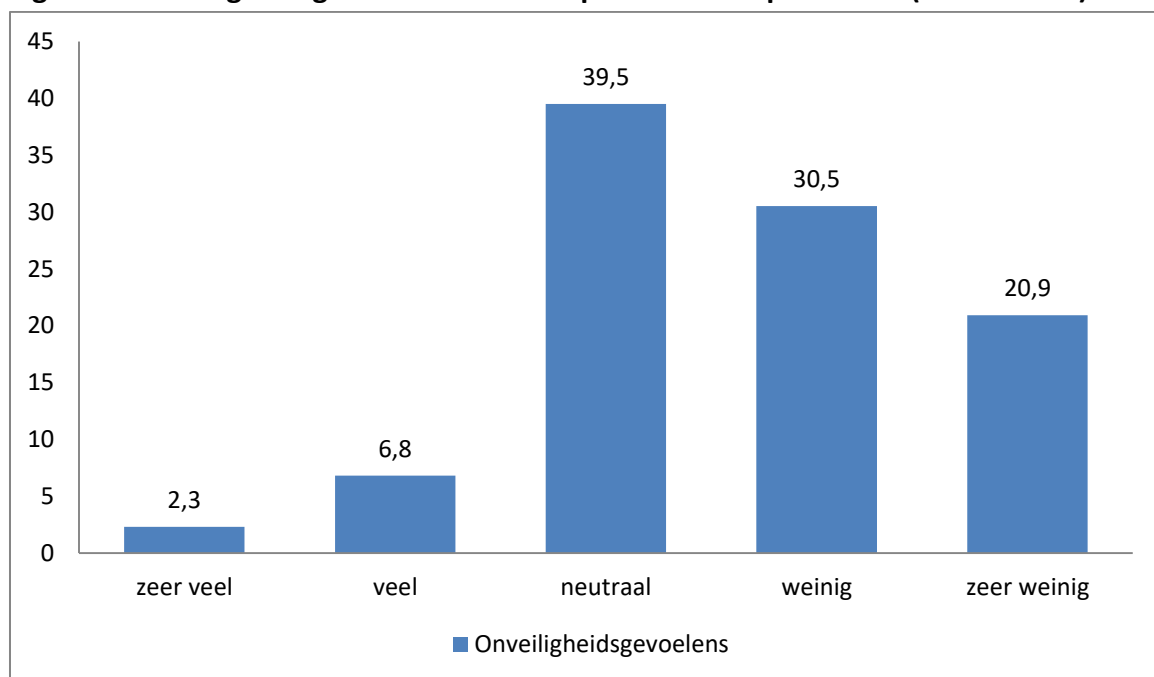
Variabelen	1).	2).	3).	4).	5).	6).	7).	8).
1) Onveiligheidsgevoelens	-	-.04	-.06	.15*	.06	-.18*	.30**	-.05
2) Populairste nieuwskop	-.04	-	-.04	.02	.05	.19*	.06	-.09
3) Betrouwbare of onbetrouwbare nieuwskop	-.06	-.04	-	-.04	.09	-.22**	.06	-.16*
4) Populairste nieuwsuitbrenger	.15*	.02	-.04	-	.68**	.03	.18*	.07
5) Traditionele of nieuwe nieuwsuitbrenger	.06	.05	.09	.68**	-	.05	.14	.03
6) Geslacht	-.18*	.19*	-.22**	.03	.05	-	-.19*	.40
7) Opleidingsniveau	.30**	.06	.06	.18*	.14	-.19*	-	.01
8) Leeftijd	-.05	-.09	-.16*	.07	.03	.04	.01	-

## 4.2 - Onveiligheidsgevoelens

Voordat de resultaten uit de statistische analyse worden gepresenteerd, geeft de figuur 7 hieronder de waarden van de afhankelijke variabele weer. In dit onderzoek is de afhankelijke variabele 'onveiligheidsgevoelens'.

Onveiligheidsgevoelens worden in dit onderzoek onderzocht aan de hand van een zelfinschatting van respondenten. Zoals vermeld in hoofdstuk 3 worden onveiligheidsgevoelens gemeten met de vraag: *In welke mate ervaart u onveiligheidsgevoelens?*

**Figuur 7: Onveiligheidsgevoelens onder respondenten in procenten (totaal 100%)**



Opvallend is dat een gering aantal respondenten in dit onderzoek aangeeft *veel of zeer veel onveiligheidsgevoelens* te ervaren, namelijk 9,1% (16 respondenten). De groep respondenten die aangeeft een *neutrale* mening (niet veel of niet weinig onveiligheidsgevoelens) te hebben is groot 39,5% (70 respondenten). Net iets meer dan de helft van de respondenten in dit onderzoek geeft aan *weinig of zeer weinig onveiligheidsgevoelens* te ervaren, namelijk 51,4% (91 respondenten). Dit gebrek aan respondenten met *veel en zeer veel onveiligheidsgevoelens* zorgt er mogelijk voor dat de uiteindelijke analyse in dit onderzoek vertekende resultaten laat zien. De afhankelijke variabele is ongelijk verdeeld. In het discussiehoofdstuk wordt hier verder op ingegaan.

### **4.3 - Assumpties ordinale logistische regressieanalyse**

In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van een ordinale logistische regressieanalyse. Een ordinale logistische regressieanalyse moet aan vier assumpties voldoen. De afhankelijke variabelen moeten van ordinaal meetniveau zijn (Lund & Lund, 2015). Dit is in dit onderzoek het geval met de afhankelijke variabele *onveiligheidsgevoelens*. Ten tweede moeten de andere gemeten variabelen van nominaal, ordinaal of categorisch meetniveau zijn (Lund & Lund, 2015). Dit is in dit onderzoek het geval na de samenvoeging van opleidingsniveau in drie categorieën. Ten derde mag er geen sprake zijn van multicollineariteit (Lund & Lund, 2015). Er is sprake van multicollineariteit als twee variabelen te veel met elkaar correleren. Dat is in dit onderzoek niet het geval; de hoogste VIF-waarde is 2,14. Ten vierde moet er sprake zijn van een evenredige kansverdeling (Lund & Lund, 2015). Dit is getoetst door middel van de *test of parallel lines*. Deze test is niet significant voor alle modellen in dit onderzoek, behalve model vijf, het model waarbij alle onderzochte variabelen samen getoetst worden. De significantie van model vijf is .025. Aangezien alle andere modellen niet significant zijn, is ervoor gekozen dit model mee te nemen ondanks deze significantie. De gevolgen van deze keuze worden besproken in hoofdstuk 5.

### **4.4 - Ordinale logistische regressieanalyse**

In dit onderzoek worden vier onderzoeksmodellen weergegeven. De modellen staan voor de regressieanalyses die in dit onderzoek zijn uitgevoerd. In dit onderzoek zijn vier regressieanalyses uitgevoerd. De regressieanalyse in model 1 is gebruikt om hypothese 1 te onderzoeken. Model 2 is gebruikt om hypothese 2 te onderzoeken. Model 3 is gebruikt om hypothese 3, 4 en 5 te onderzoeken. Ten slotte is model 4 gebruikt om alle in dit onderzoek onderzochte variabelen samen te onderzoeken.

#### **4.4.1- Populairste nieuwsberichten**

Het eerste onderwerp dat is getoetst, betreft de eerste conditie van dit onderzoek, de voorkeur voor een bepaald soort nieuwsbericht. Hypothese 1 is opgesteld om deze conditie te toetsen: *Naarmate respondenten meer aangetrokken worden tot minder betrouwbare nieuwsberichten op Facebook, ervaren ze meer onveiligheidsgevoelens*. Deze hypothese is getoetst door

gebruik te maken van een ordinale logistische regressieanalyse; deze is weergegeven in model 1.

In de analyse is zowel gekeken naar de nieuwskoppen die door de respondenten op nummer 1 zijn gezet, als naar de voorkeur van respondenten voor betrouwbare of onbetrouwbare nieuwsartikelen. Respondenten met een voorkeur voor betrouwbare nieuwskoppen ervaren volgens hypothese 1 minder onveiligheidsgevoelens. De waarde voor betrouwbaarheid in model 1 sluit hierbij aan. De odds ratio van 1.40 laat zien dat naarmate respondenten een hogere voorkeur hebben voor betrouwbare nieuwskoppen, ze minder onveiligheidsgevoelens ervaren.

Naast de waarden voor betrouwbaarheid is in model 1 gekeken naar de individuele nieuwsberichten. Dit is gedaan om te kijken of respondenten met een voorkeur voor verschillende nieuwsartikelen andere vormen van onveiligheidsgevoelens ervaren. Respondenten met als eerste keus het nieuwsartikel over het *Suikerfeest* hebben een oddsratio van .72 dit houdt in dat deze respondenten minder kans op onveiligheidsgevoelens hebben dan respondenten met een voorkeur voor het artikel *jongen*.

### Model 1: Populairste nieuwskoppen

Variabele	Schatting	Wald	Significantie	Odds Ratio	95% betrouwbaarheidsinterval	
					Ondergrens	Bovengrens
Suikerfeest	-.33	.40	.53	.72	-1.36	.69
Hongarije	.57	1.00	.32	1.77	-.55	1.69
Drugs	.83	2.35	.13	2.29	-.23	1.89
Utrecht	-.14	.11	.74	.87	-.99	.71
OV-kaart	-.45	.45	.51	.64	-1.76	.87
EU	.37	.39	.53	1.45	-.80	1.54
Jongen	ref	Ref	Ref	ref	Ref	Ref
Betrouwbaar	.34	1.13	.29	1.40	-.29	.98
Onbetrouwbaar	ref	ref	ref	ref	ref	Ref

#### 4.4.2 - Populairste nieuwsuitbrenger

Om de tweede conditie van dit onderzoek te toetsen (*voorkeur voor een nieuwe of traditionele nieuwsuitbrenger*), is hypothese 2 opgesteld: *Naarmate respondenten meer aangetrokken worden tot traditionele uitbrengers van nieuwsberichten die publiceren op Facebook, ervaren ze minder onveiligheidsgevoelens*. Om deze hypothese te onderzoeken, is gebruikgemaakt van een ordinale logistische regressieanalyse die zichtbaar is in model 2. In deze analyse zijn de populairste nieuwsuitbrengers opgenomen en is gekeken of respondenten een voorkeur hebben voor traditionele of nieuwe nieuwsuitbrengers.

Eerst is gekeken naar de populairste nieuwsuitbrengers. Dit is gedaan om te kijken of de voorkeur voor een nieuwsuitbrenger op Facebook invloed heeft op de mate van onveiligheidsgevoelens die een respondent ervaart. Zo is te zien dat respondenten met een voorkeur voor Dumpert een oddsratio hebben van .44, deze respondenten hebben minder kans op onveiligheidsgevoelens dan respondenten met een voorkeur voor PowNed. Aangezien dit resultaat niet significant is, kunnen hier geen uitspraken overgedaan worden.

Daarna is gekeken naar de invloed van de voorkeur voor een traditionele of een nieuwe nieuwsuitbrenger op onveiligheidsgevoelens. Hieruit blijkt dat respondenten met een voorkeur voor traditionele nieuwsuitbrengers een oddsratio van 7.39 hebben dit houdt in dat ze minder kans hebben op onveiligheidsgevoelens dan respondenten met een voorkeur voor nieuwe nieuwsuitbrengers. Dit is in lijn met hypothese 2, maar aangezien er geen significante waarden zijn, kunnen er geen uitspraken overgedaan worden.

## Model 2: Populairste nieuwsuitbrengers

Variabele	Schatting	Wald	Significantie	Odds Ratio	95% betrouwbaarheidsinterval	
					Ondergrens	Bovengrens
Dumpert	-.82	.25	.62	.44	-4.01	2.38
RTL	-1.47	1.19	.28	.23	-4.11	1.17
AD	-.70	.25	.62	.50	-3.42	2.02
LindaNieuws	2.96	2.82	.10	19.30	-.49	6.41
NOS	-.68	.27	.61	.51	-3.26	1.90
Telegraaf	-.41	.08	.78	.66	-3.34	2.51
Metro	-1.71	1.13	.29	.18	-4.85	1.44
VK	-.45	.09	.77	.64	-3.43	2.55
Magazine						
Nu.nl	1.55	1.28	.26	4.71	-1.13	4.23
PowNed	Ref	Ref	Ref	Ref	Ref	Ref
Traditioneel	2.00	1.15	.28	7.39	-1.66	5.66
Nieuw	Ref	ref	ref	Ref	ref	ref

### 4.4.3 – Individuele kenmerken

Model 3 wordt gebruikt om de derde conditie in dit onderzoek te toetsen (individuele kenmerken). Om te voorspellen hoe de individuele kenmerken van Facebookgebruikers effect hebben op onveiligheidsgevoelens, zijn drie hypothesen opgesteld. Hypothese 3: *Facebookgebruikers behorend tot een jongere leeftijdscategorie ervaren meer onveiligheidsgevoelens dan Facebookgebruikers behorend tot een oudere leeftijdscategorie*, is opgesteld om te kijken naar de invloed van de leeftijd van respondenten op onveiligheidsgevoelens. Hypothese 4: *Facebookgebruikers met een lager opleidingsniveau ervaren meer onveiligheidsgevoelens dan Facebookgebruikers met een hoger opleidingsniveau*, is opgesteld om onderzoek te doen naar de invloed van het opleidingsniveau van respondenten op onveiligheidsgevoelens. Hypothese 5: *Vrouwelijke Facebookgebruikers ervaren meer onveiligheidsgevoelens dan mannelijke Facebookgebruikers*, kijkt naar de invloed van geslacht op onveiligheidsgevoelens. Om deze hypothesen te onderzoeken is gebruikgemaakt van een ordinale logistische regressieanalyse zichtbaar in model 3. In deze analyse zijn de individuele kenmerken (*leeftijd, geslacht en opleidingsniveau*) opgenomen.

Eerst is gekeken naar leeftijd. Dit is gedaan om te kijken of de leeftijd van respondenten invloed heeft op de hoeveelheid onveiligheidsgevoelens die een respondent ervaart. In model 3 is te zien dat respondenten van 16-25 jaar een oddsratio hebben van 1.93, deze respondenten hebben minder kans op onveiligheidsgevoelens dan respondenten van 65 jaar en ouder. Dit zou er op

wijzen dat hypothese 3 wordt verworpen, maar aangezien hypothese 3 niet significant is, kunnen hier geen uitspraken over gedaan worden.

Ten tweede is gekeken naar opleidingsniveau. Dit is gedaan om te kijken of het opleidingsniveau van respondenten invloed heeft op de hoeveelheid onveiligheidsgevoelens die respondenten ervaren. In model 3 is te zien dat respondenten met een laag opleidingsniveau een oddsratio hebben van .34, deze respondenten hebben meer kans op onveiligheidsgevoelens dan respondenten met een hoog opleidingsniveau. Daarnaast is te zien dat respondenten met een gemiddeld opleidingsniveau een oddsratio hebben van .36, deze respondenten hebben meer kans op onveiligheidsgevoelens dan hoog opgeleiden respondenten maar hebben minder kans op onveiligheidsgevoelens dan laag opgeleiden respondenten. Aangezien zowel hoog opleidingsniveau als gemiddeld opleidingsniveau significant zijn, betekent dit dat hypothese 4 wordt bevestigd, een hoger opleidingsniveau zorgt immers voor minder onveiligheidsgevoelens bij respondenten.

Ten derde is er gekeken naar geslacht. Hier is naar gekeken om te kijken of het geslacht van respondenten invloed heeft op de ervaren hoeveelheid onveiligheidsgevoelens. De oddsratio van het variabele man is 1.77, dit betekent dat vrouwen meer kans hebben op onveiligheidsgevoelens dan mannen. Dit is in lijn met hypothese 5, het variabele geslacht is net niet significant waardoor er geen uitspraken over de hypothese gedaan kunnen worden.

### Model 3: individuele kenmerken

Variabele	Schatting	Wald	Significantie	Odds Ratio	95% betrouwbaarheidsinterval	
					Ondergrens	Bovengrens
<b>Laagopgeleid</b>	-1.07	7.74	.01	.34	-1.83	-.32
<b>Middelbaar opgeleid</b>	-1.02	7.57	.01	.36	-1.74	-.29
<b>Hoogopgeleid</b>	Ref	Ref	Ref	Ref	Ref	Ref
<b>Man</b>	.57	3.34	.07	1.77	.04	1.18
<b>Vrouw</b>	Ref	Ref	Ref	Ref	Ref	Ref
<b>16-25 jaar</b>	.66	.57	.45	1.93	-1.06	2.38
<b>26-35 jaar</b>	.52	.29	.59	1.68	-1.37	2.40
<b>36-45 jaar</b>	.04	.00	.97	1.04	-1.87	1.94
<b>46-55 jaar</b>	.49	.28	.60	1.63	-1.34	2.33
<b>56-65 jaar</b>	.90	.84	.36	2.46	-1.02	2.81
<b>65 jaar en ouder</b>	Ref	ref	ref	Ref	ref	ref

#### 4.4.4 - Complete analyse

Model 4 geeft een ordinale logistische regressieanalyse weer die is uitgevoerd voor alle in dit onderzoek meegenomen variabelen.

De eerste variabele waar in dit model naar gekeken is, zijn de nieuwsuitbrengers. Gekeken is of respondenten met verschillende voorkeuren voor nieuwsuitbrengers op Facebook van elkaar verschillen in onveiligheidsgevoelens. Respondenten met een voorkeur voor *Dumpert* hebben een oddsratio van .63 dit houdt in dat zij een kleinere kans hebben op onveiligheidsgevoelens dan respondenten met een voorkeur voor *PowNed*, al is dit resultaat niet significant. Respondenten met een voorkeur voor *LindaNieuws* hebben een oddsratio van 40.45 dit houdt in dat ze minder kans hebben op onveiligheidsgevoelens dan respondenten met een voorkeur voor *PowNed*. Dit resultaat is significant. Wel dient hierbij aangemerkt te worden dat *LindaNieuws* maar door drie respondenten als populairste nieuwsbron is gekozen en als niet representatief kan worden beschouwd.

De tweede variabele waar in model 5 naar gekeken is, is voorkeur voor een *traditionele nieuwsuitbrenger* of voorkeur voor een *nieuwe nieuwsuitbrenger*. Respondenten met een voorkeur voor een *traditionele nieuwsuitbrenger* hebben een oddsratio van 21.33 dit houdt in dat ze minder kans hebben op onveiligheidsgevoelens dan respondenten met een voorkeur voor een *nieuwe nieuwsuitbrenger*.

De derde variabele waar in model 5 naar gekeken is, gaat over de nieuwsartikelen waar respondenten een voorkeur voor kunnen hebben. Dit wordt gedaan om te kijken of de voorkeur voor een bepaald artikel zorgt voor meer of minder onveiligheidsgevoelens. Zo hebben respondenten met een voorkeur voor het artikel over het *Suikerfeest* een oddsratio van .59 dit houdt in dat ze minder kans hebben op onveiligheidsgevoelens dan respondenten met een voorkeur voor het artikel over *jongen*.

De vierde variabele waarnaar is gekeken, gaat over de betrouwbaarheid van de nieuwsberichten. Hier wordt gekeken of respondenten met een voorkeur voor minder betrouwbare nieuwsberichten meer onveiligheidsgevoelens ervaren. Respondenten met een voorkeur voor *betrouwbare nieuwsberichten* hebben een oddsratio van 1.82 dit houdt in dat ze minder kans hebben op onveiligheidsgevoelens dan respondenten met een voorkeur voor *onbetrouwbare nieuwsberichten*.

De vijfde variabele waarnaar is gekeken, gaat over opleidingsniveau. Hier wordt gekeken wat het effect van het opleidingsniveau van respondenten is op onveiligheidsgevoelens. Respondenten met een laag opleidingsniveau hebben een odds ratio van .35. Dit houdt in dat *laagopgeleide* respondenten meer onveiligheidsgevoelens ervaren dan *hoogopgeleide* respondenten. *Middelbaar opgeleiden* respondenten hebben een odds ratio van .40. Dit houdt in dat respondenten met een *middelbaar opleidingsniveau* meer onveiligheidsgevoelens ervaren dan *hoogopgeleiden*, maar minder onveiligheidsgevoelens dan *laagopgeleiden*. Zowel *middelbaar opleidingsniveau* als *laag opleidingsniveau* zijn significant. Dit betekent dat hypothese 4 bevestigd wordt, respondenten met een hoog opleidingsniveau ervaren minder onveiligheidsgevoelens.

De zesde variabele waarnaar wordt gekeken, is geslacht. Geslacht heeft een odds ratio van 2.22. Dit betekent dat *vrouwen* meer onveiligheidsgevoelens ervaren dan *mannen*. Geslacht is in model 4 ook significant, dit betekent dat hypothese 5 bevestigd wordt, vrouwen ervaren meer onveiligheidsgevoelens dan mannen.

De zevende variabele waarnaar is gekeken, is leeftijd. Om deze variabele te onderzoeken, zijn leeftijdscategorieën toegevoegd aan de algemene analyse. Respondenten van *16-25 jaar* hebben een oddsratio van 1.46 dit houdt in dat ze minder kans hebben op onveiligheidsgevoelens dan respondenten van *65 jaar en ouder*.

#### Model 4: Algemene analyse

Variabele	Schatting	Wald	Significantie	Odds Ratio	95% betrouwbaarheidsinterval	
					Ondergrens	Bovengrens
Dumpert	-.46	.07	.79	.63	-3.83	2.92
RTL	-1.75	1.51	.22	.17	-4.54	1.04
AD	-.66	.20	.66	.52	-3.58	2.26
LindaNieuws	3.70	3.84	.05	40.45	-.00	7.33
NOS	-1.31	.87	.35	.27	-4.07	1.44
Telegraaf	-1.54	.94	.33	.21	-4.65	1.58
Metro	-1.73	1.04	.31	.18	-5.03	1.59
VK Magazine	-1.40	.77	.38	.25	-4.54	1.74
Nu.nl	2.07	2.03	.15	7.92	-.78	4.92
PowNed	Ref	Ref	Ref	Ref	ref	Ref
Traditioneel	3.06	2.32	.13	21.33	-88	6.93
Nieuw	Ref	Ref	Ref	Ref	Ref	Ref
Suiker	-.53	.92	.34	.59	-1.61	.55
Hongarije	-.19	.09	.77	.83	-1.46	1.08
Drugs	.05	.01	.93	1.05	-1.14	1.24
Utrecht	-.53	1.23	.27	.59	-1.46	.41
OV	-1.07	2.27	.13	.34	-2.46	.32
EU	-.35	.30	.58	.70	-1.60	.90
Jongen	Ref	Ref	Ref	Ref	Ref	Ref
Betrouwbaar	.60	2.69	.10	1.82	-.12	1.33
Onbetrouwbaar	Ref	Ref	Ref	Ref	Ref	Ref
Laagopgeleid	-1.06	6.38	.01	.35	-1.85	-.24
Middelbaar opgeleid	-.92	5.49	.02	.40	-1.70	-.15
Hoogopgeleid	Ref	Ref	Ref	Ref	Ref	Ref
Man	.75	2.69	.03	2.12	.06	1.44
Vrouw	Ref	Ref	Ref	Ref	Ref	Ref
16-25 jaar	.38	.17	.68	1.46	-1.43	2.19
26-35 jaar	.54	.28	.60	1.72	-1.45	2.53
36-45 jaar	-.47	.21	.65	.62	-2.51	1.57
46-55 jaar	-.00	.00	.99	1	-1.92	1.92
56-65 jaar	.58	.30	.58	1.79	-1.48	2.63
65 jaar en ouder	Ref	ref	ref	Ref	ref	ref

## 5 - Conclusie en discussie

### 5.1 - Conclusie

De hoofdvraag in dit onderzoek luidt als volgt: *Onder welke condities beïnvloedt Facebookgebruik de onveiligheidsgevoelens van Nederlandse burgers?* Om deze vraag te beantwoorden is een kwantitatief onderzoek uitgevoerd, waarbij wordt gekeken naar drie condities met een mogelijke invloed op onveiligheidsgevoelens, *voorkeur voor bepaalde nieuwsberichten op Facebook,*

*voorkeur voor bepaalde nieuwsuitbrengers op Facebook en de individuele kenmerken van Facebookgebruikers. De individuele kenmerken zijn in dit onderzoek opgesplitst in leeftijd, geslacht en opleidingsniveau. Om de hoofdvraag van dit onderzoek te beantwoorden zijn naast de hypothesen de deelvragen van belang. In dit onderzoek zijn drie deelvragen opgesteld om te helpen met het beantwoorden van de hoofdvraag van dit onderzoek.*

De eerste deelvraag in dit onderzoek is: *Wat is de invloed van een voorkeur voor (on)betrouwbaardere nieuwsberichten op Facebook op (meer) onveiligheidsgevoelens?* Doordat hypothese 1: *Naarmate respondenten meer aangetrokken worden tot minder betrouwbare nieuwsberichten op Facebook, ervaren ze meer onveiligheidsgevoelens,* wordt verworpen kan de eerste deelvraag niet eenduidig worden beantwoord middels dit onderzoek. Er wordt namelijk geen significante invloed gevonden van een voorkeur voor (on)betrouwbare nieuwsberichten op onveiligheidsgevoelens. De verwachting in hypothese 1 is dat respondenten met een voorkeur voor *onbetrouwbare nieuwsberichten op Facebook* meer onveiligheidsgevoelens ervaren. In dit onderzoek is deze verwachting niet bevestigd. Desondanks wijst het analysesresultaat van het variabele *voorkeur voor (on)betrouwbare nieuwsberichten* dezelfde richting op als hypothese 1. Dit houdt in dat de analyse ondanks het gebrek aan significantie laat zien dat een voorkeur voor minder betrouwbare nieuwsberichten op Facebook leidt tot meer onveiligheidsgevoelens, door het gebrek aan significantie kan de hypothese echter niet worden bevestigd.

De tweede deelvraag in dit onderzoek is: *Wat is de invloed van een voorkeur voor bepaalde uitbrengers van nieuwsberichten op Facebook op (meer) onveiligheidsgevoelens?* Doordat hypothese 2: *Naarmate respondenten meer aangetrokken worden tot traditionele uitbrengers van nieuwsberichten die publiceren op Facebook, ervaren ze minder onveiligheidsgevoelens,* wordt verworpen kan de tweede deelvraag niet eenduidig worden beantwoord middels dit onderzoek. Er wordt geen significante invloed gevonden voor een voorkeur voor bepaalde uitbrengers van nieuwsberichten op Facebook op onveiligheidsgevoelens. Desondanks wijzen de resultaten van de analyse voor het variabele *voorkeur voor traditionele nieuwsberichten* wel dezelfde richting op als hypothese 2. Dit houdt in dat de analyse, ondanks het gebrek aan significantie laat zien dat een voorkeur voor traditionele uitbrengers van

nieuwsberichten op Facebook leidt tot minder onveiligheidsgevoelens. Door gebrek aan significantie kan de hypothese niet worden bevestigd. Naast de variabelen *voorkeur voor nieuwe en traditionele nieuwsuitbrengers* is in de analyse van dit onderzoek ook gekeken naar het effect van *specifieke nieuwsuitbrengers op onveiligheidsgevoelens*. Hier is naar gekeken om te kijken of een voorkeur voor een bepaalde nieuwsuitbrenger meer onveiligheidsgevoelens veroorzaakt wanneer er wordt gekeken naar aparte nieuwsuitbrengers. De resultaten van deze analyses bleken alleen significant te zijn voor *de nieuwsuitbrenger LindaNieuws*. Dit betekent dat alleen voor *LindaNieuws* een significante relatie is gevonden tussen een voorkeur voor deze *nieuwsuitbrenger* en *onveiligheidsgevoelens*, dit houdt in dat respondenten met een voorkeur voor *LindaNieuws* meer onveiligheidsgevoelens ervaren dan respondenten met een voorkeur voor andere *nieuwsuitbrengers*. Voor de andere variabelen zijn geen significante relaties gevonden.

De derde deelvraag in dit onderzoek is: *Wat is de invloed van de individuele kenmerken van Facebookgebruikers op (meer) onveiligheidsgevoelens?* Om deze deelvraag te onderzoeken is er gekeken naar drie individuele kenmerken van Facebookgebruikers (*leeftijd, geslacht en opleidingsniveau*). Uit de analyse blijkt dat hypothese 4 en 5 bevestigd worden. De verwachting voor de individuele kenmerken was dat *vrouwen, lager opgeleiden en 16-25 jarigen* de meeste onveiligheidsgevoelens zouden ervaren. Uit de analyse bleek dat alleen *geslacht* en *opleidingsniveau* een significante invloed hebben op onveiligheidsgevoelens. Hypothese 4: *Facebookgebruikers met een lager opleidingsniveau ervaren meer onveiligheidsgevoelens dan Facebookgebruikers met een hoger opleidingsniveau*, wordt bevestigd naar aanleiding van de onderzoeksresultaten. Facebookgebruikers met een lager opleidingsniveau ervaren volgens de resultaten uit model 3 en model 4 inderdaad meer onveiligheidsgevoelens dan respondenten met een hoger opleidingsniveau. Daarnaast wordt hypothese 5: *Vrouwelijke Facebookgebruikers ervaren meer onveiligheidsgevoelens dan mannelijke Facebookgebruikers*, bevestigd naar aanleiding van de onderzoeksresultaten uit model 4. Hier dient echter wel bij aangemerkt te worden dat in model 3 *geslacht* net niet significant is, dit houdt in dat hypothese 5 alleen bevestigd kan worden wanneer gekeken wordt naar alle variabelen en niet bevestigd kan

worden wanneer alleen naar de invloed van de individuele kenmerken op onveiligheidsgevoelens wordt gekeken. De derde deelvraag kan beantwoord worden, vrouwen en lager opgeleide Facebookgebruikers ervaren meer onveiligheidsgevoelens. Voor leeftijd is geen significante invloed op onveiligheidsgevoelens gevonden.

Naar aanleiding van het onderzoek kan worden geconcludeerd dat maar bij één van de drie condities één significant effect gevonden is dat een bijdrage kan bieden bij het beantwoorden van de hoofdvraag (*Onder welke condities beïnvloedt Facebookgebruik de onveiligheidsgevoelens van Nederlandse burgers?*). Alleen *geslacht* en *opleidingsniveau*, een onderdeel van de derde conditie (*individuele kenmerken van Facebookgebruikers*) hebben invloed op onveiligheidsgevoelens van respondenten, vrouwelijke Facebookgebruikers en Facebookgebruikers met een laag opleidingsniveau ervaren meer onveiligheidsgevoelens. De andere twee condities van Facebookgebruik (*voorkeuren voor nieuwsberichten* en *voorkeur voor nieuwsuitbrengers*) hebben geen invloed op de onveiligheidsgevoelens van respondenten.

## 5.2 - Discussie

In hoofdstuk 1 werd gesteld dat er meerdere oorzaken zijn voor het ontstaan van onveiligheidsgevoelens. Eerdere onderzoeken tonen aan dat onveiligheidsgevoelens ontstaan door angst voor criminaliteit en de angst slachtoffer van een misdrijf te worden (Pleysier et al., 2002; Vanderveen, 2002). Naast de traditionele oorzaken voor onveiligheidsgevoelens kan (sociale)mediagebruik invloed hebben op de onveiligheidsgevoelens die respondenten ervaren. Dit wordt zowel aangetoond door mediaonderzoekers als Lembrechts (2007) als door praktijkcasussen, zoals het Project X-feest in Haren. Dit onderzoek gaat verder in op de veronderstelling dat het socialemediagebruik en in het bijzonder het Facebookgebruik een effect heeft op de mate waarin burgers onveiligheidsgevoelens ervaren.

In dit onderzoek werd verwacht dat burgers met bepaalde voorkeuren voor nieuwsberichten of nieuwsuitbrengers bij Facebookgebruik meer onveiligheidsgevoelens ervaren. Dit was nog niet eerder specifiek voor Facebookgebruik onderzocht, wat betekent dat dit onderzoek voor het eerst kijkt naar de invloed van specifieke voorkeuren bij Facebookgebruik op de mate waarin burgers onveiligheidsgevoelens ervaren. Dit onderzoek voegt hierdoor nieuwe kennis toe aan de bestaande literatuur over (sociale) media en onveiligheidsgevoelens.

In dit onderzoek wordt aangesloten bij de behoefte nieuwe kennis te vergaren over het ontstaan van onveiligheidsgevoelens zodat met voorlichting en beleid beter ingespeeld kan worden op onveiligheidsgevoelens. Zo laat het onderzoek van Cohen et al. (2013), zien dat meer kennis over onveiligheidsgevoelens de schade bij het Project X-feest in Haren had kunnen beperken. Inwoners hadden immers met de juiste voorlichting schadebeperkende maatregelen kunnen nemen.

Gezien de opkomst van nepnieuws die vooral via socialemediaplatformen als Facebook verloopt, is het belangrijk meer inzicht te verkrijgen in de invloed van nepnieuws op Facebook op onveiligheidsgevoelens. In dit onderzoek wordt daarom gekeken naar respondenten met een voorkeur voor onbetrouwbare nieuwsberichten om te zien of ze verschillen van andere respondenten. Daarmee kan dit onderzoek inspringen op de hiaten in het bestaande onderzoek naar

onveiligheidsgevoelens en bijdragen aan meer inzicht in het ontstaan van onveiligheidsgevoelens.

Er zijn meer bestaande onderzoeken die kijken naar de invloed van (meer) onveiligheidsgevoelens op (sociale)mediavorkeuren (Lembrechts, 2007; Elchardus, Herbots & Spruyt, 2011), dan bestaande onderzoeken die kijken naar de invloed van (sociale)mediavorkeuren op onveiligheidsgevoelens. In dit onderzoek is gekozen om te kijken naar de invloed van voorkeuren bij Facebookgebruik op onveiligheidsgevoelens in plaats van naar de invloed van onveiligheidsgevoelens op voorkeuren bij Facebookgebruik. Hier is voor gekozen omdat er al meer onderzoek bestaat dat kijkt naar de invloed van onveiligheidsgevoelens op (sociale)mediavorkeuren, zoals het onderzoek van Elchardus et al. (2008). Het is voor toekomstig onderzoek naar de invloed van onveiligheidsgevoelens op (sociale)mediavorkeuren wel aan te bevelen meer naar sociale media-uitbrengers en specifiek naar Facebook te kijken.

De resultaten van dit onderzoek tonen aan dat voorkeuren in Facebookgebruik van burgers geen invloed hebben op de mate waarin burgers onveiligheidsgevoelens ervaren. Het is mogelijk dat er geen effect wordt gevonden voor voorkeuren in Facebookgebruik door de manier waarop de variabelen gemeten worden. In dit onderzoek is gebruikgemaakt van scores van de respondenten om de betrouwbaarheid van nieuwsartikelen te meten. Voor vervolgonderzoek is het aan te bevelen als onderzoeker zelf de betrouwbaarheid van artikelen te meten, bijvoorbeeld door het uitvoeren van een inhoudsanalyse waarmee gekeken kan worden naar eigenschappen of het gebruik van specifieke woorden in een nieuwsartikel (Atteveld, Ruigrok, Takens & Jacobi, 2014).

Ten tweede is het voor vervolgonderzoek van belang aandacht te besteden aan de manier waarop de variabelen gemeten worden. In dit onderzoek is de betrouwbaarheid van nieuwsberichten bijvoorbeeld gemeten aan de hand van bestaande nieuwskoppen van nieuwsberichten. De keuze voor bestaande nieuwsberichten werkte goed, doordat bestaande nieuwsberichten respondenten meer aanspreken dan fictionele nieuwsberichten. Voor vervolgonderzoek is dit wederom aan te raden.

Het is voor vervolgonderzoek interessant te kijken of het laten zien van complete nieuwsartikelen meer invloed heeft op respondenten dan het laten

zien van alleen de nieuwskoppen. In dit onderzoek is ervoor gekozen alleen naar nieuwskoppen te kijken omdat dit zich beter leent voor een korte vragenlijst dan complete nieuwsartikelen. Het lezen van een nieuwsartikel zegt echter wel meer over de voorkeur van een respondent dan alleen een krantenkop. Daarom is het voor toekomstig onderzoek interessant naar nieuwsartikelen te kijken in plaats van naar krantenkoppen.

Daarnaast is het aan te bevelen de nieuwsuitbrenger en de nieuwskop gecombineerd te onderzoeken. In dit onderzoek is er bewust voor gekozen de nieuwsuitbrenger en de nieuwskop strikt gescheiden te houden voor de respondenten. Om deze manier kon naar beide variabelen gekeken worden zonder kans op beïnvloeding in de keuze van respondenten bij hun voorkeur voor een bepaald nieuwartikel. Het is aan te bevelen in vervolgonderzoek te kijken welke invloed kennis over de nieuwsuitbrenger van een nieuwsartikel heeft op voorkeuren voor (on)betrouwbare nieuwsartikelen. Dit is aan te bevelen aangezien uit reacties op de vragenlijst blijkt dat veel respondenten moeite hadden bij het maken van een rangschikking van de nieuwsberichten, aangezien de voorkeur voor een bepaald nieuwsartikel en de voorkeur voor een bepaalde nieuwsuitbrenger voor veel mensen niet twee losstaande factoren zijn.

Het is voor vervolgonderzoek aan te bevelen dat niet alleen wordt gekeken naar de populairste nieuwsbron en de populairste nieuwsuitbrenger, mocht er wederom gebruik worden gemaakt van een steekproef. In dit onderzoek is er voor gekozen alleen naar de populairste nieuwsbron en de populairste nieuwsuitbrenger te kijken omdat anders de analyse te ingewikkeld zou worden. Voor vervolgonderzoek is het aan te bevelen de rangschikkingsscores uitgebreider mee te nemen in de analyse.

In de analyse van dit onderzoek is ervoor gekozen bij het meten van de individuele nieuwartikelen en nieuwsuitbrengers gebruik te maken van een referentiecategorie per variabele, respectievelijk *PowNed* en *jongen*. Het was mogelijk interessant geweest te kijken of de resultaten anders zouden zijn wanneer er gekozen zou worden voor een andere referentiecategorie, bijvoorbeeld het significante *LindaNieuws*. In dit onderzoek is ervoor gekozen niet te kijken naar andere referentiecategorieën, aangezien de individuele nieuwartikelen en de individuele nieuwsuitbrengers niet zijn gebruikt om de

hypotheses te testen. Daarnaast bestaat de significante variabele LindaNieuws maar uit drie respondenten.

In dit onderzoek zijn de missings op de populariteitsscores van de nieuwsartikelen verwerkt door ze te vervangen met de gemiddelde populariteitsscore op het betreffende nieuwsartikel. Hier is voor gekozen om geen data te verliezen en omdat het maar om een beperkt aantal missende variabelen ging. Het vervangen van de missings met gemiddelde populariteitsscores brengt echter wel risico's met zich mee. Zo kan dit zorgen voor afwijkende resultaten. Door het geringe aantal missings is in dit onderzoek ondanks de mogelijke nadelen toch gekozen de missings te vervangen.

In dit onderzoek is gekeken naar de vier assumpties voor ordinale logistische regressieanalyse om te controleren of deze toets uitgevoerd mocht worden voor deze dataset. Hieruit bleek dat model 4, het model waarin alle variabelen meegenomen worden, niet voldoet aan de laatste assumptie de *test of parallel lines*. De andere drie modellen voldoen wel aan deze assumptie. Aangezien de andere drie modellen, waarin de individuele hypothesen getoetst worden wel voldoen aan vier de assumpties, is ervoor gekozen toch een ordinale logistische regressieanalyse uit te voeren. Het is belangrijk op te merken dat de resultaten van deze analyse voor model 4 hierdoor mogelijk minder betrouwbaar zijn, aangezien de test of parallel lines aangaf dat dit model niet geschikt is voor een ordinale logistische regressieanalyse.

In dit onderzoek wordt voor leeftijd als enige individuele kenmerk geen significant effect gevonden. Aangezien de andere individuele kenmerken van Facebookgebruikers wel een significant effect hebben op onveiligheidsgevoelens, is het relevant om in vervolgonderzoek te kijken naar de invloed van leeftijd op onveiligheidsgevoelens. In dit onderzoek is gekeken of oudere Facebookgebruikers minder onveiligheidsgevoelens ervaren dan jongere Facebookgebruikers. Voor vervolgonderzoek is het interessant te kijken of oudere Facebookgebruikers meer onveiligheidsgevoelens ervaren dan jongere Facebookgebruikers. Dit onderzoek geeft een indicatie dat deze relatie mogelijk zou kunnen bestaan.

Een andere aanbeveling voor vervolgonderzoek is gebruik te maken van een meer diverse en grotere steekproef. Doordat de meeste respondenten uit de persoonlijke kring van de onderzoeker komen, zijn veel respondenten jong en hoogopgeleid. Daarnaast ervaren de respondenten in dit onderzoek bijna

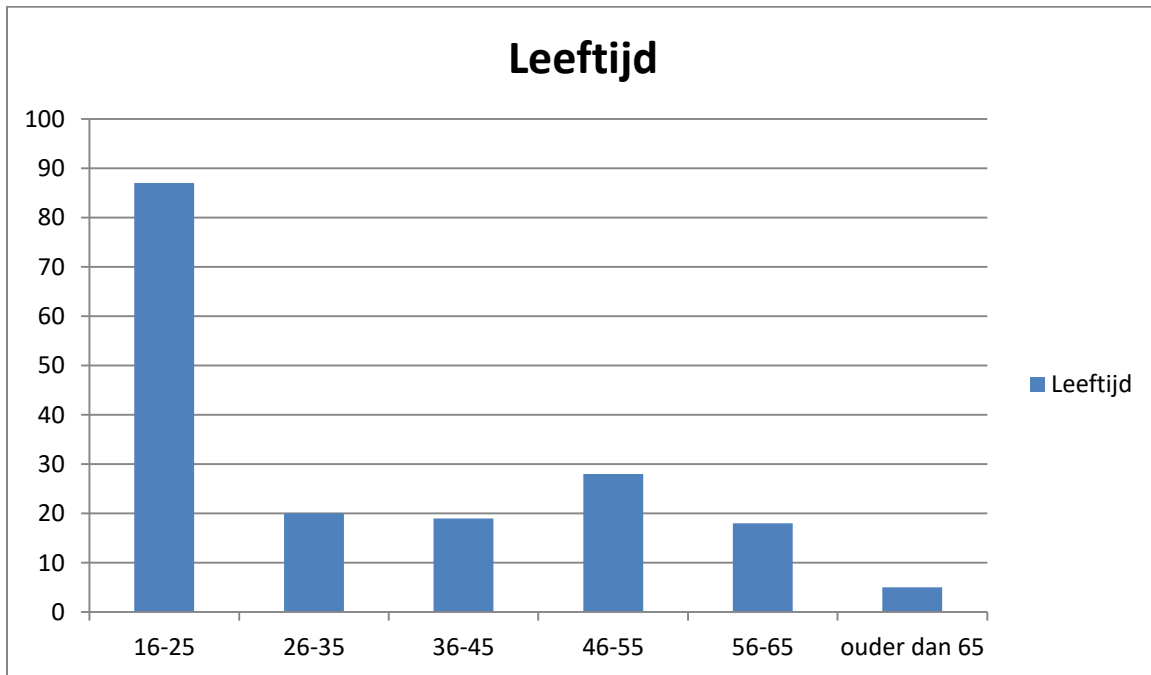
geen onveiligheidsgevoelens. Dit heeft mogelijk een invloed op het feit dat er geen relaties in dit onderzoek zijn gevonden voor de onderzochte variabelen.

Tot slot is het voor vervolgonderzoek interessant te kijken naar de hoeveelheid tijd die een respondent besteedt op Facebook. Dit kan immers invloed hebben op de kans dat Facebookgebruik invloed heeft op de onveiligheidsgevoelens van een respondent. Het is voor dit soort onderzoek belangrijk om te controleren of respondenten daadwerkelijk gebruikmaken van Facebook. In dit onderzoek is deze controle gedaan door middel van een controlevraag. Deze controle is ook aan te raden voor nieuw onderzoek.

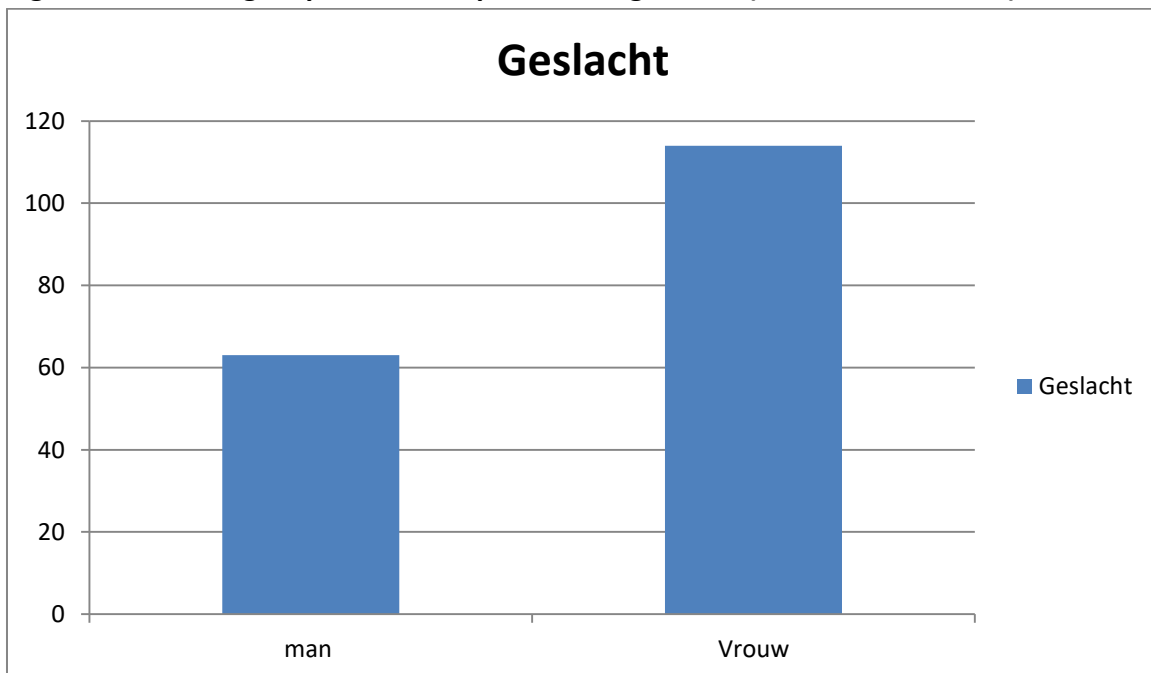
## Bijlagen

### Bijlage 1: Exacte verdeling individuele kenmerken in onderzoek

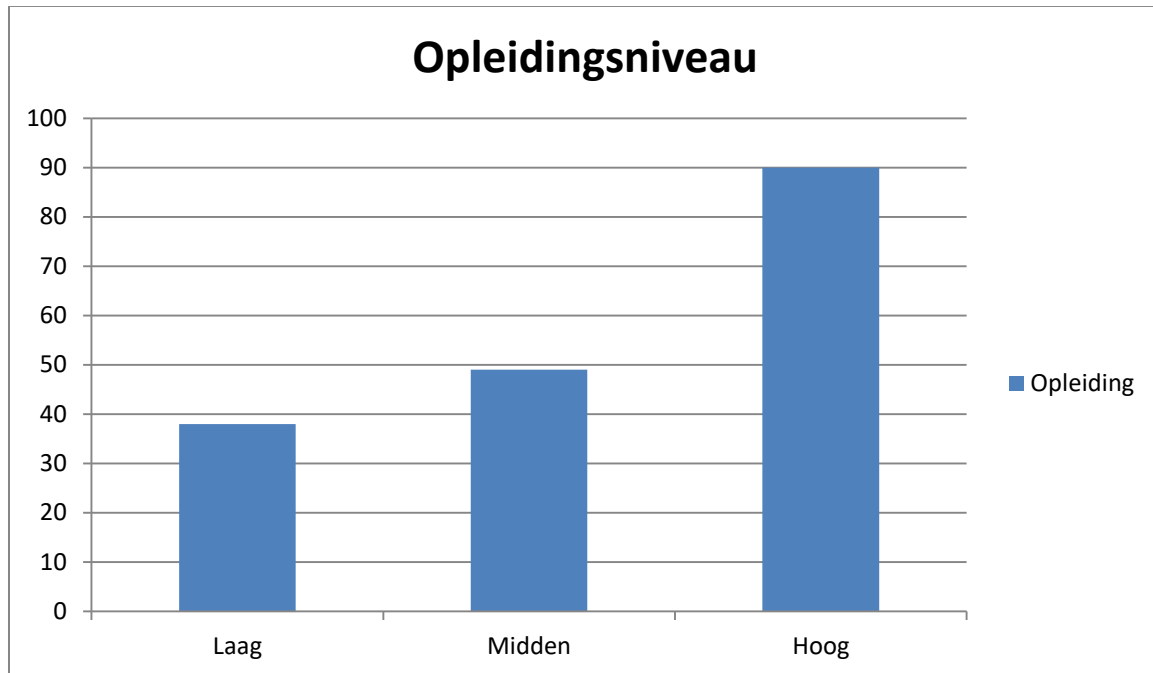
Figuur 8: Verdeling respondenten per leeftijdscategorie (in exacte aantallen)



Figuur 9: Verdeling respondenten op basis van geslacht (in exacte aantallen)

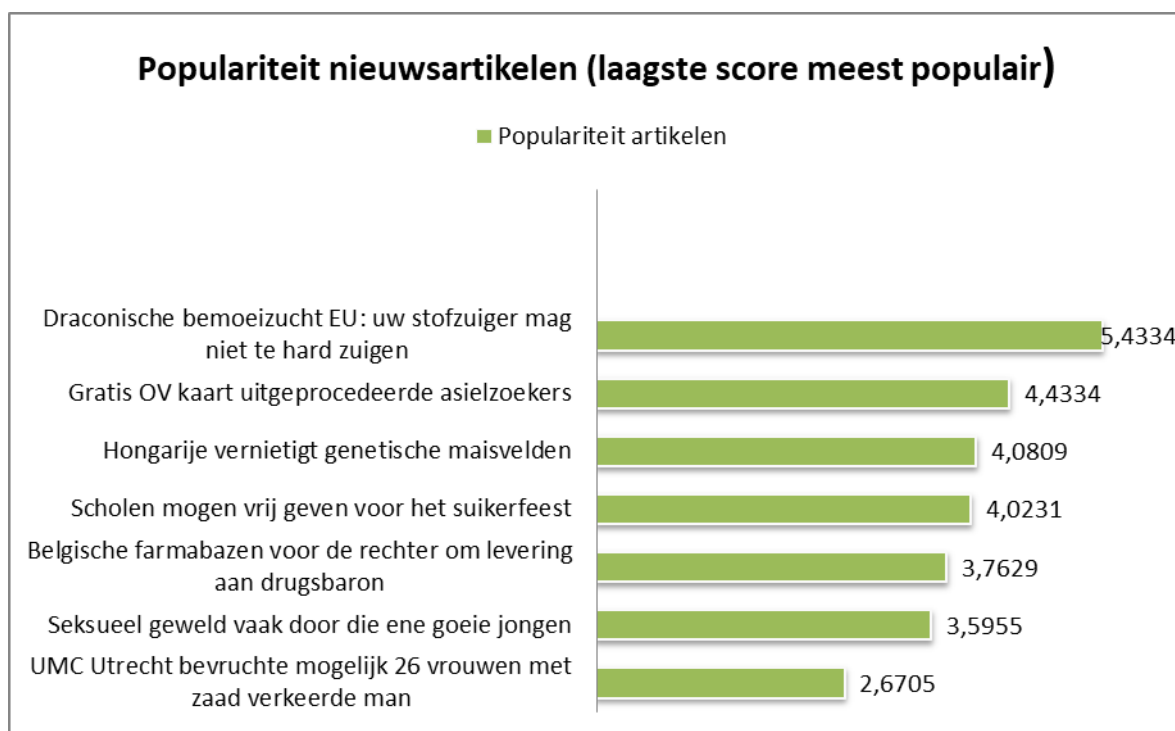


**Figuur 10: Verdeling respondenten op basis van opleidingsniveau (in exacte aantallen)**

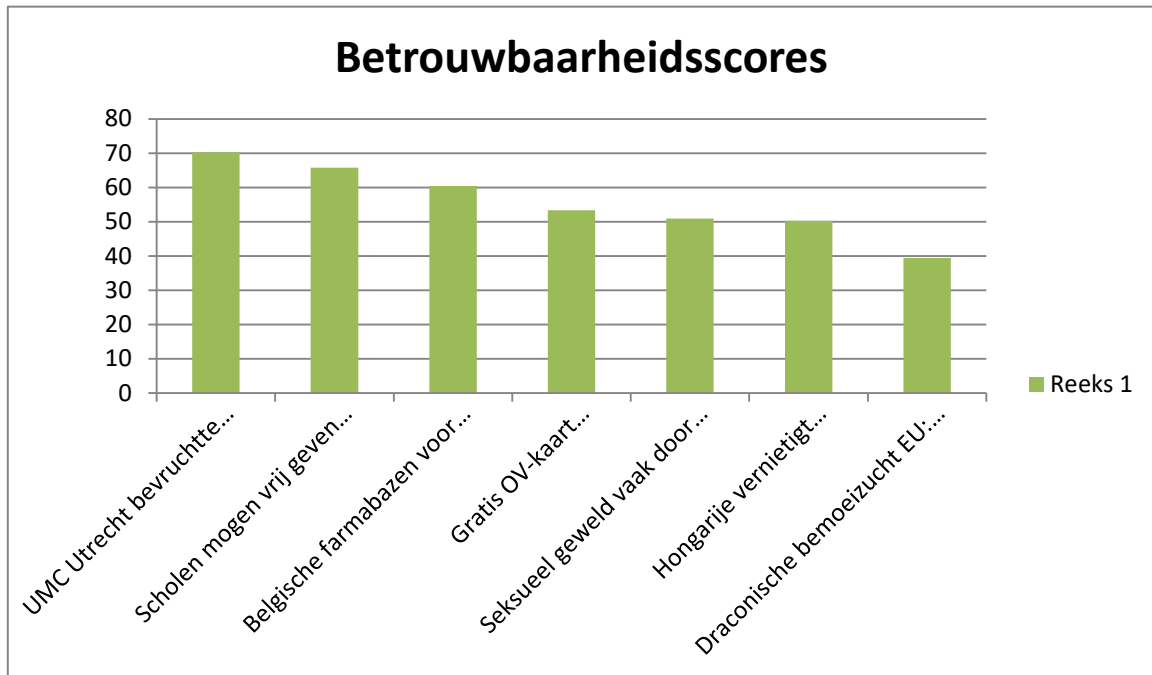


## Bijlage 2: Overige relevante kenmerken

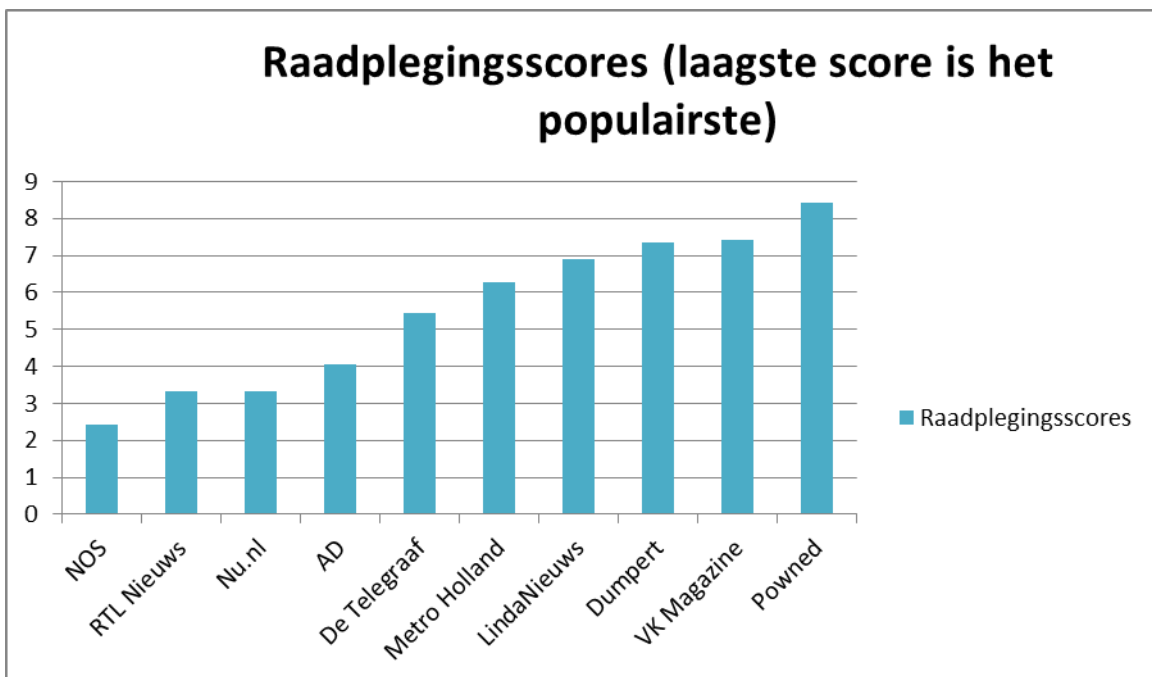
**Figuur 11: Gemiddelde populariteitsscore nieuwsartikelen (alle rangschikkingsscores)**



**Figuur 12: Gemiddelde betrouwbaarheidsscore per nieuwsbericht (alle betrouwbaarheidsscores)**



**Figuur 13: Gemiddelde populariteitsscore nieuwsuitbrengers (alle rangschikkingsscores)**



## **Bijlage 3: Vragenlijst**

**Vraag 1:** *Maakt u gebruik van een Facebookaccount?*

- Ja
- Nee

**Vraag 2:** *Rangschik de nieuwsberichten: Hieronder ziet u een lijst van verschillende nieuwskoppen uit de afgelopen jaren. Zet het nieuwsbericht dat u het meest aantrekkelijk vindt om te lezen bovenaan en het nieuwsbericht dat u het minst aantrekkelijk vindt onderaan.*

Scholen mogen vrij geven voor het Suikerfeest  
Belgische farmabazen voor de rechter om levering aan drugsbaron  
Draconische bemoeizucht EU: Uw stofzuiger mag niet te hard zuigen  
Hongarije vernietigt genetische maisvelden  
Seksueel geweld vaak door die ene goeie jongen  
UMC Utrecht bevruchtte mogelijk 26 vrouwen met zaad verkeerde man  
Gratis Ov-Kaart uitgeprocedeerde asielzoekers

### **Vraag 3 tot en met 9**

*Beoordeel onderstaand nieuwsbericht op betrouwbaarheid? Op een schaal van 1 tot 100% een score van één betekent dat het nieuwsbericht onbetrouwbaar is en een score van 100 betekent dat het nieuwsbericht betrouwbaar is.*

*(Vraag 3 tot en met 9 is voor alle nieuwsberichten individueel gesteld).*

### **Vraag 10**

*Geef aan welke mediabron u het meest raadpleegt wanneer u op zoek bent naar nieuws via Facebook. Zet de mediabron die u het meest raadpleegt bovenaan en de mediabron die u het minst raadpleegt onderaan.*

RTL Nieuws  
Dumpert  
Powned  
Metro  
VK magazine  
Nu.nl

Telegraaf  
NOS  
LindaNieuws  
AD

### **Vraag 11**

*In welke mate ervaart u onveiligheidsgevoelens?*

- Zeer veel
- Veel
- Neutraal
- Weinig
- Zeer Weinig

### **Vraag 12**

*Wat is uw leeftijd?*

- Jonger dan 16
- 16-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- Ouder dan 65

### **Vraag 13**

*Wat is uw geslacht?*

- Man
- Vrouw

### **Vraag 14**

*Wat is uw hoogst behaalde opleidingsniveau?*

- Geen opleiding
- Basisschool
- Middelbare school
- MBO of vergelijkbaar

- HBO of vergelijkbaar
- WO of hoger
- Niet van toepassing

## Literatuurlijst:

- Aalst, I. V., & Schwanen, T. (2009). Omstreden nachten: angstgevoelens van jongeren in de uitgaansgebieden van Arnhem en Apeldoorn. *TSS, Tijdschrift voor sociale vraagstukken*, 157-175.
- Acar, A. (2008). Antecedents and consequences of online social networking behavior: The case of Facebook. *Journal of website promotion*, 3(1-2), 62-83.
- Atteveldt, W., Ruigrok, N., Takens, J., & Jacobi, C. (2014). Inhoudsanalyse met AmCAT.
- Baert, D. (2016). Belgische farmabazen voor de rechter om levering aan drugsbaron. *De Redactie*. Verkregen van: <http://deredactie.be/cm/vrtnieuws/binnenland/1.2620722>
- Baran, J. S., & Davis, K. D. (2006). *Mass communication theory: Foundation and future*.
- CBS (2016). Veiligheidsmonitor 2016. Verkregen van: [https://www.cbs.nl/-/media/\\_pdf/2017/09/veiligheidsmonitor%202016web.pdf](https://www.cbs.nl/-/media/_pdf/2017/09/veiligheidsmonitor%202016web.pdf)
- Chiricos, T., Padgett, K., & Gertz, M. (2000). Fear, TV news, and the reality of crime. *Criminology*, 38(3), 755-786.
- Cohen, M. J., Brink, G. J. M., Adang, O. M. J., Dijk, J. A. G. M., & Boeschoten, T. (2013). *Twee werelden: You Only Live Once*.
- CrowdTangle (2017). Facebook leaderbord NL All. Verkregen van: <https://www.dropbox.com/s/70wjrskl1kre9dn/Facebook%20Leaderboard%20NL%20All.xlsx?dl=0>
- De Groof, S. (2006). Het (on) grijpbare onveiligheidsgevoel: Een exploratie van de structuur binnen het onveiligheidsconcept van mannen en vrouwen. *Tijdschrift voor Criminologie*, 49(1), 2.
- Effting, M. (2016). UMC Utrecht bevruchtte mogelijk 26 vrouwen met zaad verkeerde man. *De volkskrant*. Verkregen van: <https://www.volkskrant.nl/binnenland/umc-utrecht-bevruchtte-mogelijk-26-vrouwen-met-zaad-verkeerde-man~a4440401/>
- Elchardus, M., De Groof, S., & Smits, W. (2008). Rational fear or represented malaise: A crucial test of two paradigms explaining fear of crime. *Sociological Perspectives*, 51(3), 453-471.

- Elchardus, M., Herbots, S., & Spruyt, B. (2011). Onverdraagzaam en repressief worden: de rol van school en media. *Sociologie*, 7(1), 43-66.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of computer-mediated communication*, 12(4), 1143-1168.
- Eriksson, M., & Olsson, E. K. (2016). Facebook and Twitter in Crisis Communication: A Comparative Study of Crisis Communication Professionals and Citizens. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 24(4), 198-208.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS*. Sage publications.
- Gerbner, G., Gross, L., Signorielli, N., Morgan, M. & Jackson-Beeck, M. (1979). The Demonstration of Power: Violence Profile No. 10. *Journal of Communication*, 29(3), 176-204
- Hale, C. (1996). Fear of crime: a review of the literature. *International review of victimology*, 4, 79-150.
- Heijnsbroek, M. (2016). De stijf om de platformdata. *Het Financieele Dagblad*, 27.
- Johannink, Roy H., Inge Gorissen, and N. K. van As. Sociale media: factor van invloed op onrustsituaties?. *Politie & Wetenschap*, 2013.
- Joinson, A. N. (2008, April). Looking at, looking up or keeping up with people?: motives and use of Facebook. In *Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1027-1036). ACM.
- Kasperson, J. X., Renn, P., Slovic, H. S., Brown, J., Emel, R., & Goble, J. X. (2001). *Border Crossings. Transboundary Risk Management*.
- Ketterij van de, B. (2015) Mannen vs. vrouwen: wie is online actiever? verkregen van:  
<https://www.frankwatching.com/archive/2015/02/06/mannen-vs-vrouwen-wie-is-online-actiever-infographic/> 5-3-2018
- Kim, H. J., & Cameron, G. T. (2011). Emotions matter in crisis: The role of anger and sadness in the publics’ response to crisis news framing and corporate crisis response. *Communication Research*, 38(6), 826-855.
- Kok, D. (2011). Alleen aanwezig zijn op social media is niet genoeg. *Een onderzoek naar*.

- Lane, J., & Meeker, J. W. (2003). Women's and men's fear of gang crimes: Sexual and nonsexual assault as perceptually contemporaneous offenses. *Justice Quarterly*, 20(2), 337-371.
- Lembrechts, L. (2007). Het onveiligheidsgevoel als media-effect: Inspiratie voor een theoretisch model. *Tijdschrift voor criminologie*, 50(3), 4.
- Lund, A., & Lund, B. (2015). Ordinal Regression using SPSS Statistics. Verkregen via: <https://statistics.laerd.com/spss-tutorials/ordinal-regression-using-spsstatistics.php>.
- Lunk, B. (2008). MySpace or OurSpace: A cross-cultural empirical analysis of MySpace comments (Doctoral dissertation, Cleveland State University).
- Marchi, R. (2012). With Facebook, blogs, and fake news, teens reject journalistic “objectivity”. *Journal of Communication Inquiry*, 36(3), 246-262.
- Neuman, W. L., & Kreuger, L. (2003). *Social work research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Allyn and Bacon.
- Newton, C. (2016). Facebook buys CrowdTangle, the tool publishers use to win the internet: understanding how news goes viral. Verkregen via: <https://www.theverge.com/2016/11/11/13594338/facebook-acquires-crowdtangle>
- NOS (2018). Facebook start campagne: hoe herken je nepnieuws? Geraadpleegd op: <https://nos.nl/artikel/2220734-facebook-start-campagne-hoe-herken-je-nepnieuws.html> 5-3-2018
- Peeters, B. (2012). Burgerparticipatie in de lokale politiek. Amsterdam: Pro Demos, p16.
- Pleysier, S., Vervaeke, G., & Goethals, J. (2002). Het ‘onveiligheidsgevoel’ onderzocht. Groeipijnen van een onderzoekstraditie in wording. *Criminologie in actie*, 189-206.
- Raacke, J., & Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites. *Cyberpsychology & behavior*, 11(2), 169-174.
- Redactie AD. (2016). Hongarije vernietigt genetische maisvelden. *AD*. Verkregen van: <http://www.ad.nl/economie/hongarije-vernietigt-genetische-maisvelden~a6e26088/>

- Redactie AD (2016). Scholen mogen vrij geven voor Suikerfeest. *AD*. Verkregen van: <http://www.ad.nl/home/scholen-mogen-vrij-geven-voor-suikerfeest~a6bc7e9f/>
- Redactie Telegraaf. (2015). Gratis OV uitgeprocedeerde asielzoekers. *Telegraaf*. Verkregen van: [http://www.telegraaf.nl/binnenland/23822153/\\_\\_\\_Gratis\\_ov\\_uitgeprocederden\\_\\_\\_html](http://www.telegraaf.nl/binnenland/23822153/___Gratis_ov_uitgeprocederden___html)
- Romero Cabbrera, N. (2017). Seksueel geweld vaak door die ene goeie jongen. *Metronieuws*. Verkregen van: <https://www.metronieuws.nl/nieuws/binnenland/2017/06/soms-zijn-het-heel-gewone-goeie-jongen>
- Saunders, M. N., & Lewis, P. (2012). *Doing research in business & management: An essential guide to planning your project*. Pearson.
- Schuyf, J. (2009). *Geweld tegen homoseksuele mannen en lesbische vrouwen een literatuuronderzoek naar praktijk en bestrijding*. Utrecht: Movisie.
- Sipalan, J. (2018). Malaysia passed a 'fake news' law that would punish people for even spreading 'partly false' news. Verkregen van: <http://www.businessinsider.com/malaysia-passes-fake-news-law-2018-4?international=true&r=US&IR=T>
- Smyth, P. (2018) EU fake news initiative to focus on new code of practice. Verkregen van: <https://www.irishtimes.com/news/world/europe/eu-fake-news-initiative-to-focus-on-new-code-of-practice-1.3470250>
- Turpijn, L., Kneefel, S., & Van der Veer, N. (2015). *Nationale social media onderzoek 2015*. Amsterdam: Newcom Research & Consultancy. ISO 690
- Van den Bulck, J. (2001). *Television and Fear of Crime: Causal Explanations. The Relationship between Television and Fear of Crime: An Empirical Test of Three Causal Explanations*. Leuven: KULeuven.
- Van Dijk Prof, J. (2015). Reactie op forumartikel 'Rapport Project X Haren revisited'. *Tijdschrift voor communicatiewetenschap*, 43(2), 127.
- Vanderveen, G. (2002). Beleving van veiligheid in de buurt: relaties tussen persoon, buurt en Samenleving. *Tijdschrift voor Veiligheid & Veiligheidszorg*, 1 (1), 32-46.

- Van der Veer, N., Boekee, S., & Peters, O. (2017), Nationale Social Media Onderzoek 2017: Het grootste trendonderzoek van Nederland naar het gebruik en verwachtingen van social media #NSMO.
- Van der Wurff, R., & Schönbach, K. (2010). Wenselijkheid en haalbaarheid van een aparte gedragscode voor online journalistiek: Resultaten van een Delphi-studie. Amsterdam: ASCoR.
- Van Thiel, S.(2007). Bestuurskundig onderzoek: een methodologische inleiding.
- Van Zwieten, M. & Willems, D. (2004). Waardering van kwalitatief onderzoek: Methodologie van kwalitatief onderzoek. *Huisarts & wetenschap*, 47(13), 631-635.
- Vanwynsberghe, H., Boudry, E., & Verdegem, P. (2015). De impact van ouderschapsstijlen op de ontwikkeling van sociale mediageletterdheid bij adolescenten. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 43(1), 84.
- Verhoef, F. (2013). Draconische bemoeizucht EU: uw stofzuiger mag niet te hard zuigen. *HP de Tijd*. Verkregen van: <https://www.hpdetijd.nl/2013-10-25/draconische-bemoeizucht-eu-uw-stofzuiger-mag-hard-zuigen/>
- Vettenburg, N., & Huybregts, I. (2001). Onveiligheidsgevoelens en antisociaal gedrag. Een onderzoek naar de samenhang tussen de onveiligheidsgevoelens bij leerkrachten en het antisociaal gedrag bij leerlingen.
- Vossen, E. M. P. (2014). *Een onderzoek naar drie dimensies van onveiligheidsgevoelens onder homoseksuelen en heteroseksuelen*.
- Waters, R. D., Burnett, E., Lamm, A., & Lucas, J. (2009). Engaging stakeholders through social networking: How nonprofit organizations are using Facebook. *Public relations review*, 35(2), 102-106.
- Winkel, W. F., & Vrij, A. (1990). Fear of crime and mass media crime reports testing similarity hypotheses. *International Review of Victimology*, 1(3), 251-265.
- Williams, P., & Dickinson, J. (1993). Fear of crime: Read all about it? The relationship between newspaper crime reporting and fear of crime. *The British Journal of Criminology*, 33(1), 33-56.

- Wybouw, F., Kolijn, S., & Siongers, J. (2011). Haalbaarheidsstudie van een monitoringsysteem voor antisociaal gedrag en onveiligheidsgevoelens op school.