

Master in de journalistiek

Rauwe realiteit of het publiek beschermen?

De evaluatie en publiceerbaarheid van dramatische
nieuwsfoto's volgens persoonlijkheidskenmerken

Masterproef aangeboden door
Emilie BOSSENS
tot het behalen van de graad van
Master in Journalistiek

Promotor: Rozane DE COCK

Academiejaar 2013 – 2014

VOORWOORD

Deze masterproef kadert in de Master Journalistiek aan de Hogeschool-Universiteit Brussel. Dit onderwerp heeft heel speciaal mijn interesse gewekt wegens mijn passie voor fotografie. Bij het lezen van de krant of het kijken naar televisienieuws word ik telkens opnieuw aangetrokken door foto's en beelden. Daarbij is me opgevallen dat er, vooral in het kader van onder andere de berichtgeving over Syrië en Oekraïne, vaak gruwelijke beelden getoond worden. Op die momenten ben ik me de vraag beginnen stellen of iedereen die beelden eigenlijk wel *wil* zien. Het leek me dan ook een uitgelezen kans om als masterproef te onderzoeken wat een publiek vindt over dergelijke dramatische nieuwsbeelden.

In de eerste plaats zou ik graag mijn promotor prof. Rozane De Cock willen bedanken voor de goede steun en begeleiding tijdens het schrijven van mijn masterproef. Dankzij haar gerichte feedback kon ik mijn masterproef tot een goed einde brengen. Daarnaast gaat mijn dank ook uit naar iedereen die de tijd en moeite heeft genomen om mijn vragenlijst in te vullen. Al deze personen hebben één voor één enorm bijgedragen aan de realisatie van mijn studie. Tot slot zou ik ook graag mijn ouders willen bedanken, omdat ze me de kans hebben gegeven om verder te studeren, en in het bijzonder mijn moeder voor haar kritische kijk op taal- en spelfouten. Ook mijn vriend Maarten verdient een speciale vermelding voor zijn enorme steun.

In wat volgt zal ik trachten meer duidelijkheid te scheppen rond de aanvaardbaarheid van dramatische beelden in het nieuws.

Emilie Bossens

PERSARTIKEL

Bloederige foto's in de krant? Laat maar komen!

Een afgescheurd ledemaat, een bebloed gezicht of een neergeschoten oorlogsslachtoffer. Deze beelden zie je niet alleen in horrorfilms, maar ook dagelijks in de krant. Maar wat vindt het lezerspubliek daar eigenlijk van? Emilie Bossens, een masterstudente Journalistiek aan de Hogeschool-Universiteit Brussel (HUB), zocht het uit.

De meerderheid van het publiek is van mening dat ze niet beschermd hoeft te worden voor schokkende foto's. Dat blijkt uit de resultaten van de masterproef uitgevoerd door Emilie Bossens, masterstudente Journalistiek aan de Hogeschool-Universiteit Brussel (HUB). "Meer dan drie vierde van de lezers, en dan vooral mannelijke, wil het liefst zo veel en zo correct mogelijke informatie", vertelt ze. "Vrouwen hechten dan weer meer belang aan de privacy van slachtoffers en willen soms toch beschermd worden. Leeftijd speelt bij deze meningen echter geen rol."

Close-up meest schokkend

De studente onderzocht bij 400 mensen hun mening over dramatische foto's in het

nieuws. Via een vragenlijst werden tien gruwelijke nieuwsfoto's gepresenteerd en de deelnemers moesten aangeven hoe schokkend ze de foto vonden en in welke mate ze de foto geschikt vonden voor publicatie in een nieuwsmedium. "Het was vooral de close-up foto die het publiek het meest schokkend en minst geschikt voor publicatie vond", vertelt Bossens. "Overigens, hoe schokkender het publiek de foto vond, hoe minder de foto geschikt voor publicatie werd bevonden."

Jonge slachtoffers

De geanalyseerde nieuwsfoto's in de studie verschilden ook op een aantal kenmerken. "Ik wilde nagaan of levendige foto's verschillen van minder levendige of sprekende foto's", verklaart de studente. "De resultaten toonden aan dat een foto met een kind als slachtoffer schokkender wordt bevonden dan wanneer het slachtoffer volwassen is. Ook foto's met menselijke schade vindt men schokkender dan foto's met bijvoorbeeld een autowrak."

‘Het zwakke geslacht’

De respondenten kregen verder ook vragen voorgeschoteld in verband met hun empathisch vermogen, angst voor criminaliteit, mediagebruik, enzovoort. “Op die manier kon ik nagaan welke precieze subgroepen het moeilijk hebben met de publicatie van dramatische foto’s in het nieuws”, zegt de journaliste in sp . “Zo blijkt dat geslacht een grote rol speelt: vrouwen vonden alle foto’s schokkender dan mannen”, concludeert de studente. “Ook wie negatief staat tegenover het gebruik van geweld en wie bang is om slachtoffer te worden van criminaliteit, vindt de foto’s schokkender.”

Ongevoelig voor geweld

Wie van mening is dat een publiek niet beschermd, maar daarentegen wel volledig geïnformeerd moet worden, vindt dat gruwelijke foto’s w l gepubliceerd mogen worden. “We zien ook dat mensen die veel gewelddadige films en series kijken of dikwijls gewelddadige videogames spelen, minder moeite hebben met de publicatie van gruwelijke foto’s in een krant”, vertelt Bossens. “Zo’n mensen worden dan in zekere mate ongevoelig voor geweld.”

De smartphonegeneratie

Bossens besteedde in haar onderzoek ook aandacht aan het nieuwsgebruik van

mensen. “De resultaten zijn geruststellend: vier op de vijf respondenten vindt het belangrijk om het nieuws te volgen”, vertelt ze. “De meeste mensen blijven op de hoogte via nieuwssites, nieuws- en actualiteitenprogramma’s op televisie en sociale netwerksites. Maar ook radio en kranten blijven populair. “Wat wel opvallend is”, concludeert Bossens, “is dat ongeveer één derde dagelijks het nieuws volgt via zijn of haar smartphone.”

Geen geheimen meer

Wanneer een journalist moet beslissen of een gruwelijk beeld met bijvoorbeeld ernstige menselijke schade in nieuwsmedia getoond zal worden of niet, dan zorgt dit dikwijls voor een moreel dilemma. Maar nu journalisten een beter zicht hebben op de mening van het publiek over de publicatie van dramatische foto’s, kunnen ze er ook meer rekening mee houden. “Journalisten kunnen best niets geheim houden,” concludeert de masterstudente. “Toch zijn sommige mensen, bijvoorbeeld vrouwen, gevoeliger voor de publicatie van schokkende foto’s. Nieuwsmedia met een groot vrouwelijk publiek zouden bijvoorbeeld minder dramatische beelden kunnen tonen”, raadt Bossens aan.

INLEIDING

“Images of tragedy have more impact than words, because the photo leaves so little to the imagination. A photograph forces an image on the reader, one he or she cannot control.

Its presence on the page is almost impossible to ignore, and its reality can be overwhelming” (Greg Lewis (journalist), 1996).

Wie de krant leest of naar het televisienieuws kijkt, wordt geregeld geconfronteerd met beelden van geweld, rampen, ongevallen en oorlog. Veel nieuws focust dan ook op negatieve gebeurtenissen en crisissen (Hoffner, e.a., 2009). Bovendien maken recente digitale ontwikkelingen, zoals online nieuws, het mogelijk om nog sneller dan vroeger beelden van een ramp te verspreiden. We kunnen er amper nog aan ontsnappen.

Het is nodig om hier even bij stil te staan en ons af te vragen in welke mate het correct en aanvaardbaar is om dergelijke beelden te tonen. Niet alleen uit respect voor de slachtoffers, maar ook rekening houdend met de wensen van het publiek. Misschien willen bepaalde nieuwsgebruikers sommige gruwelijke beelden liever niet zien. Journalisten moeten daarom steeds een evenwicht zoeken tussen het beschermen van het publiek en het volledig informeren van het publiek (Silcock, Schwalbe & Keith, 2008). Maar de vraag over welke beelden, in het televisienieuws of in de krant, wel of niet gepast zijn om te publiceren is geen kwestie van smaak (Wilkinson & Fletcher, 1995). Bepaalde individuen, zoals bijvoorbeeld kinderen, zijn extra gevoelig voor gruwelijke beelden en kunnen daardoor een bepaalde angst of een vertekend wereldbeeld ontwikkelen (Wright, Kunkel, Pinon & Huston, 1989; O’Keefe & Reid-Nash, 1987). Bovendien hebben vrouwen over het algemeen meer *fear of crime* dan mannen (Ferraro, 1996).

Een aantal studies hebben zich al uitvoerig toegelegd op inhoudsanalyses van foto’s in de krant (Silcock, e.a., 2008; Schaap & Pleijter, 2012; Hanusch, 2010; 2013). Maar onderzoek naar de opinie van het publiek over gruwelijke en dramatische foto’s is tot hiertoe nog niet gebeurd. Het lijkt daarom nuttig om een dieper inzicht te verwerven in de relatie tussen dramatische beelden en het publiek (Kaplan, 2008).

Het doel van deze studie is tweevoudig. In de eerste plaats gaan we na hoe een publiek staat tegenover het beschermen versus informeren met betrekking tot dramatische nieuwsfoto's. In de tweede plaats onderzoeken we welke specifieke groepen van de bevolking dramatische nieuwsfoto's als schokkend beoordelen, en of deze volgens hen al dan niet gepubliceerd mogen worden in een nieuwsmedium. Aan de hand van een aantal persoonseigenschappen proberen we de meer gevoelige populaties te identificeren.

INHOUDSOPGAVE

1	LITERATUUROVERZICHT	14
1.1	DRAMATISCHE NIEUWSFOTO'S.....	14
1.2	NIEUWSBERICHTGEVING	15
1.2.1	<i>Oorlog</i>	15
1.2.2	<i>Dagelijks nieuws</i>	16
1.3	JOURNALISTIEKE ETHIEK.....	17
1.4	FUNCTIE VAN DRAMATISCHE BEELDEN	18
1.4.1	<i>Journalistieke plicht</i>	19
1.4.2	<i>Ondersteuning van het woord</i>	19
1.4.3	<i>Aandachtstrekker</i>	21
1.4.4	<i>Beïnvloeding publieke opinie</i>	21
1.5	SUBJECTIVITEIT EN MANIPULATIE	21
1.6	BESCHERMEN OF INFORMEREN?.....	22
1.7	THEORIEËN	24
1.7.1	<i>Limited Capacity Model</i>	24
1.7.2	<i>Appraisal theory</i>	26
1.7.3	<i>Fear of crime</i>	27
1.7.3.1	Persoonlijkheidskenmerk.....	27
1.7.3.2	Cultivatie-effect	28
1.7.3.3	Gevolgen	30
1.7.4	<i>Desensitization</i>	30
1.7.4.1	Empathie	31
1.7.4.2	Attitude tegenover geweld	33
1.7.5	<i>Approach-avoidance theory</i>	34
1.7.5.1	Sensation seeking.....	35
1.7.6	<i>Socio-demografische variabelen en voorkeur voor negatief nieuws</i>	36
1.7.6.1	Leeftijd.....	36
1.7.6.2	Geslacht.....	37
2	ONDERZOEKSVRAGEN EN HYPOTHESES	39
2.1	EVALUATIE EN PUBLICERBAARHEID.....	39

2.2	LEVENDIGE KENMERKEN	39
2.3	ETHIEK.....	40
2.4	FEAR OF CRIME	41
2.5	DESENSITIZATION.....	43
2.5.1	<i>Attitude tegenover geweld</i>	44
2.5.2	<i>Empathie</i>	44
2.6	SENSATION SEEKING	46
2.7	SOCIO-DEMOGRAFISCHE VARIABELEN	47
2.7.1	<i>Leeftijd</i>	47
2.7.2	<i>Geslacht</i>	47
2.7.3	<i>Kinderen</i>	48
2.8	ALGEMEEN VOORSPELLEND MODEL	49
3	ONDERZOEKSAANPAK	50
3.1	DATAVERZAMELING	50
3.1.1	<i>Meetinstrument</i>	50
3.1.2	<i>Pilootstudie</i>	50
3.1.3	<i>Verspreiding</i>	51
3.2	STEEKPROEF	51
3.3	METINGEN	52
3.3.1	<i>Sensation seeking</i>	52
3.3.2	<i>Attitude tegenover geweld</i>	54
3.3.3	<i>Empathie</i>	55
3.3.4	<i>Fear of crime</i>	56
3.3.5	<i>Mediagebruik</i>	58
3.3.6	<i>Nieuwsfoto's</i>	58
3.3.7	<i>Journalistieke ethiek</i>	59
3.3.8	<i>Algemene vragen</i>	61
3.4	ANALYSEMETHODEN	61
4	RESULTATEN	63
4.1	DESCRIPTIEVE STATISTIEKEN	63
4.1.1	<i>Nieuwsconsumptie</i>	63
4.2	RESULTATEN ONDERZOEKSVRAGEN EN HYPOTHESES	64

4.2.1	<i>Evaluatie en publiceerbaarheid</i>	64
4.2.2	<i>Levendige kenmerken</i>	66
4.2.3	<i>Ethiek</i>	68
4.2.4	<i>Fear of crime</i>	70
4.2.5	<i>Desensitization</i>	74
4.2.5.1	Attitude tegenover geweld.....	75
4.2.5.2	Empathie.....	76
4.2.6	<i>Sensation seeking</i>	78
4.2.7	<i>Socio-demografische variabelen</i>	80
4.2.7.1	Leeftijd.....	80
4.2.7.2	Geslacht.....	80
4.2.7.3	Kinderen.....	81
4.2.8	<i>Algemeen voorspellend model</i>	82
5	CONCLUSIE EN DISCUSSIE	86
5.1	WETENSCHAPPELIJKE ONDERZOEKSDOMEINEN.....	87
5.1.1	<i>Journalistieke ethiek</i>	87
5.1.2	<i>Nieuwsconsumptie</i>	88
5.1.3	<i>Cultivatiehypothese</i>	88
5.2	EVALUATIE EN PUBLICEEERBAARHEID.....	89
5.3	KENMERKEN FOTO'S.....	89
5.4	KENMERKEN PUBLIEK.....	90
5.4.1	<i>Journalistieke ethiek</i>	91
5.4.2	<i>Fear of crime</i>	91
5.4.3	<i>Gewelddadig mediagebruik</i>	91
5.4.4	<i>Attitude tegenover geweld</i>	92
5.4.5	<i>Empathie</i>	92
5.4.6	<i>Need for arousal</i>	92
5.4.7	<i>Leeftijd</i>	93
5.4.8	<i>Kinderen</i>	93
5.4.9	<i>Geslacht</i>	93
5.5	BEPERKINGEN EN AANBEVELINGEN VOOR VERVOLGONDERZOEK.....	94
5.6	AANBEVELINGEN VOOR DE BEROEPSPRAKTIJK.....	96
6	REFERENTIELIJST	98

7	BIJLAGEN	110
7.1	BIJLAGE 1 - TABEL 3	110
7.2	BIJLAGE 2 - TABEL 4	111
7.3	BIJLAGE 3 – TABEL 5	112
7.4	BIJLAGE 4 - TABEL 6	113
7.5	BIJLAGE 5 - TABEL 7	114
7.6	BIJLAGE 6 - TABEL 8	115
7.7	BIJLAGE 7 - TABEL 9	116
7.8	BIJLAGE 9 – NIEUWSFOTO’S	117
7.9	BIJLAGE 10 - WEBSURVEY	127

LIJST VAN TABELLEN

Tabel 1: Correlatie evaluatie en publiceerbaarheid	66
Tabel 2: Verdeling schalen journalistieke ethiek volgens geslacht	69
Tabel 3: Geraadpleegde nieuwsbronnen op een gemiddelde dag.....	110
Tabel 4: Gemiddelde score 'Hoe schokkend vindt u deze foto op een schaal van 1 tot 10'	111
Tabel 5: Gemiddelde score 'In welke mate vindt u dat deze foto in een nieuwsmedium gepubliceerd kan worden op een schaal van 1 tot 10'	112
Tabel 6: Dependent T-test voor evaluatie nieuwsfoto's per contrasterend paar	113
Tabel 7: Meervoudige hiërarchische regressie op fear of crime.....	114
Tabel 8: Hiërarchische lineaire regressie op evaluatie nieuwsfoto's	115
Tabel 9: Hiërarchische lineaire regressie op publiceerbaarheid nieuwsfoto's	116

1 LITERATUUROVERZICHT

1.1 Dramatische nieuwsfoto's

Het plaatsen van foto's in een krant stijgt in populariteit. Door culturele en technologische veranderingen is het beeld in de krant een steeds belangrijkere plaats gaan innemen (Broersma, 2003; Dsjupsund & Carlson, 1998). Bovendien wordt ook steeds vaker gekozen voor sensationele foto's: groot, levendig en expliciet (Dsjupsund & Carlson, 1998). Volgens onderzoek verloopt de trend naar dergelijk sensationeel nieuws in stijgende lijn (Grabe, Lang & Zhao, 2003; Slattery & Hakanen, 1994). Veel onderzoek werd al gevoerd naar sensatie in het televisienieuws en in krantenberichten. Maar ook nieuwsfoto's kunnen sensationeel zijn (Schaap & Pleijter, 2012). Een foto in de krant is namelijk een belangrijk middel om aandacht te trekken (Grabe, e.a., 2011; Schaap & Pleijter, 2012) en ze bepalen of en hoe diepgaand een artikel gelezen wordt (Knobloch, Hastall, Zillmann & Callison, 2003; Zillmann, Knobloch & Yu, 2001). Maar er bestaan ook gradaties in nieuwsfoto's. Zo bevat een krant enerzijds zeer veel neutrale foto's, bijvoorbeeld een portret van een politicus of een foto van geld of andere voorwerpen. Anderzijds tellen kranten vaak ook veel foto's ter illustratie van rampen, oorlog en ongelukken. Het is enkel deze laatste categorie die in deze studie onderzocht zal worden.

In dit onderzoek zal voor deze categorie nieuwsfoto's de benaming 'dramatische foto's' gebruikt worden. Vettehen, Nuijten en Beentjes (2005) verwijzen met de term 'dramatische foto's' naar beelden over rellen, achtervolgingen, branden, rampen, dode mensen, uitgehongerde mensen en verwoesting. Volgens de onderzoekers is de term 'dramatische foto's' een duidelijk overkoepelend label voor meeslepende negatieve beelden (Newhagen & Reeves, 1992, p. 25), negatieve emotionele beelden (Brosius, 1993), verontrustende beelden (Mundorf, Drew, Zillman, & Weaver, 1990) of sensationele beelden (Schaap & Pleijter, 2012).

1.2 Nieuwsberichtgeving

1.2.1 Oorlog

Dramatische afbeeldingen in het nieuws zijn niet nieuw. Al sinds de uitvinding van de camera maken beelden van gewonden en doden deel uit van nieuwsberichtgeving (Silcock, e.a., 2008). Zo werden tijdens de Eerste Wereldoorlog foto's verspreid van slagvelden met lijken, en tijdens de Spaanse Burgeroorlog foto's van dode kinderen (Sontag, 2002). Niet alleen tijdens oorlogstijden, maar ook in vredige periodes worden vaak gruwelijke en tragische foto's gepubliceerd (Goodwin, 1983, p. 191). Om het nieuws te vertellen kregen redacteurs echter steeds meer te maken met het klassieke conflict van journalistieke plichten: de rauwe waarheid tonen met agressieve beelden en tegelijkertijd medeleven tonen tegenover de slachtoffers.

Verschillende publieke houdingen en percepties inzake ethiek hebben dan toch geleid tot meer terughoudendheid van de media bij het selecteren van beelden (Silcock, e.a., 2008). Zo verwijderde CBS tijdens het conflict in Bosnië in de jaren '90 enkele gruwelijke beelden uit een bericht over een dodelijke aanval op een lagere school in Sarajevo (Fenton, 2005). Ook tijdens het begin van de Tweede Wereldoorlog onderdrukte het Office of War Information verschillende bloederige foto's in een geheime 'Chamber of Horrors' (Roeder, 1993). Verder vonden een aantal studies (Hallin, 1986; Patterson, 1984; Tsang, 1984) dat nieuwsmedia tijdens de Vietnamoorlog de meest brutale oorlogsbeelden achterhielden. Zo rapporteerde Hallin (1986) in zijn studie over mediaberichtgeving van de Vietnamoorlog dat er tijdens de eerste jaren van het conflict bijna geen gewonde of dode soldaten afgebeeld werden. Dit patroon van terughoudendheid zette zich verder gedurende de oorlog in Irak (Griffin, 2004; King & Lester, 2005; Rainey, 2005). Toch werden door een aantal nieuwsmedia de gruwelijke beelden getoond van het dode lichaam van Saddam Hoessein en van de vier Amerikaanse aannemers gedood in Fallujah, Irak (Perlmutter & Major, 2004; Romano, 2003).

Silcock en collega's (2008) onderzochten meer dan 2500 oorlogsbeelden uit de Amerikaanse media van de in 2003 door Amerikanen geleide invasie van Irak. De onderzoekers analyseerden de berichtgeving tijdens de eerste vijf weken van de inval in

volgende nieuwsmedia: televisienieuws, kranten, nieuwsmagazines en online nieuwspagina's. Ze stelden vast dat van alle geanalyseerde oorlogsgelateerde beelden, slechts op 10% gewonden of doden afgebeeld waren. Verder vonden Silcock en collega's (2008) ook verschillen tussen de soorten media. Zo waren de meeste gruwelijke beelden terug te vinden op televisie: met name 15.1% van de geanalyseerde televisiebeelden over oorlog bevatten beelden van dode en gewonde mensen. Dit ging in tegen de verwachting van de onderzoekers. Zij stelden dat geluid en beweging de beelden extra gevoelig maken, waardoor kijkers misschien (meer) geschokt worden. De proportie gruwelijke foto's in kranten en nieuwsmagazines bevond zich, zoals verwacht, in het midden, met respectievelijk 9.1 en 8% foto's met doden en gewonden op het totaal aantal geanalyseerde oorlogsbeelden. Op online nieuwswebsites was slechts 2.1% van de beelden gruwelijk.

1.2.2 Dagelijks nieuws

Niet alleen oorlogsberichtgeving maar ook dagelijks nieuws in kranten en op televisie gaat vaak gepaard met dramatische beelden. Zo wordt in de VS bij lokaal nieuws vaak de nadruk gelegd op brutale criminaliteit en geweld, en gebracht op een sensationele manier (Dorfman, Woodruff, Chavez & Wallack, 1997; Romer, Jamieson & Aday, 2003). Ook studies bij grotere Amerikaanse televisiezenders stelden vast dat criminaliteit en geweld één van de meest gecoverde onderwerpen in het nieuws zijn (Johnson, 1996; Lowry, Nio & Leitner, 2003). Sinds het begin van de 21^e eeuw kwamen thema's als school shootings, ontvoeringen, terreur in het Midden-Oosten, 9/11 en de Irakoorlog nationaal en internationaal in het nieuws (van der Molen, 2004). Uit een rapport van de Nieuwsmonitor (2012, nummer 11), een Vlaamse studie van Steunpunt Media, komt naar voor dat politiek en criminaliteit de belangrijkste onderwerpen zijn in de negentienuurjournaals van Eén en VTM. Bovendien schenkt Het Journaal (VRT-nieuws) veel aandacht aan criminaliteit en rampen.

Tussen 2010 en 2012 voerde Steunpunt Media een kwantitatieve analyse van slachtofferberichtgeving in Vlaamse kranten en televisiejournaals (De Cock, d'Haenens, De Smedt, Schipper, Reul, Ichau, Valcke & Wauters, 2013). Daarbij keken ze enkel naar binnenlandse berichtgeving en dus niet naar rampen, misdaden of verkeersongevallen in het buitenland. Uit de resultaten van de studie (De Cock, e.a., 2013) blijkt dat gemiddeld een derde van de nieuwsberichten schade toont. Daarbij tonen de kranten De Morgen en

De Standaard het minste beelden van schade. Het Laatste Nieuws, Het Nieuwsblad, Het Belang van Limburg en Gazet van Antwerpen tonen in een vijfde van de nieuwsberichten beelden van schade. Televisiemedia tonen de meeste schade, namelijk in 51% van de tv-items wordt materiële of menselijke schade getoond.

1.3 Journalistieke ethiek

De beslissing of een gruwelijk beeld met bijvoorbeeld ernstige menselijke schade in nieuwsmedia getoond wordt of niet, brengt morele dilemma's en moeilijke keuzes voor journalisten met zich mee. De pers en de journalistiek hebben namelijk een grote maatschappelijke verantwoordelijkheid (Voets, 2013). Ze dienen burgers correct te informeren over wat zich afspeelt in de samenleving. Daarbij moeten journalisten steeds een afweging maken tussen enerzijds het recht van het publiek om zo veel en zo juist mogelijk te worden geïnformeerd, en anderzijds het recht van éénieder op bescherming van zijn privésfeer en persoonlijk leven (Voets, 2013).

Om goede en kwaliteitsvolle journalistiek te garanderen stelde de Vlaamse Raad voor de Journalistiek een Code van de Raad voor de Journalistiek (2013) op samen met een aantal concrete richtlijnen. In de Code van de Raad voor de Journalistiek (2013) wordt veel aandacht besteed aan de bescherming van de persoonlijke levenssfeer en het respect voor menselijke waardigheid. Artikel 23 en 24 van de Code (2013) suggereren dat journalisten het sensatiegehalte dienen te beperken:

Art. 23: De journalist respecteert het privéleven van personen en tast het niet verder aan dan noodzakelijk in het maatschappelijk belang van de berichtgeving. De journalist gaat in het bijzonder omzichtig om met mensen in een maatschappelijk kwetsbare situatie, zoals minderjarigen, slachtoffers van criminaliteit, rampen en ongevallen, en hun familie.

Art. 24: De journalist respecteert de menselijke waardigheid en tast ze niet verder aan dan noodzakelijk is in het maatschappelijk belang van de berichtgeving. De journalist vermijdt overdrijving bij het vrijgeven van beelden en/of details, ook wanneer de feiten de publieke opinie sterk beroeren. (Code van de Raad voor de Journalistiek, 2013, p.3)

Door de toegenomen concurrentie in het journalistieke veld zijn journalisten en cameramensen echter steeds verder gaan zoeken naar emotionele of schokkende beelden (Voets, 2013). In de ‘Richtlijn over de omgang van de pers met slachtoffers’ (2003) van de Raad voor de Journalistiek wordt van journalisten een grote terughoudendheid gevraagd wanneer het gaat om het verspreiden van foto’s en beelden van slachtoffers. Indien mogelijk moet de beeldjournalist verplicht toestemming vragen aan het slachtoffer om een opname te maken (Voets, 2013). Voorts is de regel dat beelden van dodelijke slachtoffers niet vrijgegeven worden. Hier bestaan echter wel enkele uitzonderingen op, zoals foto’s van op de openbare weg vermoorde publieke figuren (Pim Fortuyn, André Cools) of slachtoffers in het buitenland (slachtoffers van een tsunami). Volgens Voets (2013) bestaat er minder bedeesdheid bij journalisten wanneer de slachtoffers niet bekend zijn bij het eigen publiek. Bovendien zou de aanvaardbaarheidsmarge van slachtofferbeelden de laatste jaren verschoven zijn door de opgang van het internet en onder internationale druk (Voets, 2013). Zo komen beeldjournalisten vaak tegenover amateurfotografen te staan die zich niet laten leiden door beroepsethische overwegingen. Het is dan aan de redactie om de afweging te maken over het daadwerkelijke gebruik van zo’n dramatische amateurbeelden (Voets, 2013). Tot slot dienen journalisten extra voorzichtig te zijn met beelden van kinderen, gezien hun kwetsbaarheid.

Verschillende onderzoekers zijn het dan ook niet eens met de overvloed aan beelden over dood, geweld en lijden. Het gebruik van dergelijke foto’s is namelijk in strijd met ethische principes en wordt door Lester (1991) als onaanvaardbaar gezien. Ook Goss, Katz en Ruby (1988) stellen dat het tonen van beelden met slachtoffers die lijden indruist tegen de regels van de privacy. Wanneer beelden echter kunnen dienen als een uitnodiging om aandacht te schenken, na te denken en bij te leren over het massale lijden in de wereld als gevolg van gevestigde machten, dan zijn ze volgens Kaplan (2008) wel ethisch verantwoord.

1.4 Functie van dramatische beelden

Ongeacht journalistieke deontologie en ethiek is negativiteit een belangrijke nieuwswaarde (Galtung & Ruge, 1965) waardoor lezers, kijkers en luisteraars aandacht geven aan het medianieuws. Massamedia hebben de laatste decennia verschillende grote rampen gecoverd, zoals de terroristische aanslagen op 11 september, de orkaan Katrina, de tsunami

in 2004, de aardbeving in Japan en recent de tyfoon Hayan op de Filipijnen. Daarom lijkt het soms ook dat in de journalistieke wereld de principes ‘*goed nieuws is geen nieuws*’ en ‘*if it bleeds, it leads*’ heersen. Zo zullen moorden, zelfs kleinschalige, en oorlogen altijd sneller nieuws zijn dan bijvoorbeeld een gezondheidsprogramma dat miljoenen levens kan verbeteren (Gjelten, 2001). Journalisten vinden oorlog daarom niet ‘beter’, wel zien zij het als hun verantwoordelijkheid om de wereld te tonen wat elders gebeurt. Volgens Sontag (2003, p. 117) krijgen beelden de kritiek dat het een eenvoudige manier is om van op een veilige afstand toe te kijken op al het lijden in de wereld. Sontag (2003, 118) vindt echter niet verkeerd aan dit ‘opzij staan en nadenken’ over wat zich afspeelt in de realiteit. Het tonen van beelden, zowel dramatische als niet-dramatische, heeft ook een bepaalde functie. Hieronder worden vier redenen uiteengezet waarom men dramatische en schokkende beelden publiceert in nieuwsmedia.

1.4.1 Journalistieke plicht

Wanneer een ramp plaatsvindt, is een grote rol weggelegd voor massamedia. Zij hebben namelijk de verantwoordelijkheid om de buitenwereld te waarschuwen, de situatie te beschrijven, het publiek blijvend op de hoogte te houden en zelfs om hulp van individuen en de gemeenschap te stimuleren (Houston, Pfefferbaum & Rosenholtz, 2012). Het is de plicht van journalisten om informatie te verspreiden. Veel mensen richten zich dan ook vaak eerst naar de massamedia om informatie over de gebeurtenis te verkrijgen (Houston, e.a., 2012). Als mensen bepaalde verhalen niet willen zien, lezen of horen is dat volgens Woodruff (2001) hun eigen keuze.

1.4.2 Ondersteuning van het woord

Verder helpt een beeld bij het interpreteren van de tekst. Bovendien bepalen foto's in de krant of en hoe diepgaand een artikel gelezen wordt (Knobloch, Hastall, Zillmann & Callison, 2003; Zillmann, Knobloch & Yu, 2001). Wanneer een bericht een foto bevat heeft het een grote kans om ook effectief gelezen te worden, en wanneer die foto dramatisch en sensationeel is vergroot die kans nog meer. Volgens Gibson (1991) impliceert het gebruik van beelden in het algemeen twee belangrijke zaken. In de eerste plaats kunnen foto's soms beter verhalen vertellen dan woorden. Televisienieuws bestaat uit levende beelden, en

zowel beeld als geluid spreken de kijker aan. Beelden geven het nieuws een zekere authenticiteit (Brosius, Donsbach & Birk, 1996). Beelden creëren de illusie dat we ‘iets met onze eigen ogen gezien hebben’ (Mattenklott, Donsbach & Brosius, 1995). Verder representeren beelden in het nieuws niet alleen authenticiteit, maar communiceren ook actualiteit (Brosius, e.a., 1996). Bovendien geven ze de indruk dat de reporter bij het gebeuren aanwezig was, wat zorgt voor meer geloofwaardigheid. Door het samenspel van een hoge authenticiteit, hoge geloofwaardigheid en hoge actualiteit geven beelden aan het publiek de indruk dat het praktisch deelneemt aan de gebeurtenissen. (Epstein, 1973; Donsbach, Brosius & Mattenklott, 1993). Het feit dat veel mensen in staat zijn om situaties na lange tijd te visualiseren, toont ook de kracht en duurzaamheid van beelden (Dart Center for Journalism and Trauma, 2011). Zo kan waarschijnlijk iedereen zich het beeld herinneren van de twee vliegtuigen die in de WTC torens crashten, het symbool van terrorisme in de VS. Foto’s hebben de kracht om mensen te doen nadenken, mee te laten leven en in actie te doen schieten (Dart Center for Journalism). Zo visualiseert een foto de pijn van slachtoffers van een natuurramp, school shooting of oorlog. Hoewel ook een kwaliteitsvol nieuwsartikel sterke emoties kan opwekken, hebben foto’s vaak een nog grotere impact dan woorden alleen.

In de tweede plaats zijn volgens Gibson (1991) foto’s nodig om lezers aan te trekken tot de bijhorende tekst. Zo onderzochten Garcia en Stark (1991) op welke manier mensen een krant lezen. Uit de resultaten bleek dat de respondenten doorgaans eerst naar de grote foto’s keken op de pagina, en vervolgens naar de andere foto’s. Gemiddeld werd 75% van de foto’s op een pagina gescand. Hoe groter de foto, hoe meer aandacht dus. Bovendien benadrukten de onderzoekers dat aandacht voor foto’s niet noodzakelijk ook leidde tot het lezen van het bijhorende artikel. Ander onderzoek heeft aangetoond dat vooral emotionele beelden aandacht trekken (Calvo & Lang, 2004; Gibson, 1991; Zillmann, Knobloch, & Yu, 2009). Daarnaast bleek uit een aantal studies dat beelden van geweld en acute bedreigingen ook sterke fysiologische en affectieve reacties oproepen bij mensen (Bradley, Codispoti, Cuthbert, & Lang, 2001). Tot slot kunnen ook negatief nieuws en het gebruik van tabloid stijl meer aandacht en arousal teweegbrengen bij kijkers (cf. Grabe, e.a., 2000b, 2003; Vettehen, e.a., 2008) en brengt het ook een evaluatief aspect naar voren, namelijk plezier en voorkeur (Kamhawi & Grabe, 2008; Vettehen, e.a., 2008).

1.4.3 Aandachtstrekker

In de derde plaats is een foto een belangrijk middel om aandacht te trekken (Barnhurst, 1994; Garcia & Stark, 1991; Mendelson & Thorson, 2004, p. 474; Moses, 2001; Schaap & Pleijter, 2012; Stone, 1987). Zo heeft ook eye-trackingonderzoek vastgesteld dat foto's op de voorpagina's van kranten de voornaamste blikvanger zijn (Garcia & Stark, 1991). Dit proces vindt plaats doordat beelden de kracht hebben om het automatische aandachtssysteem in werking te stellen (Calvo & Lang, 2004; Lang, 2000, p. 61).

1.4.4 Beïnvloeding publieke opinie

Tot slot worden in bepaalde gevallen schokkende beelden ook gebruikt voor specifieke doeleinden (Sharkey, 1993). Zo zetten Amerikaanse media soms televisiebeelden van gevechtsoperaties in om kijkers te beïnvloeden. Door het uitlokken van een emotionele reactie zouden kijkers zich meer zorgen maken over de Amerikaanse militaire operaties, wat op zijn beurt een invloed zou hebben op de attitudes over de militaire aanwezigheid (Pfau, e.a., 2008). Een ander voorbeeld betreft maatschappelijke problemen zoals hongersnood. Lezen over kinderen in hongersnood doet pijn, maar het zien van beelden van uitgehongerde kinderen en hongerbuiken geeft een nog levendiger beeld van de situatie (Dart Center for Journalism and Trauma, 2011). Volgens Nisbett & Ross (1980) worden levendige boodschappen ook beter onthouden en hebben ze een sterke invloed op ons beoordelingsvermogen. Op die manier gebruikt men beelden om de wereld wakker te schudden.

1.5 Subjectiviteit en manipulatie

Foto's hebben het vermogen om mensen te beïnvloeden. Maar fotojournalistiek is echter geen volledig objectieve aangelegenheid (Dart Center for Journalism and Trauma, 2011). Zillman, Gibson en Sargent (1999) toonden in hun onderzoek aan dat foto's kunnen leiden tot verkeerde opvattingen over een bepaald onderwerp. Volgens deze onderzoekers zouden lezers van kranten zich sterk baseren op visuele inhoud om korte en lange termijn indrukken te vormen. Zo kan het gebruik van eenzijdige foto's een vertekende perceptie veroorzaken. Ook Gibson en Zillman (2000) stelden vast dat lezers een risico hoger inschatten wanneer

ze ook een waarschuwende foto bij het nieuwsbericht zagen. De aanwezigheid van een foto waarop een ziek slachtoffer van een specifieke etnische groep wordt afgebeeld, zal leiden tot een overdreven hoge inschatting van het risico op deze ziekte.

Foto's kunnen ook sensationeel en manipulatief zijn. Veranderingen, zelfs subtiele aangebracht aan een foto, kunnen bedoeld of onbedoeld meningen en interpretaties veranderen. Zo schreef Barry (1997) dat we biologisch afgestemd zijn om bepaalde aspecten van perceptie, zoals hoogte in vergelijking met breedte, te overschatten. Bovendien moet een fotojournalist ook beslissingen nemen over wat wel en niet in beeld komt. Dit selectieproces wordt doorgaans geleid door professionalisme en journalistieke ethiek. Rothstein (1974, p. 6) noemt dit eindresultaat "*the quality of truth and believability*".

Dat foto's niet misleidend mogen zijn staat ook vermeld in de 'Richtlijn over beeldbewerking en het gebruik van archiefbeelden' van de Vlaamse Raad voor de Journalistiek (2009). Hierin wordt benadrukt dat journalistieke beelden een weergave moeten zijn van de werkelijkheid en misleidende manipulaties dus onaanvaardbaar zijn. Dit betekent dat een (foto)journalist geen grote wijzingen met bijvoorbeeld *Photoshop* mag toebrengen op de beelden.

1.6 Beschermen of informeren?

Dramatische beelden in het nieuws kunnen leiden tot sterke fysiologische en affectieve reacties bij bepaalde individuen (Bradley, e.a., 2001; Dart Center for Journalism and Trauma, 2011; Sharkey, 1993). Zo kan iemand geconfronteerd worden met een versnelde hartslag en een hogere *arousal* als reactie op foto's met een bedreiging of geweld (Bradley, e.a., 2001). Bovendien zijn vooral kinderen extra gevoelig voor gruwelijke beelden, waardoor ze een bepaalde angst of een vertekend wereldbeeld kunnen ontwikkelen (O'Keefe & Reid-Nash, 1987; Wright, e.a., 1989). Daarnaast zeggen gezondheidsexperts gespecialiseerd in trauma dat nieuws over een traumatische gebeurtenis een impact kan hebben op het psychologische leven van sommige individuen (Dart Center for Journalism and Trauma, 2011). Welbepaald kunnen symptomen van een *posttraumatic stress disorder* jaren later terug opduiken wanneer men in het nieuws geconfronteerd wordt met beelden die verwijzen naar de schokkende gebeurtenis.

Maar moeten media er dan voor zorgen dat het publiek minder gruwelijke beelden te zien krijgt? Het dilemma dat hier dan rijst, is of gruwelijke beelden gepubliceerd moeten worden of dat men ze beter ‘geheim’ houdt voor het publiek (Silcock, e.a., 2008). Om die vraag te beantwoorden moeten journalisten met verschillende zaken rekening houden. In de eerste plaats dienen ze te balanceren tussen de verschillende plichten van redacteurs: de waarheid vertellen, het publiek niet beledigen en handelen als een vierde macht of waakhond (Silcock, e.a., 2008). Enerzijds hebben journalisten namelijk de verantwoordelijkheid om de waarheid te vertellen, en dat houdt volgens sommigen ook in dat ze de vreselijkheden van oorlog in beeld moeten brengen. Tegelijkertijd zijn ethici van mening dat journalisten ook de plicht hebben om medeleven te tonen (e.g., Sanders, 2003). Al deze plichten kunnen soms ook met elkaar in conflict komen te staan. Zo gaat het vertellen van de waarheid niet altijd samen met medeleven betuigen ten opzichte van slachtoffers en hun familie. Toch raden Smyth en Height (2003), twee journalisten van het Dart Center for Journalism and Trauma, fotojournalisten aan om elk slachtoffer met respect te benaderen. Daarnaast moet een fotojournalist zich, volgens de auteurs, ook telkens afvragen of gruwelijke en bloederige beelden wel belangrijk genoeg zijn om gepubliceerd te worden, en of de beelden niet te schokkend zijn voor de lezers of kijkers. Er zijn verschillende, al dan niet geoorloofde, redenen om een bepaald beeld achter te houden. Zo kan men een beeld niet tonen om het publiek te beschermen voor een gruwelijk beeld, om ethische redenen of om ideologische redenen zoals steun aan het beleid.

Matelski (1991) stelde dat journalisten ook rekening moeten houden met de wensen van het publiek. Waarheidsgetrouwe berichtgeving kan namelijk ook botsen met de verlangens van de lezers en kijkers. Sommige mensen gaan namelijk met opzet gruwelijke beelden vermijden. Uit een survey van het Pew Research Center (2004) bleek dat 70% van de ondervraagde Amerikanen het eens was met de terughoudendheid van de Amerikaanse media bij het tonen van de verkoolde resten van vier Amerikaanse aannemers op 31 maart 2004 in Fallujah, Irak. Slechts 7% was voorstander van meer expliciete beelden. Journalisten willen dus vermijden dat hun publiek gechoqueerd wordt en daardoor naar een ander medium overschakelt. Volgens Elliott en Lester (2000) kunnen journalisten hun controversiële beelden legitimeren wanneer deze beelden een algemeen probleem aankaarten waarbij visuele ondersteuning nodig is. Silcock en collega's (2008) concluderen dat de meest cruciale taak van een journalist is dat hij een balans moet zoeken tussen

enerzijds het beschermen van het publiek en anderzijds het volledig informeren van het publiek.

Opdat journalisten rekening kunnen houden met de voorkeuren van het publiek bij het al dan niet tonen van gruwelijke beelden, dienen we eerst deze voorkeuren te kennen. Communicatiewetenschappers die werken rond effectenonderzoek hebben reeds vastgesteld dat niet iedereen op dezelfde manier beïnvloed wordt door dezelfde boodschap, of foto in dit geval. Niet iedereen beschikt dus over dezelfde voorkeuren, en daarom is het nuttig een beter beeld te schetsen van enkele variabelen die deze voorkeur kunnen beïnvloeden. Het gaat daarbij niet enkel om demografische variabelen zoals leeftijd en geslacht, maar ook om een aantal psychologische variabelen die verschillen van individu tot individu. Persoonseigenschappen die mogelijk kunnen beïnvloeden in welke mate een individu beelden schokkend vindt of niet zijn bijvoorbeeld empathie, de attitude tegenover geweld en *fear of crime*. Op die manier kunnen we populaties identificeren die het moeilijk hebben met de publicatie van dramatische nieuwsfoto's. Maar om te beginnen bekijken we enkele theorieën die focussen op de verwerking en effecten van mediabeelden en bestuderen we een aantal typische kenmerken van dramatische beelden.

1.7 Theorieën

1.7.1 Limited Capacity Model

De *Limited Capacity Theory of Motivated Mediated Message Processing* stelt dat nieuwsconsumenten actief informatie verwerken, maar met beperkte cognitieve mogelijkheden (Lang, 2000). Volgens deze bekende informatieverwerkingstheorie hebben zowel vorm- als inhoudsaspecten van een mediaboodschap een invloed op het cognitieve systeem van de ontvanger. Wanneer we nieuws lezen of kijken, verwerken we informatie. Deze informatieverwerking gebeurt enerzijds gecontroleerd, waarbij we zelf kiezen hoe intensief we de boodschap verwerken en op welke aspecten we onze aandacht richten. Deze keuze hangt samen met de inhoud van de informatie, zoals bijvoorbeeld de persoonlijke relevantie van de boodschap. Anderzijds verwerken we informatie ook deels automatisch, waarbij bepaalde aspecten van een boodschap bepaalde automatische reacties in gang zetten. Deze elementen kunnen aandacht trekken en psychologische en fysiologische

arousal of opwinding genereren. Samen zijn *arousal* en aandacht in staat om het cognitieve systeem beter te doen focussen op een deel van de boodschap.

Volgen het Limited Capacity Model zijn er twee soorten stimuli die automatisch *arousal* opwekken (Vettehen, e.a., 2005). In de eerste plaats gaat het om *arousing content*. Dit is inhoud die aantrekkelijk is voor onze basisinstincten voortplanting en fysieke veiligheid, zoals boodschappen over rampen, geweld en seks (Lang, 2000, p. 49). In de tweede plaats zorgt ook *tabloid packaging* voor *arousal*. Dit duidt op vormelijke kenmerken die wijzen naar nieuwigheid of verandering, zoals onverwachte dingen.

Vettehen en collega's (2005) voegden echter nog een derde categorie toe van nieuwskenmerken die universeel voor aandacht en *arousal* zorgen. Daarbij gaat het om levendigheid of *vividness*. Een boodschap is levendig wanneer deze hetzij concreet, hetzij dichtbij is op een ruimtelijke, temporele of zintuiglijke manier (Vettehen, e.a., 2005; Nisbett & Ross, 1980, p. 45). Wanneer iets dichtbij of concreet is, impliceert het dikwijls een mogelijke bedreiging of een overlevingskans (Nisbett & Ross, 1980) en trekt dus de aandacht. Enerzijds biedt concrete informatie specifieke details over een situatie of persoon, in tegenstelling tot algemene informatie. Verschillende studies vonden dat concrete voorbeelden in het nieuws meer aandacht trekken (Aust & Zillmann, 1996; Gan, Hill, Pschernig, & Zillmann, 1996; Brosius & Bathelt, 1994). Zo zijn persoonlijke verhalen over bijvoorbeeld de buurjongen zonder werk concreter dan algemene informatie zoals maatschappelijke werkloosheid (Aust & Zillmann, 1996; Brosius & Bathelt, 1994). Anderzijds, wat betreft nabijheid, zijn boodschappen die betrekking hebben op het eigen land of het lokale ook levendiger dan buitenlands nieuws (Hjvard, 2000; Vettehen, e.a., 2005; Nuijten, 2007). Zo hebben beelden die het lijden tonen van een lokaal slachtoffer meer kans om sterkere reacties uit te lokken bij lezers, dan tragische beelden van mensen die aan de andere kant van de wereld wonen (Brown, 1987). Ook kan een gevoel van nabijheid in televisienieuws bereikt worden door cameratechnieken te gebruiken waardoor de illusie gewekt wordt dat men echt aanwezig is, zoals een bepaald camera-perspectief en sterk zoomen (Messaris, 1997, pp. 3).

Riddle (2013) gebruikt bijvoorbeeld de term 'levendig mediageweld'. Deze levendigheid of *vividness* heeft doorgaans drie kenmerken. Daarbij gaat het om informatie die gepresenteerd wordt op een manier die ten eerste emotioneel interessant is, ten tweede

concreet en tot de verbeelding sprekend en tot slot nabij is op een zintuiglijke, tijdelijke of ruimtelijke manier (Nisbett & Ross, 1980, p. 45). Levendige informatie is ook eenvoudiger op te merken, te begrijpen en te onthouden (Nisbett & Ross, 1980, p. 46). Bovendien zorgen levendige mediabeelden ook voor sterkere emotionele reacties in tegenstelling tot niet-levendige mediabeelden (Riddle, 2013). Wilkinson en Fletcher (1995) tonen in hun studie aan dat het aanwezige bloed in televisienieuws duidelijk een invloed heeft op de gepercipieerde emotionele impact van het verhaal. Met andere woorden, een beeld van een slachtoffer met veel bloed heeft een significant grotere emotionele impact (*excitement* en *activity*) dan hetzelfde beeld met weinig of geen bloed ($F(2, 111) = 3.06, p < .05$).

Vettehen en collega's (2005) onderzochten de aanwezigheid van sensationele en levendige beelden in Nederlands televisienieuws tussen 1995 en 2001. De onderzoekers kwamen tot de conclusie dat er tussen 1995 en 2001 een tendens was naar meer levendige beelden, in het bijzonder meer concrete en nabije beelden. Er bleken wel sterke verschillen tussen de onderzochte televisiekanalen (NOS, RTL en SBS) en de stijging van sensatie was slechts merkbaar op een beperkt aantal vormelijke aspecten. Schaap en Pleijter (2012) daarentegen legden hun focus op kranten in plaats van op televisienieuws. Zij bekeken via een kwantitatieve inhoudsanalyse het sensatiegehalte van foto's in Nederlandse kranten. Daaruit bleek dat het grootste deel van de foto's op de voorpagina's van Nederlandse kranten een sensationeel onderwerp bevatte. Daarbij kwam vooral de dimensie nabijheid vaak voor, met name foto's uit eigen land en close-ups. Bovendien stelden de onderzoekers vast dat populaire kranten significant sensationelere foto's op hun voorpagina publiceerden dan kwaliteitskranten. Er is echter één uitzondering waarbij ze niet verschillen, namelijk de keuze van het onderwerp. Schaap en Pleijter (2012) concluderen dat populaire kranten sensationelere foto's publiceren met betrekking tot vormaspecten en levendigheid, in de zin van meer expliciete emoties, close-ups en nabijheid.

1.7.2 Appraisal theory

Het nieuws bericht vaak over criminaliteit en geweld, en dus krijgen we geregeld ook te maken met bijhorende gewelddadige en gruwelijke beelden. Deze beelden kunnen bij sommige personen angstreacties uitlokken. Eén van de theorieën die dergelijke angstreacties verklaart is de *appraisal theory*. Deze theorie biedt een verklaring voor individuele verschillen in emotionele reacties op eenzelfde gebeurtenis (Riddle, 2012). Een

appraisal is de evaluatie en interpretatie van een situatie, een proces waarbij we de stimulus onderzoeken en de belangrijkheid ervan bepalen (Roseman, Antoniou, & Jose, 1996). Tijdens dit proces ontstaan onze emoties, welke op hun beurt gedrag (bv. weglopen) en fysiologische reacties (bv. zweten) kunnen beïnvloeden.

Volgens Scherer (1984) is de relevantie van de situatie een belangrijk deel van het *appraisal* proces. Om een emotionele reactie te ontwikkelen moet het individu de mate van persoonlijke relevantie van de situatie of stimulus bepalen. In de tweede plaats is ook nieuwigheid van belang. Dit is de mate waarin een stimulus plots, intens of onverwacht is. Nieuwe stimuli trekken sneller de aandacht, waardoor ze meer verwerking vragen (Scherer, 2001) en intensere emotionele reacties uitlokken, waaronder angst (Izard, 1977).

Volgens Bradley en collega's (2001) kunnen foto's van geweld en acute bedreigingen sterke fysiologische (bv. *arousal*) en affectieve reacties teweegbrengen. Naast dit algemene effect kunnen foto's echter ook bepaalde aspecten van een situatie benadrukken, die op hun beurt bepaalde emoties uitlokken (Iyer & Oldmeadow, 2006). Een foto die dus aandacht vestigt op een specifiek aspect van een gebeurtenis kan dus specifieke *appraisals* of evaluaties van een situatie naar voor brengen, die dan gepaard gaan met specifieke emoties. Zo bijvoorbeeld gaat een focus op het slachtoffer dikwijls gepaard met een gevoel van angst (Iyer & Oldmeadow, 2006).

1.7.3 Fear of crime

Fear of crime of angst voor criminaliteit is een emotionele reactie en wordt gekenmerkt door een gevoel van gevaar en angst (Garofalo, 1973). Het reflecteert de angst om slachtoffer te worden van criminaliteit, eerder dan de werkelijke kans om slachtoffer te worden (Hale, 1996). Hoewel de meeste literatuur de oorzaak van *fear of crime* bij massamedia legt (Gerbner & Gross, 1976), wijzen toch verschillende studies op het grote belang van individuele factoren die deze angst beïnvloeden (Klama & Egan, 2011).

1.7.3.1 Persoonlijkheidskenmerk

Fear of crime is in de eerste plaats een persoonseigenschap die beïnvloed wordt door individuele kenmerken zoals angst en depressie, een laag gevoel van controle, extraversie

en openheid (Klama & Egan, 2011). Verder suggereren culturele theorieën dat door het proces van socialisatie bepaalde overtuigingen, waarden en ideeën worden overgedragen op generaties. Op die manier kan ook *fear of crime* deel uitmaken van dat socialisatieproces (Liska & Baccaglioni, 1990).

De angst kan zich ook ontwikkelen wanneer men zelf al eens slachtoffer is geweest van criminaliteit of wanneer iemand uit de naaste omgeving slachtoffer is geworden (Smolej & Kivivuori, 2006). Bovendien zijn verschillende studies het erover eens dat vrouwen meer *fear of crime* rapporteren dan mannen (Ferraro, 1996; Fisher and Sloan, 2003; LaGrange and Ferraro, 1989; Stafford & Galle, 1984; Warr, 1984; Young, 1992). Dit verschil wordt deels verklaard door de grotere kwetsbaarheid van vrouwen voor seksuele misdrijven, waardoor deze angst voor verkrachting ook andere angsten voor criminaliteit verhoogt (Ferraro, 1996; Fisher and Sloan, 2003; Warr, 1984). Daartegenover rapporteren mannen meer dan vrouwen *altruistic fear of crime* (Snedker, 2006). Ook verschillen mannen en vrouwen in de persoon voor wie ze angst hebben (Warr & Ellison, 2000; Snedker, 2006). Zo drukken vrouwen meer angst uit voor hun kinderen (ouderlijke angst), terwijl mannen grotere angst rapporteren voor hun vrouwen (echtelijke angst).

1.7.3.2 Cultivatie-effect

Maar *fear of crime* kan echter ook beïnvloed worden door externe factoren zoals massamedia. Volgens de cultivatietheorie (Gerbner & Gross, 1976) wordt deze *fear of crime* versterkt door een hoge blootstelling aan televisie, en nieuws in het bijzonder (Romer, e.a., 2003). Deze theorie stelt dat een hoge blootstelling aan massamedia bepaalde attitudes creëert en cultiveert, die consistent zijn met het beeld dat de media van de realiteit schetsen, eerder dan met de realiteit zelf. Dit gradueel en cumulatief proces (Gerbner & Gross, 1976) komt tot stand doordat de media een bepaald beeld van de realiteit aanreiken, en door het herhaaldelijk blootgesteld worden aan dergelijke boodschappen zou men geleidelijk aan beginnen te geloven dat de echte wereld overeenkomt met de wereld gerepresenteerd in de media (Escobar-Chaves, e.a., 2005; Sparks, 2010, p. 174). Deze theorie werd reeds herhaaldelijk onderzocht met betrekking tot televisie-inhoud. Zo stelden Gerbner en Gross (1976) vast dat zware televisiekijkers, in vergelijking met lichte televisiekijkers, vaker een wereldbeeld hebben dat eerder aansluit bij de wereld gepresenteerd op televisie, dan bij de echte realiteit, onafhankelijk van de specifieke genres

of programma's waarnaar men kijkt (Gerbner & Gross, 1976). Hoewel er ook verschillende onderzoekers zijn die geen bewijs vinden voor de cultivatietheorie (Hirsch, 1981; Hughes, 1980), wordt de theorie door anderen wel bekrachtigd. Zo werd de cultivatiehypothese ook toegepast in meerdere contexten waaronder racisme (Gerbner, Gross, Morgan & Signorielli, 1980, p. 17), vervreemding (Morgan, 1986) en criminaliteit (Potter, 1993).

Wat betreft criminaliteit biedt de cultivatiehypothese een verklaring voor hoe beelden van geweld op televisie de perceptie van de kijker over gevaar in de wereld kan veranderen (Gerbner, e.a., 1980, p. 17). Zo stelden reeds verschillende studies vast dat de wereld op televisie veel gevaarlijker wordt weergegeven dan dat ze eigenlijk is (Gerbner & Gross, 1976; Potter, 1993). Op die manier kan veelvuldig televisiekijken *fear of crime*, of angst voor criminaliteit, in de hand werken (Potter, 1988). Dit zorgt ervoor dat mensen bang worden om bijvoorbeeld alleen over straat te lopen of schrik hebben om bestolen te worden. Bovendien kan niet alleen televisie, maar ook nieuws in het bijzonder *fear of crime* versterken. Romer en collega's vonden in 2003 dat het kijken naar televisienieuws positief gerelateerd was aan angst voor criminaliteit. Met andere woorden, een hoge blootstelling aan lokaal televisienieuws hing samen met de perceptie dat criminaliteit een ernstig probleem vormde. Ook Newhagen en Lewenstein (1992) pasten de cultivatietheorie toe op nieuwsberichtgeving, namelijk van de Loma Prieta aardbeving in 1989. De onderzoekers vonden dat een hoge blootstelling aan televisienieuws gepaard ging met hogere angst bij respondenten in de getroffen gebieden en een grotere schatting van de schade en verwoesting van de aardbeving. Dit terwijl het televisienieuws overladen was met beelden van schade en vuur afkomstig van eerder kleine gebieden. De onderzoekers stelden vast dat de mediaberichtgeving hogere niveaus van angst stimuleerde dan dat nodig was gezien de werkelijke draagwijdte van de ramp.

De originele cultivatiehypothese legt vooral de focus op het medium televisie, maar later vond men ook bij radio (Chiricos, Eschholz & Gertz, 1997), kranten (Grabe & Drew, 2007; Iyer & Oldmeadow, 2006; O'Keefe & Reid-Nash, 1987) en nieuwe media (Atkin, Jeffres & Neuendorf, 1997) een cultivatie van *fear of crime*. Grabe en Drew (1997) stelden in hun studie over het cultivatie-effect over verschillende media en mediagenres heen, dat de kracht van kranten niet onderschat mag worden. Ook Iyer en Oldmeadow (2006) pasten de cultivatietheorie toe op kranten, wat eveneens de focus is van deze masterproef. De onderzoekers gingen daarbij na wat de impact was van krantenfoto's van een bekende

kidnapping in 2004 (van de Britse burger Kenneth Bigley) op het publiek. Alle deelnemers kregen een korte samenvatting van de feiten waarbij de helft van de groep vervolgens ook gruwelijke beelden van de kidnapping te zien kreeg. Uit de resultaten bleek dat de deelnemers die werden blootgesteld aan de gruwelijke beelden significant meer angst ($M = 2.31$, $SD = 1.37$) ervoeren dan deelnemers die enkel een tekst te lezen kregen ($M = 1.42$, $SD = 1.37$).

1.7.3.3 *Gevolgen*

Angst zorgt voor vermijdingsgedrag en kan ervoor zorgen dat we onze levenswijze en sociale interacties aanpassen in functie van deze angst (Smolej & Kivivuori, 2006). In een studie van Smolej en Kivivuori (2006) hing het lezen van voorpagina's van sensatiekranten positief samen met vermijdingsgedrag van 'gevaarlijke' buurten. Respondenten die regelmatig de voorpagina's lazen, vermeden vaker een bepaalde buurt in hun omgeving omwille van *fear of crime*, dan andere respondenten. Dit effect was gelijkaardig bij mannen en vrouwen. Verder bleek ook de frequentie van het lezen van voorpagina's gerelateerd aan een grotere *fear of crime*. Hoe vaker een respondent de voorpagina's las, hoe meer hij zich zorgen maakte over het slachtoffer worden van criminaliteit. Dit was eveneens waar voor beide geslachten, hoewel het gerapporteerde angstniveau bij vrouwen dubbel zo hoog lag als bij mannen. Omdat dit een cross-sectionele studie was kunnen echter geen conclusies getrokken worden met betrekking tot causaliteit. De mogelijkheid dat mensen die bang zijn voor criminaliteit net meer voorpaginanieuws lezen, dient dus open te blijven.

1.7.4 **Desensitization**

Volgens de cultivatiehypothese cultiveren massamedia een beeld van de wereld als een gevaarlijke plek, waardoor dus *fear of crime*, of angst voor criminaliteit, gecreëerd of versterkt wordt. Sommige individuen gaan bijgevolg vermijdingsgedrag vertonen voor bepaalde situaties. De literatuur rond *desensitization* bekijkt 'de gewelddadige media' echter vanuit een ander perspectief. Deze theorie stelt dat personen die herhaaldelijk blootgesteld worden aan geweld, zowel in het echte leven als in de media, minder gevoelig kunnen worden voor gewelddadige stimuli. Iemand die bijvoorbeeld vaak naar gewelddadige films kijkt, kan na verloop van tijd minder gevoelig worden door gewelddadige scènes. Deze *desensitization* of verminderde gevoeligheid voor geweld

voltrekt zich doorgaans op twee vlakken: emotioneel en cognitief (Funk, Baldacci, Pasold & Baumgardner, 2004). Enerzijds is emotionele *desensitization* waarneembaar wanneer men gevoelloze emotionele reacties vertoont op situaties die normaal een sterke emotionele reactie zouden uitlokken. Anderzijds komt cognitieve *desensitization* voor wanneer men ervan overtuigd is dat geweld alledaags en onvermijdelijk is, in plaats van ongebruikelijk en ongewenst (Funk, e.a., 2004). Deze beide vormen van *desensitization* voor geweld zorgen ervoor dat men gewelddadig gedrag minder zal veroordelen of afkeuren. Thomas, Horton, Lippincott en Drabman deden in 1977 een experiment naar de invloed van blootstelling aan televisiegeweld op desensitization ten opzichte van echt geweld. In het eerste experiment zagen kinderen tussen acht en tien jaar oud een gewelddadige film, terwijl in het tweede experiment hogeschoolstudenten een nieuwsfragment te zien kregen over gewelddadige en agressieve rellen. De resultaten van de studie bevestigden de desensitization hypothese, waarbij herhaaldelijke blootstelling aan gewelddadige media-inhoud leidde tot een verminderde gevoeligheid voor gelijkaardige gewelddadige acties. Deze studie gaf dus bewijs voor het effect bij kinderen en jongvolwassenen, alsook de causaliteit.

Desensitization wordt vaak bekeken in het licht van bepaalde processen die hierdoor beïnvloed worden. Een voorbeeld van zo'n proces is de morele beoordeling van een situatie (Funk, e.a., 2004). Dit is een automatisch proces dat geactiveerd wordt wanneer de situatie vereist dat bepaalde normatieve overtuigingen onze gedragskeuzes zullen leiden (Guerra, Huesman & Hanish, 1995). Het proces van morele beoordeling bevat twee componenten, namelijk empathie en de attitude ten opzichte van geweld. Deze twee componenten verwijzen respectievelijk naar de emotionele en cognitieve *desensitization*. Hoe meer desensitization plaatsvindt, hoe meer de empathie zal dalen en hoe positiever de attitude tegenover geweld zal zijn (Funk, Buchman, Jenks & Bechtoldt, 2003). Empathie en de attitude tegenover geweld kunnen beïnvloed worden door blootstelling aan geweld in het echte leven of geweld in de media.

1.7.4.1 *Empathie*

Empathie is een emotie die van cruciaal belang is voor de morele evaluatie van situaties (Eisenberg, 2000). Bovendien speelt empathie ook een belangrijke rol bij reacties op nieuws (Hoffner & Levine, 2005; Zillman, Taylor & Lewis, 1998). Hoffner en collega's

(2009) stelden vast dat empathie positief geassocieerd bleek te zijn met interesse in nieuws en een selectieve blootstelling aan positieve nieuwsverhalen. Veel nieuws is daarentegen gericht op negatieve ervaringen van anderen. Daarbij wordt empathie gezien als de reactie van een individu op de geobserveerde ervaringen van anderen (Davis, 1994). Over het algemeen is men het erover eens dat empathie een multidimensionaal begrip is met zowel een cognitieve als een affectieve respons op de emotionele toestand van een andere persoon (Hoffner, e.a., 2009; Reniers, Corcoran, Drake, Shryane & Völlm., 2011). Zo is empathie enerzijds het begrip de ervaring van iemand anders (cognitief) en anderzijds het vermogen om de emotionele ervaring van de ander te beleven (affectief) (Reniers, e.a., 2011).

Empathie is een persoonlijkheidskenmerk en verschilt dus van persoon tot persoon (Hoffner, e.a., 2009; Leiberger & Anders, 2006). De emotie ontwikkelt zich als reactie op positieve socialisatie-ervaringen, zoals de mogelijkheid om anderen zich empathisch te zien gedragen en door feedback te krijgen over gedragskeuzes (Feshbach, 1997). Op die manier wordt de ervaring en uiting van empathie beïnvloed door zowel dispositionele factoren (de aangeboren neiging van een individu om emoties te ervaren) en situationele factoren buiten het individu (de mate waarin de andere affectie uit) (Eisenberg, Wentzel, & Harris, 1998).

Verder is ook geweld op het scherm een belangrijke beïnvloeder van empathie, door het *desensitizen* van kijkers voor de echte gevolgen van gewelddadige acties (Strasburger & Wilson, 2002). Videogames zijn bijvoorbeeld erg actief en creatief van aard, waardoor het spelen van gewelddadige videospelletjes een invloed kan hebben op empathische reacties. Funk en collega's (2003) onderzochten in een experiment de *desensitization* bij kinderen tussen 5 en 12 jaar, als gevolg van korte- en langetermijnblootstelling aan gewelddadige videogames. Dit werd gemeten via de twee componenten van de morele beoordeling, namelijk empathie en de attitude tegenover geweld. De kinderen moesten eerst een vragenlijst invullen over hoe vaak ze videogames spelen, hun voorkeur voor bepaalde genres. Daarbij werd ook hun reeds aanwezige empathie en hun attitude tegenover geweld gemeten. Daarna moest de helft van de kinderen een gewelddadig videospel spelen, en de andere helft een niet-gewelddadig videospel. Als het spel gedaan was werd de kinderen gevraagd om reacties te geven op beschrijvingen en tekeningen van alledaagse situaties (vb. *Sharon is waiting in line for the slide at the Discovery Zone. A child pushes in front of her.*). Deze reacties werden vervolgens gecodeerd volgens agressie en empathie. De onderzoekers stelden vast dat de reeds aanwezige empathie en attitude tegenover geweld

positief samenhangen met de beoordeling van situaties. Dit betekent dat hoe lager de reeds aanwezige empathie, hoe minder empathisch het kind reageerde op de situaties. Bovendien droeg langetermijnblootstelling aan gewelddadige videogames bij aan een lagere score op empathische reacties op de situaties. De kortetermijnblootstelling van het spelen van een gewelddadig videospel tijdens het experiment had daarentegen geen invloed op de beoordeling van de situaties. Dit suggereert dat langetermijnblootstelling aan gewelddadige videogames geassocieerd kan worden met desensitization in de zin van een verminderde empathie. Dit was echter een correlatieve studie, waardoor geen causaliteit vastgesteld kan worden. Het is even goed mogelijk dat kinderen met weinig empathie zich net aangetrokken voelen tot gewelddadige spelletjes. Ook andere studies bij kinderen (Barnett, Vitaglione, Harper, Quackenbush & Steadman, 1997; Funk, e.a., 2004; Sakamoto, 1994) en volwassenen (Thomas, e.a., 1977) bevestigen deze resultaten.

Omdat empathie een persoons-eigenschap is en dus verschilt van persoon tot persoon, merken we ook verschillen op tussen beide geslachten. Zo scoren in verschillende studies vrouwen significant hoger op empathie dan mannen (Baron-Chohen & Wheelwright, 2004; Eisenberg & Lennon, 1983; Hoffman, 1977; Jolliffe & Farrington, 2006; Reniers, e.a., 2011; Wilson & Musick, 1997). In een experiment (Groen, Wijers, Tucha & Althaus, 2013) waarbij empathie gemeten werd als reactie op foto's met een negatieve/neutrale/positieve waarde, kwam duidelijk naar voren dat vrouwen significant meer empathie rapporteerden dan mannen. Bovendien waren de vrouwelijke reacties sterker bij foto's met menselijke emoties, dan foto's zonder mensen, en ook bij foto's met negatieve emoties. Ook ander onderzoek vond via het meten van de hersenactiviteit dat vrouwen sterker reageren dan mannen bij het zien van pijnlijke situaties, en bijgevolg meer empathie vertonen (Han, Fan & Mao, 2008).

1.7.4.2 Attitude tegenover geweld

Een tweede belangrijk component in het proces van morele beoordeling zijn attitudes, en dan in het bijzonder de attitude tegenover geweld (Funk, e.a., 2003; 2004). Attitudes zijn een soort kennisstructuur: coherent, mentale structuren gebaseerd op ervaring die onze informatieverwerking en ons gedrag beïnvloeden (Dodge, 1993). De vorming van een attitude is het resultaat van een doelbewuste informatieverwerking of van een automatische en onbewuste inspanning (bijvoorbeeld via reclame) (Wegner & Bargh, 1998). Attitudes

tegenover geweld worden vaak beïnvloed door onder andere de attitudes van de ouders, de sociale klassen en de mate van blootstelling aan geweld in het echte leven en in de media (Rule & Ferguson, 1986).

Voor heel wat mensen komt geweld veel meer voor op het scherm, dan in het echt (Funk, 2003). Wanneer iemand herhaaldelijk wordt blootgesteld aan geweld, kan de attitude gevormd worden dat, in bepaalde situaties, geweld een geschikte manier is om conflicten op te lossen (Barkin, Kreiter, & DuRant, 2001). Het gevolg is dat mensen gaan denken dat geweld de norm is, en zo ongevoelig worden voor geweld in het echte leven (Bushman & Huesman, 2001). Zo zorgt het spelen van gewelddadige videogames er bijvoorbeeld voor dat de speler een sterkere pro-geweld attitude ontwikkelt, met als resultaat een verminderde gevoeligheid of *desensitization* voor geweld. (Funk, e.a., 2004). Verder vonden Barkin en collega's (2001) in hun studie dat adolescenten die veel blootgesteld waren geweest aan geweld, het rechtvaardig vonden om geweld te gebruiken als reactie op een vermeende aanval op hun eer. Individuen die regelmatig blootgesteld worden aan geweld, hetzij in de media, hetzij in het echte leven, ontwikkelen dus de attitude dat geweld 'niets speciaals' is.

1.7.5 Approach-avoidance theory

Ook de theorie van *approach-avoidance* wordt vaak gebruikt om reacties op emotie-uitlokkende prikkels te verklaren (Newhagen, 1998). Het is een interessant perspectief om sociale en persoonlijke processen te bekijken. Volgens de *approach-avoidance* theorie zijn reacties een soort aanpassingsmechanismen in een bedreigende omgeving. Daarbij dienen emoties als een reactiesysteem om het menselijk organisme aan te passen aan snelle en (mogelijk) bedreigende veranderingen in de omgeving (Frijda, 1988). Met andere woorden, emoties helpen ons om te gaan met bedreigende omgevingen door een adaptieve rol te spelen. De theorie onderscheidt twee soorten gedrag: enerzijds *approach motivation* of de motivatie om een bepaalde positieve stimulus te bereiken, en anderzijds *avoidance motivation* of de motivatie om een negatieve stimulus te vermijden.

Volgens een studie van Newhagen (1998) zorgen beelden die woede en angst uitlokken voor hoge *approach* scores, terwijl beelden die walging uitlokken gepaard gaan met een hoge score voor *avoidance*. De onderzoeker verklaart hiermee de populariteit van geweld als entertainment zoals actie, avontuur en horror, waarbij de kijker zich aangetrokken voelt

om beelden die woede en angst uitlokken, te benaderen. Aan de andere kant zal volgens Newhagen (1998) de kijker net sneller wegkijken van nieuws of andere beelden waarbij afbeeldingen worden getoond die walging uitlokken.

Volgens Andrew en Todd (2002) hangen deze beide motivaties samen met een aantal basisdimensies van iemands persoonlijkheid. Zo bestaat er een verband tussen de *approach motivation* en de persoonlijkheidskenmerken extraversie en positieve emotionaliteit (positieve levensvisie), terwijl *avoidance motivation* vaak gepaard gaat met mensen die hoog scoren op neuroticisme en negatieve emotionaliteit (negatieve levensvisie). De onderzoekers suggereren dat ook andere persoonlijkheidsdimensies mogelijk een sterke link kunnen hebben met het *approach-avoidance* onderscheid. Zo zou de variabele *sensation seeking* (Zuckerman, 1991) kunnen samenhangen met *approach motivation*. Zuckerman & Glicksohn (2013) hebben deze stelling bevestigd.

1.7.5.1 *Sensation seeking*

Het begrip *sensation seeking* werd geïntroduceerd door Zuckerman (1994; Zuckerman, Eysenck, & Eysenck, 1978) en steunt op de stelling dat individuen verschillen in hun behoefte aan *arousal*. Zuckerman (1994, p. 27) definieert *sensation seeking* als volgt: ‘Het zoeken naar gevarieerde, nieuwe, complexe en intense sensaties en ervaringen en de bereidheid om daar fysieke, sociale, wettelijke en financiële risico’s voor te nemen’. De mate waarin men daar behoefte aan heeft wordt door Zuckerman (1994) omschreven met de term *need for arousal*. Zo gaan mensen met een hoge *need for arousal* (*high sensation seekers*) steeds op zoek naar gevarieerde, nieuwe, complexe en intense sensaties en ervaringen, terwijl mensen met een lage *need for arousal* geen of minder nood hebben aan sensorische stimulatie. De *sensation seeking*theorie is een veel gebruikte theorie om onder andere de voorkeur voor actie en gewelddadige media (Hoffner & Levine, 2005) en voor stimulerende boodschappen (Palmgreen, Lorch, Donohew, Harrington, D’Silva & Helm, 1995) te voorspellen. Vooral tijdens de adolescentie is de *need for arousal* hoog (Lachlan & Westerman, 2007, p. 748).

Volgens het onderzoek van Grabe en collega’s (2000) kan ook een sensationele of tabloid stijl in het nieuws op twee manieren de *arousal* doen toenemen. In de eerste plaats kan

arousal beïnvloed worden door het onderwerp of de inhoud van het nieuws. Zo blijken geweld, rampen en seks *arousal* uit te lokken, terwijl onderwerpen als natuur en vergaderingen geen gelijkaardige *arousal* met zich meebrengen (Grabe, e.a., 2000). In de tweede plaats zijn er ook een aantal structurele kenmerken van nieuws die *arousal* generen bij het publiek. Het gaat dan bijvoorbeeld om bepaalde vormelijke kenmerken zoals het tempo, camerastandpunt en muziek.

Onderzoek naar *sensation seeking* stelt dikwijls vast dat adolescenten eerder een hoge *need for arousal* hebben, en dat dit afneemt wanneer men ouder wordt (Kleemans, Vettehen, Beentjes & Eisinga, 2012; Zuckerman, 1994; Zuckerman, Eysenck, & Eysenck, 1978). De studies tonen verder ook aan dat mannen hogere *sensation seekers* zijn in vergelijking met vrouwen. Zo werd al herhaaldelijk vastgesteld dat mannen meer behoefte hebben aan *arousal* dan vrouwen (Bagdasarov, Greene, Banerjee, Krcmar, Yanovitzky & Ruginyte, 2010; Zuckerman, e.a., 1978).

1.7.6 Socio-demografische variabelen en voorkeur voor negatief nieuws

1.7.6.1 Leeftijd

De leeftijd van een individu is vaak een belangrijke voorspeller van attitudes en voorkeuren, zoals bijvoorbeeld de voorkeur voor negativiteit in het nieuws en een sensationele nieuwsstijl. Zo onderzocht een Nederlandse studie (Kleemans, e.a., 2012) de voorkeur van televisiekijkers voor negatieve nieuwsthema's en het gebruik van tabloid stijl zoals flitsende beelden en geluidseffecten. Sommige nieuwsprogramma's gebruiken dergelijke strategieën om een groter kijkpubliek aan te trekken. De onderzoekers gingen via een experiment met 288 deelnemers na of deze voorkeuren voor negatief nieuws en tabloid stijl verschillen naargelang leeftijd en geslacht van de kijker. Uit de resultaten bleek dat jongere kijkers (18 – 26 jaar) een significant grotere voorkeur hebben voor negatieve inhoud en tabloid stijl in nieuwsberichten, dan volwassenen (30 – 50 jaar) en oudere (60 – 89 jaar) kijkers.

Gauntlett en Hill (1999) stelden de top 10 op van favoriete programma's bij vijftigplussers. Zij stelden vast dat de meeste programma's vrolijk en luchtig waren en niet veel geweld, seks of scheldwoorden bevatten. Voorts blijkt dat mensen jonger dan 50 jaar meer interesse

tonen in nieuws over criminaliteit en geweld dan de leeftijdsgroep boven 50 jaar (The Pew Research Center for the People & the Press, 2008). Bovendien zetten senioren ook sneller het televisienieuws uit wanneer er gewelddadige inhoud verschijnt (Klein, 2003).

1.7.6.2 *Geslacht*

Verskillende studies hebben aangetoond dat mannen en vrouwen op een andere manier omgaan met nieuws. De hierboven vermelde Nederlandse studie van Kleemans en collega's (2012) stelde bijvoorbeeld vast dat mannen een grotere voorkeur dan vrouwen hebben voor nieuws in tabloid stijl tegenover een neutrale nieuwsstijl. Slone (2000) en Klein (2003) vonden dat vrouwen meer dan mannen angst en bezorgdheid rapporteerden na het bekijken van negatief televisienieuws. Ook na gewelddadig televisienieuws ervoeren vrouwelijke, in tegenstelling tot mannelijke, kijkers meer angst en verdriet (Pfau, e.a., 2008). Bovendien toonden Grabe en Kamhawi (2006) aan dat vrouwen meer geprikkeld (*aroused*) waren door negatief nieuws, dan mannen. Deze laatste onderzoekers verklaarden hun bevindingen door te stellen dat de verzorgende rol van vrouwen ertoe leidt dat vrouwen negatieve stimuli liever vermijden. Mannen, die eerder een beschermende rol hebben, gaan die negatieve stimuli eerder actief opzoeken.

Pfau en collega's (2006) onderzochten de emotionele reacties op nieuwsfoto's van oorlogsslachtoffers van de Irakoorlog. 181 deelnemers werden willekeurig toegewezen aan één van de drie condities: foto met bijschrift, foto met het volledige artikel of het volledige artikel zonder foto. De drie condities werden nog eens onderverdeeld in twee verschillende onderwerpen: repatriëring van stoffelijke resten en de slag van Fallujah. De foto's waren telkens in kleur en slachtoffers werden duidelijk afgebeeld met bloed en doden vermoord door Amerikaanse troepen. De deelnemers moesten onder andere aanduiden in welke mate ze een bepaalde emotie voelden op een schaal van 0 tot 6. De emoties waren verrassing, verwarring, boosheid, verdriet en angst. In het algemeen lokten de foto's met bijschrift in het algemeen sterkere negatieve emoties uit dan een artikel zonder foto of een artikel met een foto. Maar ongeacht hoe de foto's werden gebracht was er een hoofdeffect van geslacht op emotie. Op alle vlakken ervoeren vrouwen sterkere emoties op de nieuwsfoto's dan mannen.

Cho en collega's (2003) onderzochten reacties op de nieuwsberichtgeving van de aanslagen op 9/11. De resultaten toonden aan dat de berichtgeving significant meer negatieve emoties uitlokte bij vrouwen dan bij mannen. De negatieve emoties waren dan boosheid, angst, ongemakkelijkheid en frustratie.

2 ONDERZOEKSVRAGEN EN HYPOTHESES

2.1 Evaluatie en publiceerbaarheid

Niet iedereen reageert op dezelfde manier op dezelfde boodschap, of in dit geval foto. Het gegeven dat sommige mensen angstreacties vertonen op gruwelijke foto's wordt vooral verklaard door de *appraisal theory*. Deze theorie biedt een verklaring voor individuele verschillen in emotionele reacties op eenzelfde gebeurtenis (Riddle, 2012). In deze masterproef ligt de focus op de evaluatie en publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's. We zullen onderzoeken in welke mate individuen deze nieuwsbeelden schokkend vinden.

OV 1 **In welke mate vindt een publiek dramatische nieuwsfoto's schokkend (evaluatie)?**

In de tweede plaats gaan we na of mensen vinden dat dramatische beelden gepubliceerd mogen worden in een nieuwsmedium. Daarbij gaan we na in welke mate de respondenten vinden dat dramatische nieuwsfoto's in een nieuwsmedium gepubliceerd mogen worden.

OV 2 **In welke mate vindt een publiek dramatische nieuwsfoto's geschikt voor publicatie (publiceerbaarheid)?**

Tot slot onderzoeken we of er een correlatie bestaat tussen de evaluatie van de nieuwsfoto en de publiceerbaarheid ervan.

OV 3 **Bestaat er een correlatie tussen de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's en de publiceerbaarheid ervan?**

2.2 Levendige kenmerken

Volgens Riddle (2013) leiden levendige mediabeelden tot sterkere emotionele reacties dan niet-levendige mediabeelden. Daarom kunnen we veronderstellen dat wanneer geweld

levendig gepresenteerd wordt, dit ook schokkend kan zijn. In dit opzicht zullen we onderzoeken of deze levendige kenmerken ook een sterkere evaluatie van het beeld uitlokken. Daarom werden vijf verschillende aspecten van levendigheid gedefinieerd om vervolgens vijf paren op te stellen van telkens twee contrasterende foto's. De vijf aspecten van levendigheid zijn: geografische nabijheid, zoomafstand, aard van de schade, leeftijd van het slachtoffer en explicietheid van de schade. Binnen deze aspecten werden telkens twee contrasterende kenmerken opgesteld. De eerste kolom bevat de levendige kenmerken, de tweede kolom de niet-levendige.

Foto 1	Geografisch dichtbij	↔	Foto 2	Geografisch veraf
Foto 3	Close-up	↔	Foto 4	Long shot
Foto 5	Menselijke schade	↔	Foto 6	Materiële schade
Foto 7	Jong slachtoffer	↔	Foto 8	Volwassen slachtoffer
Foto 9	Expliciete schade	↔	Foto 10	Impliciete schade

Op basis van deze opdeling verwachten we dat de levendige kenmerken, in tegenstelling tot het contrasterende niet-levendige kenmerk, zorgen voor een meer negatieve evaluatie van de nieuwsfoto (d.w.z. als schokkender beoordeeld).

OV 4 **Is er een verschil in de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's op basis van bepaalde kenmerken van levendigheid?**

2.3 Ethiek

Omdat journalisten vaak geconfronteerd worden met de moeilijke beslissing of een gruwelijk beeld met bijvoorbeeld ernstige menselijke schade in nieuwsmedia getoond zal worden of niet, dragen zij een grote maatschappelijke verantwoordelijkheid (Voets, 2013). Daarbij moeten journalisten steeds een afweging maken tussen enerzijds het recht van het publiek om zo veel en zo juist mogelijk te worden geïnformeerd, en anderzijds het recht van éénieder op bescherming van zijn privésfeer en persoonlijk leven (Voets, 2013). Met volgende onderzoeksvraag gaan we na hoe een publiek denkt over dit evenwicht.

OV 5 **Hoe staat een publiek tegenover het beschermen versus informeren van het publiek met betrekking tot dramatische nieuwsfoto's?**

Vervolgens gaan we ook na in welke mate de attitude tegenover journalistieke ethiek samenhangt met de mate van publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's.

OV 6 **In welke mate hangt de attitude tegenover journalistieke ethiek samen met de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's?**

2.4 Fear of crime

Fear of crime is een emotionele reactie en wordt gekenmerkt door een gevoel van gevaar en angst (Garofalo, 1973). Het reflecteert de angst om slachtoffer te worden van criminaliteit, eerder dan de werkelijke kans om slachtoffer te worden (Hale, 1996). Deze reactie is zowel een dispositionele eigenschap (Klama & Egan, 2011) als een gevolg van socialisatie (Liska & Baccaglini, 1990), eerdere ervaringen (Smolej & Kivivuroi, 2006) en externe factoren zoals mediagebruik (Gerbner & Gross, 1976). Verder is ook vastgesteld dat *fear of crime* in sommige gevallen kan leiden tot vermijdingsgedrag, zoals bijvoorbeeld het vermijden van bepaalde buurten of bepaalde sociale interacties (Smolej & Kivivuori, 2006).

Volgens de cultivatietheorie ontstaat of versterkt *fear of crime* meestal door een hoge blootstelling aan televisie in het algemeen (Gerbner & Gross, 1976), maar ook door nieuwsconsumptie in het bijzonder (Romer, e.a., 2003). Dit komt omdat media de wereld veel gevaarlijker weergeven dan ze eigenlijk is (Gerbner & Gross, 1976). Verschillende studies vonden een positief verband tussen nieuwsconsumptie en *fear of crime* (Romer, e.a., 2003; Newhagen & Lewenstein, 1992; Iyer & Oldmeadow, 2006). Vooraleer we nagaan of *fear of crime* samenhangt met de beoordeling van dramatische nieuwsfoto's zullen we onderzoeken of nieuwsconsumptie samenhangt met meer *fear of crime*.

H 1 **Nieuwsconsumptie hangt positief samen met *fear of crime*.**

Vervolgens wordt nagegaan of *fear of crime* een invloed heeft op de evaluatie en publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's. Zo zou het kunnen dat mensen met een hoge *fear of crime* vanwege hun angst dramatische foto's als schokkender beoordelen dan mensen met een lage *fear of crime*. Hieruit volgt dat deze individuen dramatische nieuwsfoto's liever niet in nieuwsmedia gepubliceerd zien. Volgende hypothesen testen deze mogelijkheden:

H 2 **Fear of crime correleert positief met evaluatie van dramatische nieuwsfoto's: personen met een hoge *fear of crime* vinden nieuwsfoto's schokkender dan personen met een lage *fear of crime*.**

H 3 **Fear of crime correleert negatief met de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's: personen een hoge *fear of crime* vinden nieuwsfoto's minder publiceerbaar dan personen met een lage *fear of crime*.**

Een van de meest consistente bevindingen in studies naar persoonlijke *fear of crime* is het grotere angstniveau gerapporteerd door vrouwen, in vergelijking met mannen (Ferraro, 1996; Fisher & Sloan, 2003; LaGrange & Ferraro, 1989; Stafford & Galle, 1984; Warr, 1984). Op basis van deze vaststelling verwachten we dat vrouwen de nieuwsfoto's ook als schokkender zullen beoordelen dan mannen. Vervolgens gaan we na of *fear of crime* de relatie tussen enerzijds geslacht en anderzijds evaluatie en publiceerbaarheid medieert.

H 4 **Vrouwen scoren hoger op *fear of crime* dan mannen**

OV 7 **Heeft *fear of crime* een invloed op de relatie tussen geslacht en de evaluatie van nieuwsfoto's?**

OV 8 **Heeft *fear of crime* een invloed op de relatie tussen geslacht en de publiceerbaarheid van nieuwsfoto's?**

2.5 Desensitization

Volgens de cultivatiehypothese cultiveren massamedia een beeld van de wereld als een gevaarlijke plek, waardoor *fear of crime* gecreëerd of versterkt wordt. Sommige individuen gaan bijgevolg vermijdingsgedrag vertonen voor bepaalde situaties. De literatuur rond *desensitization* volgt echter een ander pad. Deze theorie stelt dat wanneer mensen herhaaldelijk blootgesteld worden aan mediageweld, een verminderde gevoeligheid voor echt geweld en mediageweld kan optreden (Funk, e.a., 2004; Thomas, e.a., 1977). Op basis van deze bevinding zou het kunnen dat mensen die ongevoelig zijn voor geweld niet of minder snel geraakt worden door gruwelijke beelden. In het kader van dit onderzoek en op basis van deze bevindingen kan verondersteld worden dat wie vaak geconfronteerd wordt met gewelddadige media-inhoud, gewelddadige of dramatische foto's in de krant als minder schokkend zal ervaren dan mensen die niet vaak gewelddadige media-inhoud zien.

H 5 Personen die vaak geconfronteerd worden met gewelddadige media-inhoud (films, series en videogames), vinden dramatische nieuwsfoto's minder schokkend dan personen die niet zo vaak geconfronteerd worden met gewelddadige media-inhoud.

H 6 Personen die vaak geconfronteerd worden met gewelddadige media-inhoud (films, series en videogames), vinden dramatische nieuwsfoto's meer publiceerbaar dan personen die niet vaak geconfronteerd worden met gewelddadige media-inhoud.

Het zogenaamde proces van desensitization voor geweld is doorgaans zichtbaar op twee vlakken: emotioneel en cognitief (Funk, e.a., 2004). Op emotioneel vlak vertaalt zich dat in een verminderde empathie, op cognitief vlak in een meer positieve attitude ten opzichte van geweld. Met andere woorden hoe meer desensitization plaatsvindt, hoe meer de empathie zal dalen en hoe positiever de attitude tegenover geweld zal zijn (Funk, e.a., 2003).

Beide aspecten, empathie en de attitude tegenover geweld, verschillen van persoon tot persoon. Daarom is het ook interessant om beide kenmerken op zich te bekijken, los van

desensitization. Het lijkt dan ook nuttig om na te gaan in welke mate empathie en de attitude tegenover geweld al dan niet samenhangen met de beoordeling van schokkende foto's in de krant.

2.5.1 Attitude tegenover geweld

Individueen die regelmatig blootgesteld worden aan geweld, hetzij in de media, hetzij in het echte leven, ontwikkelen dus de attitude dat geweld 'niets speciaals' is. Op basis van deze bevindingen kunnen we veronderstellen dat individuen die een positieve attitude hebben tegenover geweld, schokkende beelden ook meer aanvaardbaar zullen vinden dan individuen die een negatieve attitude hebben tegenover geweld. In het kader van deze studie suggereren deze bevindingen het volgende:

H 7 De attitude tegenover geweld correleert negatief met de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's: personen die geweld meer aanvaardbaar vinden, beoordelen nieuwsfoto's minder schokkend dan personen voor wie geweld minder aanvaardbaar is.

H 8 De attitude tegenover geweld correleert positief met de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's: personen die geweld meer aanvaardbaar vinden, vinden nieuwsfoto's meer publiceerbaar dan personen voor wie geweld minder aanvaardbaar is.

2.5.2 Empathie

Empathie is de reactie van een individu op de geobserveerde ervaringen van anderen (Davis, 1994). Personen die een hoge mate van empathie bezitten zullen dus meer begrip hebben voor de ervaring van een ander (cognitief) en zich ook meer kunnen inleven in de emotionele ervaring van de ander (affectief) (Reniers, e.a., 2011). Maar empathie speelt ook een belangrijke rol bij reacties op nieuws (Hoffner & Levine, 2005; Zillman, Taylor & Lewis, 1998).

Op basis van deze bevindingen kunnen we verwachten dat individuen die hoog scoren op empathie zich meer zullen inleven in schokkende foto's, en deze dus als schokkender zullen beoordelen. Bovendien verwachten we dat deze mensen schokkende foto's dan ook als minder vatbaar voor publicatie zullen vinden.

H 9 Empathie (affectief en cognitief) correleert positief met de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's: personen die hoog scoren op empathie vinden nieuwsfoto's schokkender dan personen die laag scoren op empathie.

H 10 Empathie (affectief en cognitief) correleert negatief met de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's: personen die hoog scoren op empathie vinden nieuwsfoto's minder publiceerbaar dan personen die laag scoren op empathie.

Tot slot stelden reeds verschillende studies verschillen vast tussen mannen en vrouwen wat betreft empathie. Zo scoren vrouwen significant hoger op empathie dan mannen (Han, e.a., 2008; Reniers, e.a., 2011). Wanneer vrouwen hoger scoren op empathie, zou het kunnen dat vrouwen schokkende nieuwsfoto's als schokkender beoordelen dan mannen. Bovendien zou het kunnen dat vrouwen vinden dat schokkende nieuwsfoto's daarom minder publiceerbaar zijn.

H 11 Vrouwen scoren hoger op empathie (affectief en cognitief) dan mannen

OV 9 Heeft empathie een invloed op de relatie tussen geslacht en de evaluatie van nieuwsfoto's?

OV 10 Heeft empathie een invloed op de relatie tussen geslacht en de publiceerbaarheid van nieuwsfoto's?

2.6 *Sensation seeking*

Uit wetenschappelijk onderzoek blijkt dat de mate waarin een individu behoefte heeft aan sensatie en risico's, *sensation seeking* genoemd, sterk verschilt van persoon tot persoon. De mate waarin iemand daar behoefte aan heeft wordt aangeduid met de *need for arousal* (Zuckerman, 1994). Zo gaan mensen met een hoge *need for arousal* (*high sensation seekers*) vaak op zoek naar gevarieerde, nieuwe, complexe en intense sensaties en ervaringen, terwijl mensen met een lage *need for arousal* geen of minder nood hebben aan sensorische stimulatie (*low sensation seekers*). Volgens Grabe en collega's (2000) kan ook een sensationele of tabloid stijl in het nieuws op twee manieren de *arousal* doen toenemen. In de eerste plaats door het onderwerp of de inhoud van het nieuws, zoals geweld, rampen en seks. In de tweede plaats door structurele kenmerken van nieuws zoals het tempo, camerastandpunt en muziek. Op basis van deze theorie veronderstellen we dat mensen met een hoge *need for arousal* meer behoefte hebben aan intense beelden over geweld en rampen, en deze bijgevolg dan ook als minder schokkend en meer publiceerbaar beoordelen:

H 12 *Need for arousal* correleert negatief met de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's: personen met een hoge *need for arousal* vinden nieuwsfoto's minder schokkend dan personen met een lage *need for arousal*.

H 13 *Need for arousal* correleert positief met de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's: personen met een hoge *need for arousal* vinden nieuwsfoto's meer publiceerbaar dan personen met een lage *need for arousal*.

Studies tonen verder ook aan dat mannen hogere *sensation seekers* zijn in vergelijking met vrouwen. Zo werd al herhaaldelijk vastgesteld dat mannen meer behoefte hebben aan *arousal* dan vrouwen (Bagdasarov, e.a., 2010; Zuckerman, e.a., 1978). Aangezien *arousal* te vinden is bij intense prikkels, kunnen we verwachten dat mannen schokkende beelden minder schokkend en aanvaardbaarder om te publiceren vinden dan vrouwen.

- H 14** Mannen hebben een hogere *need for arousal* dan vrouwen.
- OV 11** Heeft *need for arousal* een invloed op de relatie tussen geslacht en de evaluatie van nieuwsfoto's?
- OV 12** Heeft *need for arousal* een invloed op de relatie tussen geslacht en de publiceerbaarheid van nieuwsfoto's?

2.7 Socio-demografische variabelen

2.7.1 Leeftijd

Uit een aantal studies blijkt dat ouderen (50-plussers) significant minder interesse hebben in gewelddadige televisieprogramma's, negatief nieuws, nieuws over criminaliteit en een sensationele nieuwsstijl dan jongeren (Gauntlett & Hill, 1999; Kleemans, e.a., 2012; Klein, 2003; The Pew Research Center for the People & the Press, 2008). Omdat gruwelijke nieuwsfoto's negatief en vaak ook gewelddadig nieuws weergeven en bloederige foto's een voorbeeld zijn van een sensationele nieuwsstijl, onderzoeken we volgende hypotheses:

- H 15** Leeftijd correleert negatief met de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's: hoe ouder, hoe meer schokkend de dramatische nieuwsfoto's beoordeeld worden.
- H 16** Leeftijd correleert negatief met de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's: hoe ouder, hoe minder publiceerbaar de dramatische nieuwsfoto's bevonden worden.

2.7.2 Geslacht

Verschillende studies hebben aangetoond dat mannen en vrouwen op een andere manier omgaan met nieuws. Zo ervaren vrouwen, in vergelijking met mannen, meer negatieve

gevoelens zoals angst als reactie op negatief nieuws (Cho, e.a., 2003; Pfau, e.a., 2006; Slone, 2000; Klein, 2003). Deze negatieve emoties zouden ervoor kunnen zorgen dat vrouwen schokkende beelden als minder aanvaardbaar zien dan mannen. Op basis van deze bevindingen kunnen we volgende hypothese stellen:

H 17 Mannen en vrouwen verschillen significant op de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's: vrouwen beoordelen de dramatische nieuwsfoto's als schokkender dan mannen.

H 18 Mannen en vrouwen verschillen significant op de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's: vrouwen vinden de dramatische nieuwsfoto's minder publiceerbaar dan mannen.

2.7.3 Kinderen

Een variabele die mogelijk invloed kan uitoefenen op de evaluatie en publiceerbaarheid van schokkende beelden in het nieuws is het hebben van kinderen. Hier was echter geen literatuur over terug te vinden, waardoor we geen richting van een verband kunnen voorspellen. Toch zullen we aan de hand van volgende onderzoeksvragen een mogelijk verschil onderzoeken:

OV 13 Is er een verschil tussen individuen met kinderen en individuen zonder kinderen wat betreft de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's?

OV 14 Is er een verschil tussen individuen met kinderen en individuen zonder kinderen wat betreft de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's?

2.8 Algemeen voorspellend model

Om na te gaan welke variabelen de grootste invloed uitoefenen op de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's zal een algemeen voorspellend model opgesteld worden. Met andere woorden, welke variabelen bepalen de evaluatie en publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's?

OV 15 **Welke variabelen verklaren de belangrijkste variantie in de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's?**

OV 16 **Welke variabelen verklaren de belangrijkste variantie in de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's?**

3 ONDERZOEKSAANPAK

3.1 Dataverzameling

3.1.1 Meetinstrument

Voor dit onderzoek werd gekozen om data te verzamelen aan de hand van een online vragenlijst (Bijlage 10). Een dergelijke gestandaardiseerde websurvey als meetinstrument heeft verschillende voordelen voor de datakwaliteit (Billiet & Waage, 2003, p. 291). De voornaamste reden is het gevoel van anonimiteit bij de respondent. Dit is een belangrijk aspect aangezien van de respondenten verwacht wordt dat ze hun eerlijke mening geven. Doordat de respondent niet telefonisch of face-to-face dient te antwoorden op de vragen, verwachten we dus een meer betrouwbaar antwoord. Een tweede voordeel is dat de respondent ook zelf kan beslissen wanneer hij/zij de tijd neemt om de enquête in te vullen. Bijgevolg kan dit ook rustig en geconcentreerd volbracht worden. Bovendien is een online survey tijdsbesparend, met een lage kostprijs. Een laatste voordeel van een online vragenlijst vindt men terug in de fase van de gegevensverwerking. Doordat de respondent zijn antwoorden rechtstreeks via de computer ingeeft, dienen deze niet meer handmatig door de onderzoeker ingegeven te worden. Dit zorgt voor een efficiënter onderzoek met minder kans op vertekening door kleine typfouten (Billiet & Waage, 2003, p. 287).

Een websurvey heeft echter niet alleen voordelen. Een belangrijk nadeel van deze methode is de lage responsgraad (Billiet & Waage, 2003, p. 289). Bovendien worden individuen zonder internettoegang uitgesloten van deelname. Ook de afwezige interactie tussen de onderzoeker en de respondent is nadelig. Verduidelijking geven, doorvragen, non-verbaal gedrag registreren of de volledigheid en adequaatheid van de informatie garanderen zijn slechts mogelijk in zeer beperkte mate (Billiet & Waage, 2003, p. 290).

3.1.2 Pilootstudie

Om de kwaliteit van de vragenlijst te testen werd een pilootstudie uitgevoerd met vijf deelnemers. Dit gebeurde eerst op papier en daarna via een online versie. Het doel van deze pre-test was nagaan of de beelden schokkend waren en of de vragen duidelijk geformuleerd

waren. Na deze pilootstudie werden nog enkele aanpassingen doorgevoerd om daarna tot een definitieve versie van de survey te komen.

3.1.3 Verspreiding

De vragenlijst werd opgesteld via Qualtrics en online beschikbaar gesteld op 25 maart 2014. De websurvey stond online tot en met 7 april 2014, een totaal van 13 dagen. De voornaamste manier om respondenten te bereiken, gebeurde via de techniek van de sneeuwbalsteekproef, waarbij de vragenlijst verspreid werd via e-mail, sociale netwerksites en fora. De weblink naar de enquête werd bijvoorbeeld verschillende malen gedeeld op Facebook, geplaatst in Facebookgroepen en op Facebookpagina's. Daarbij werd telkens gevraagd om de link door te sturen naar vrienden, familie, ouders en kinderen. Bovendien werden verschillende e-mails verzonden om ook personen te bereiken die op sociale media niet (zeer) actief zijn. Om de responsgraad te verhogen, werd bovendien gebruik gemaakt van een *incentive* die individuen zou motiveren om deel te nemen. Personen die de vragenlijst invulden maakten namelijk kans om een Fnacbon ter waarde van 15 euro te winnen.

3.2 Steekproef

De vragenlijst werd beschikbaar gesteld zonder enige leeftijdsbeperking. Op die manier konden respondenten uit verschillende leeftijdsgroepen met elkaar vergeleken worden. In totaal werd de websurvey 399 keer volledig ingevuld. Daarbovenop zijn 134 mensen aan de vragenlijst begonnen, zonder deze af te werken. Deze respondenten werden verwijderd. De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 29.56 jaar ($SD = 12.762$) en de mediaan ligt op 23 jaar. Daarbij bedraagt de minimumleeftijd 16 jaar en de maximumleeftijd 84 jaar. Van alle respondenten is 37% van het mannelijke geslacht, tegenover 63% van het vrouwelijke geslacht. Bovendien is 96.5% van Belgische afkomst, en 3.5% van Nederlandse afkomst. Één vierde van de respondenten (20.3%) heeft één of meer kinderen. Iets meer dan de helft (52.3%) studeert momenteel, bijna één derde (31.2%) heeft een voltijdse job en 6.5% werkt deeltijds. De overige respondenten zijn met pensioen (2.5%), werkloos (2.3%), arbeidsongeschikt (.8%), huisman of huisvrouw (1.8%), moeten nog starten met hun job (.8%) of geven een ander statuut aan (2.1%).

3.3 Metingen

In wat volgt worden de metingen van de enquête besproken. De vragenlijst bestond uit vragen die peilen naar empathie, attitude over geweld, nieuwsgebruik, *sensation seeking*, *fear of crime* en de evaluatie en publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's. Ten slotte werden ook gegevens verzameld over de voornaamste demografische kenmerken.

3.3.1 Sensation seeking

Om te meten hoe hoog individuen scoren op de variabele *sensation seeking* werd een gecontroleerde en aangepaste versie gebruikt van Arnetts (1994) 'Inventory of Sensation Seeking' (AISS). Haynes, Miles en Clements (2000) testten deze AISS op 822 respondenten en gingen via een factoranalyse de betrouwbaarheid van de schaal na. Daarbij concludeerden ze dat wanneer zeven items (als ik lang moet wachten, kan ik gewoonlijk toch geduldig blijven; ik hou niet van extreem gekruid eten; zelfs al zou ik het kunnen betalen, dan zou ik nog steeds nooit gokken; over het algemeen werk ik beter wanneer ik onder druk sta; ik zet vaak de tv op wanneer ik tegelijkertijd iets anders doe, zoals lezen of schoonmaken; op restaurant kan je best iets bestellen dat je kent; het zou interessant zijn om een auto-ongeval te zien gebeuren) van de oorspronkelijke schaal werden weggelaten, de betrouwbaarheid van de schaal steeg.

Voor deze studie zal dan ook de aangepaste versie van de AISS door Haynes en collega's (2000) gebruikt worden, mits één extra aanpassing. Om inhoudelijke redenen zal één door Haynes en collega's verwijderd item toch in de vragenlijst opgenomen worden. Het gaat om de stelling 'het zou interessant zijn om een auto-ongeval te zien gebeuren'. Omdat schokkende beelden niet zelden betrekking hebben op verkeersongevallen, kan het interessant zijn dit item te behouden. Verder zijn de items onder te verdelen in twee subschalen, namelijk nieuwigheid (vb. Het kan interessant zijn om met iemand van een ander land te trouwen) en intensiteit (vb. Ik kijk niet naar angstaanjagende of extreem spannende films). De respondenten moesten hun antwoord aanduiden op een 4-punt Likert schaal (1 = helemaal niet akkoord; 4 = helemaal akkoord). Tot slot zijn de items een eigen vertaling vanuit het Engels.

Om na te gaan of ook deze aangepaste schaal overeenkomt met de oorspronkelijke AISS, werden de data geanalyseerd aan de hand van een factoranalyse. Bovendien kunnen we met een factoranalyse nagaan welke variabelen onderscheiden kunnen worden. In het bijzonder betreft dit een Principal Component Analysis met een oblieke rotatie. Twee voorafgaande testen suggereren dat het zinvol is om een factoranalyse uit te voeren. Ten eerste bedraagt de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) measure .784. Dit betekent dat het een goed idee is om een factoranalyse uit te voeren, aangezien deze waarde groter is dan .7. Daarnaast is de Bartlett's test of Sphericity significant ($X^2(91) = 838.30, p < .001$). Dit wijst erop dat de R-matrix geen identity matrix is, met andere woorden de correlaties tussen de variabelen zijn voldoende groot.

SPSS weerhoudt in eerste instantie vier factoren met eigenvalues groter dan Kaiser's criteria van één. Samen verklaren ze 50.17% van de variantie. De scree plot vertoont een duidelijk knikpunt bij drie, wat dus suggereert dat het verstandig is om slechts twee componenten te behouden. Na een inhoudelijke analyse van de pattern matrix en omdat Haynes en collega's (2000) twee subschalen onderscheidde, besluiten we om ook verder te werken met twee factoren die in combinatie 35.18% van de variantie verklaren.

De eerste factor van de sensation seeking schaal is, net zoals bij Haynes en collega's (2000), intensiteit. Deze factor heeft een eigenwaarde van 3.31 en verklaart 23.6% van de variantie. Hierbij horen de volgende acht variabelen: 'Het lijkt me heel spannend om in een gevecht betrokken te zijn tijdens een oorlog', 'Ik kijk graag naar films met veel ontploffingen en achtervolgingsscènes met auto's', 'Het lijkt me interessant om een auto-ongeval te zien gebeuren', 'Wanneer ik naar een pretpark ga, verkies ik de spannende en snelle attracties', 'Ik hou van het gevoel van op grote hoogte helemaal op de rand te staan en dan naar beneden te kijken', 'Ik zet mijn muziek graag heel luid', 'Bij een uitstap kan je best zo weinig mogelijk op voorhand plannen en gewoon afwachten wat er gebeurt' en 'Ik kijk niet graag naar enge of extreem spannende films'. De schaal heeft een Cronbach's Alpha van .673 en is bijgevolg redelijk betrouwbaar. Bovendien stijgt de alpha-waarde niet als we een item zouden weglaten.

De tweede factor is nieuwigheid en heeft een eigenwaarde van 1.62 waarmee 11.57% van de variantie verklaard wordt. De volgende zes items horen bij deze factor: 'Het lijkt me interessant om met iemand van een ander land te trouwen', 'Ik vind het leuk en spannend

om voor een groep te spreken', 'Ik zou graag reizen naar verre en vreemde landen', 'Als het mogelijk zou zijn om gratis de maan of een andere planeet te bezoeken, zou ik dat zeker direct willen doe', 'Ik zou het leuk vinden om één van de eerste ontdekkers te zijn van een onbekend land' en 'Als het water heel koud is zwem ik liever niet, zelfs als het een heel warme dag is'. De schaal heeft een Cronbach's Alpha van .63 en is daarmee redelijk betrouwbaar. Bovendien stijgt de alpha-waarde niet opvallend wanneer we een item weglaten.

Opvallend is dat volgens bovenstaande analyse twee items ('Bij een uitstap kan je best zo weinig mogelijk op voorhand plannen en gewoon afwachten wat er gebeurt' en 'Als het water heel koud is zwem ik liever niet, zelfs als het een heel warme dag is') in een andere categorie geplaatst worden dan in het onderzoek van Haynes en collega's (2000). Wanneer we de items volledig conform Haynes en collega's' (2000) studie groeperen, zien we een daling van Cronbach's Alpha, Om die reden behouden we de factoren op basis van bovenstaande factor- en betrouwbaarheidsanalyse.

3.3.2 Attitude tegenover geweld

Om de attitude tegenover geweld te meten, wordt gebruik gemaakt van een aangepaste versie van de Attitude Toward Violence Scale (ATV). Deze ATV bestaat uit 20 items die Lonsway en Fitzgerald (1995) opgesteld hebben op basis van een meer uitgebreide schaal van 48 items van Velicer en collega's (1989). Lonsway en Fitzgerald (1995) kwamen bij hun versie van de ATV tot twee subschalen (interpersoonlijk geweld en geweld in andere domeinen), maar het recenter onderzoek van Davidson, Meghan en Gary (2012) kwam via een nieuwe analyse tot drie subschalen. De drie factoren bestaan uit 17 van de 20 items, namelijk Corporal Punishment (vb. Kinderen mogen geslagen worden wanneer ze een woedeaanval hebben), Crime and War (vb. Geweld moet bestraft worden met geweld) en Partner Violence (vb. Je mag je partner slaan wanneer hij/zij ontrouw is geweest). Drie van de originele 20 items (2, 3 en 9) scoorden niet op één van de drie factoren, maar waren wel geassocieerd met de algemene dimensie General Violence (vb. De doodstraf moet deel uitmaken van de strafwet). Om inhoudelijke redenen zullen voor deze studie de dimensies Corporal Punishment en Partner Violence buiten beschouwing worden gelaten. We zullen dus werken met de subschalen Crime and War en General Violence. De items zijn enkel op een positieve manier geformuleerd en worden beoordeeld op een 7-punt Likert schaal van

(1) helemaal niet akkoord tot (7) helemaal akkoord. De vragenlijst is een eigen vertaling uit het Engels.

Na de dataverzameling voor dit onderzoek werd een factoranalyse, specifiek een Principal Component Analysis met oblieke rotatie, uitgevoerd met de variabelen. De KMO measure bedraagt .79 en de Bartlett's Test of Sphericity is significant ($p < .001$), dus het is goed om een factoranalyse toe te passen. In de eerste plaats onderscheidt SPSS drie factoren met een eigenwaarde groter dan één, die in combinatie 59.32% van de variantie verklaren. Als we naar de scree plot kijken zien we een zeer duidelijke knik bij twee, wat suggereert dat er maar één factor onderscheiden kan worden. Bovendien, wanneer we de tien items verdelen over drie factoren, zullen dat telkens erg kleine subschalen zijn. Als we de variabelen opdelen in twee factoren naargelang het model van de twee subschalen van Davidson en collega's (2012), dan is de Cronbach's alpha van één schaal te laag (.446). Daarom, en ook om inhoudelijke redenen, beslissen we om voor één factor te kiezen met tien items. Daarbij bedraagt de Cronbach's alpha .77. Bovendien vindt er geen daling plaats van dit cijfer wanneer één van de items verwijderd wordt. De schaal 'attitude tegenover geweld' bestaat dus uit volgende tien items: 'Oorlog is soms noodzakelijk', 'Het doden van burgers maakt onvermijdelijk deel uit van oorlog', 'De overheid moet gewapende soldaten sturen om een gewelddadige opstand in een universiteit onder controle te houden', 'Ons nationaal leger moet agressief zijn in andere landen', 'De doodstraf moet deel uitmaken van de strafwet', 'Een gevangene verdient het om mishandeld te worden door andere gevangenen in de gevangenis', 'Geweld moet bestraft worden met geweld', 'Elk land moet steeds klaarstaan met een sterk leger', 'Ons land heeft het recht om haar grenzen krachtig te bewaken' en 'De productie van wapens is noodzakelijk'.

3.3.3 Empathie

Om de mate van empathie vast te stellen, werd gebruik gemaakt van de Basic Empathy Scale (BES) van Jolliffe en Farrington (2006). De schaal bevat 20 items die zowel het cognitieve (vb. Ik begrijp de vreugde van een vriend(in) wanneer iets goed ging) als het affectieve (vb. De emoties van mijn vrienden hebben niet zoveel invloed op mij) aspect van empathie meten. De beoordeling gebeurt op een Likert schaal van 1 (helemaal niet akkoord) tot 5 (helemaal akkoord).

Na de dataverzameling werd via een betrouwbaarheidsanalyse de interne consistentie van beide schalen (cognitief en affectief) nagegaan. De subschaal affectieve empathie had een Cronbach's alpha van .80. Dit betekent dat de schaal betrouwbaar is. Ze bestaat uit volgende elf items: 'De emoties van mijn vrienden hebben niet zoveel invloed op mij', 'Nadat ik bij een vriend(in) ben geweest die verdrietig was, voel ik me vaak ook verdrietig', 'Ik word bang als ik de personages in een heel enge film zie', 'Ik kan me gemakkelijk inleven in de emoties van andere mensen', 'Ik word niet verdrietig als ik andere mensen zie huilen', 'De gevoelens van andere mensen kunnen me niet veel schelen', 'Ik word vaak verdrietig wanneer ik triestige dingen zie op tv of in een film', 'Wanneer ik iemand zie die boos is, dan heeft dat geen invloed op mijn eigen gevoelens', 'Als ik bij vrienden ben die bang zijn, word ik meestal ook bang', 'Ik word vaak meegesleept in de gevoelens van een vriend(in)' en 'Het doet me niets wanneer een vriend(in) ongelukkig is'.

Vervolgens werd ook een betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd voor de subschaal cognitieve empathie. De Cronbach's alpha bedroeg .71, wat betekent dat de schaal voldoende betrouwbaar is. De analyse toont echter aan dat wanneer één item (Ik vind het moeilijk om te zien als mijn vrienden bang zijn) verwijderd wordt, de Cronbach's alpha aanzienlijk stijgt tot een waarde van .79. Omdat dit een redelijk grote stijging van de betrouwbaarheid betreft, zullen we dit item niet verder opnemen in de schaal. De subschaal cognitieve empathie bestaat dan nog uit volgende acht items: 'Ik begrijp de vreugde van een vriend(in) wanneer iets goed ging', 'Wanneer iemand anders verdrietig is, kan ik meestal begrijpen hoe hij/zij zich voelt', 'Meestal valt het me op wanneer mijn vrienden bang zijn', 'Vaak begrijp ik hoe iemand zich voelt, nog voor hij/zij het me vertelt', 'Meestal zie ik wanneer mensen goed gezind zijn', 'Ik merk snel op wanneer een vriend(in) boos is', 'Meestal ben ik me niet bewust van de gevoelens van een vriend(in)' en 'Ik vind het moeilijk om te zien wanneer mijn vrienden gelukkig zijn'.

3.3.4 Fear of crime

De vragen die peilen naar de *fear of crime* van respondenten zijn afkomstig van Farrall, Bannister, Ditton en Gilchrist (1997). Hoewel de onderzoekers pleitten voor triangulatie van methodes, namelijk kwalitatief en kwantitatief, was dit voor deze masterproef praktisch niet haalbaar. We hebben daarom enkel de kwantitatieve vragen van Farrall en collega's

(1997) overgenomen. Daarbij werd bijvoorbeeld gevraagd ‘Hoeveel zorgen maakt u zich om volgende dingen die zouden kunnen gebeuren?’. Respondenten dienden dan op een schaal van één (helemaal geen zorgen) tot vier (heel veel zorgen) aan te duiden hoeveel zorgen ze zich maakten over bijvoorbeeld inbraak, bestolen worden, verkracht worden, brand, oorlog, enzovoort. Men kon kiezen tussen ‘helemaal geen zorgen’, ‘een beetje zorgen’, ‘tamelijk wat zorgen’ en ‘heel veel zorgen’. Verder werd ook gevraagd hoeveel keer men de afgelopen vijf jaar slachtoffer is geworden van de vermelde criminele feiten, hoe groot men de kans inschat dat men slachtoffer wordt en hoe veilig men zich voelt in zijn buurt wanneer het donker is.

Voor de vraag ‘Hoeveel zorgen maakt u zich om volgende dingen die zouden kunnen gebeuren?’ met tien items werd een factoranalyse uitgevoerd om na te gaan of er subschalen onderscheiden konden worden.. In het bijzonder ging het om een Principal Component Analysis met oblieke rotatie. In eerste instantie bedraagt de KMO measure .90 en de Bartlett’s Test of Sphericity is significant ($p < .001$). Het is dus goed om een factoranalyse toe te passen. SPSS onderscheidt hierbij twee factoren met een eigenwaarde groter dan één, die in combinatie 61.52% van de variantie verklaren. Daartegenover toont de scree plot een buigpunt op waarde twee, wat aangeeft dat we best met slechts één factor kunnen werken. Na een inhoudelijke beschouwing van de factoranalyse besluiten we om toch verder te werken met twee componenten. In de items zien we namelijk een verschil tussen enerzijds angst voor criminaliteit en anderzijds angst voor ziekte en dood.

De eerste factor is angst voor criminaliteit en heeft een Cronbach’s alpga van .88. Dit is een hoge waarde, wat betekent dat de schaal zeer betrouwbaar is. Volgende zes items maken deel uit van de factor: ‘Het slachtoffer worden van criminaliteit of geweld’, ‘Iemand die in uw huis zal inbreken en dingen zal stelen of vernietigen’, ‘Iemand die uw voertuig zal stelen of vernietigen’, ‘Iemand die uw huis (vanbinnen of vanbuiten) zal vandaliseren’, ‘Iemand die u zal beroven’ en ‘Iemand die u zal aanranden’.

De tweede factor betreft angst voor ziekte, dood en ongevallen en heeft een Cronbach’s alpha van .73. Dit is iets minder hoog dan de andere schaal, maar wijst nog steeds op een betrouwbare schaal. Volgende vier items vallen hieronder: ‘Heel ziek worden’, ‘Betrokken zijn bij een verkeersongeluk’, ‘Brand in huis’ en ‘Het uitbreken van een oorlog in Europa’.

3.3.5 Mediagebruik

Verder werd er ook gepeild naar het mediagebruik van de respondenten. In het bijzonder werden vragen gesteld over het volgen van het nieuws, algemeen mediagebruik en mediagebruik met gewelddadige inhoud. De eerste vraag peilde naar hoe belangrijk men het vindt om het nieuws te volgen. Daarna werd een lijst aangereikt met allemaal mogelijke manieren om het nieuws te volgen. Daar kon de respondent aanduiden via welke media hij of zij voornamelijk op de hoogte blijft. Vervolgens waren er vier aparte vragen over hoe vaak men gemiddeld per week nieuws- en actualiteitenprogramma's via de televisie, krant, radio en internet volgt. Daarbij diende men aan te duiden (behalve wie bij de vorige vraag 'nooit' aanduidde) hoe vaak men dan per dag tijd besteedt aan dat bepaalde nieuwsmedium. Het volgende deel vragen handelde over het algemene mediagebruik van de respondent. Daarbij werd gevraagd hoeveel men op een gemiddelde weekdag, gemiddelde zaterdag en gemiddelde zondag televisie kijkt. Tot slot waren er nog enkele vragen over mediagebruik met een gewelddadige inhoud. Daarbij diende de respondent aan te duiden hoe vaak hij of zij naar films kijkt met als genre actie, horror, oorlog, thriller en gevecht, en hoe vaak hij of zij gewelddadige videospelletjes speelt.

3.3.6 Nieuwsfoto's

De nieuwsfoto's werden geselecteerd op basis van een aantal kenmerken van levendigheid. Deze kenmerken zijn afkomstig uit het onderzoek van Schaap en Pleijter (2012). De onderzoekers gebruikten elf kenmerken voor de operationalisatie in hun inhoudsanalyse van voorpaginafoto's van Nederlandse kranten. Ieder kenmerk hield verband met één van de drie soorten stimuli die *arousal* opwekken (*arousing content*, *tabloid packaging* en levendigheid). In dit onderzoek gebruiken we echter enkel de kenmerken die verband houden met levendigheid. Levendigheid bestaat uit twee dimensies: concreetheid en nabijheid. Concreetheid kenmerkt zich door expliciete emoties, burgerslachtoffers en personalisatie. Nabijheid is terug te vinden in close-ups en foto's uit het eigen land (in tegenstelling tot uit het buitenland). We gebruiken volgende zes elementen uit het onderzoek van Schaap en Pleijter (2012): emoties, personalisering, burger, close-up, land en portret.

Vervolgens werd gezocht naar dramatische nieuwsfoto's via Google, nieuwssites, kranten en suggesties uit de omgeving. Door bijvoorbeeld het zoeken naar recente rampen via Google werden verschillende foto's geselecteerd. Ook opmerkingen van vrienden en kennissen over specifieke schokkende beelden in de krant dienden als input voor het verzamelen van het stimulusmateriaal. Er werd geprobeerd om de zes dimensies uit het onderzoek van Schaap en Pleijter (2012) terug te vinden in de foto's. Daarnaast was het ook de bedoeling om vijf paren op te stellen van telkens twee contrasterende foto's. In de eerste plaats werden de vijf onderscheidende aspecten gedefinieerd, namelijk geografische nabijheid, zoomafstand, aard van de schade, leeftijd van het slachtoffer en explicietheid van de schade. Binnen deze aspecten werden telkens twee contrasterende kenmerken bepaald:

Foto 1	Geografisch dichtbij	↔	Foto 2	Geografisch veraf
Foto 3	Close-up	↔	Foto 4	Long shot
Foto 5	Menselijke schade	↔	Foto 6	Materiële schade
Foto 7	Jong slachtoffer	↔	Foto 8	Volwassen slachtoffer
Foto 9	Expliciete schade	↔	Foto 10	Impliciete schade

Tot slot werden een aantal geselecteerde foto's voorgelegd aan enkele personen ter evaluatie. Op basis van alle verzamelde gegevens zijn dan tien definitieve foto's gekozen die dienden als stimulusmateriaal (Bijlage 9). Alle foto's werden tussen 2007 en 2014 gepubliceerd in Vlaamse en/of Nederlandse nieuwsmedia. Hoewel dit onderzoek geen gecontroleerd experiment is, werd er toch een inspanning geleverd om binnen elk paar de foto's zo min mogelijk te laten variëren op andere kenmerken dan het gekozen aspect. Maar omdat iedere nieuwsfoto verschilt van tijd en plaats, kon hier natuurlijk niet volledig aan voldaan worden.

3.3.7 Journalistieke ethiek

De reeks vragen over journalistieke ethiek is een zelf samengestelde schaal met items opgesteld op basis van de literatuurstudie. Enkele voorbeelden van stellingen zijn 'Kranten die bepaalde foto's niet publiceren omdat ze te schokkend zijn, houden informatie achter' en 'Foto's van gewonde slachtoffers zijn een schending van de privacy'. De items worden beoordeeld op een Likertschaal van 1 (helemaal niet akkoord) tot 4 (helemaal akkoord).

Om deze veertien items over ethiek te reduceren tot een beperkt aantal factoren wordt er een factoranalyse uitgevoerd van de schaal. In het bijzonder betreft dit een Principal Component Analysis met een oblieke rotatie. Twee voorafgaande testen suggereren dat het zinvol is om een factoranalyse uit te voeren. Ten eerste bedraagt de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) measure .83. Dit betekent dat het een goed idee is om een factoranalyse uit te voeren, aangezien deze waarde groter is dan .7. Daarnaast is de Bartlett's test of Sphericity significant ($X^2(9) = 1613.07, p < .001$). Dit wijst erop dat de R-matrix geen identity matrix is, met andere woorden de correlaties tussen de variabelen zijn voldoende groot.

SPSS weerhoudt in eerste instantie vier factoren met eigenvalues groter dan Kaiser's criteria van één. Samen verklaren ze 59.24% van de variantie. De scree plot vertoont twee buigpunten die suggereren dat het verstandig is om twee of drie componenten te weerhouden. Op basis van inhoudelijke redenen beslissen we om toch verder te werken met drie factoren. Bovendien scoort één item (Over het algemeen vind ik foto's minder schokkend dan bewegende beelden) op geen enkele factor. Daarom beslissen we om dit item niet verder op te nemen.

De eerste factor betreft 'recht op bescherming van het publiek'. De schaal heeft een eigenwaarde van 4.39 en verklaart daarmee 31.32% van de variantie. Volgende vijf items behoren hiertoe: 'Journalisten moeten rekening houden met de mening van het publiek bij het publiceren van schokkende beelden', 'Ik kan niet goed tegen bloed en wonden' en 'Journalisten mogen in sommige gevallen hun foto's fotoshoppert wanneer deze te schokkend zijn (bijvoorbeeld een afgescheurd ledemaat op de grond wegdoen)', 'Ik vind dat er soms te schokkende foto's in de krant staan' en 'Lezers moeten beschermd worden voor te schokkende beelden'. Deze schaal heeft een Cronbach's alpha van .596. Wanneer één item (Ik kan niet goed tegen bloed en wonden) verwijderd wordt, dan stijgt de waarde van Cronbach's alpha naar .607. Omdat dit item inhoudelijk ook afwijkt van de andere items, verwijderen we dit uit de schaal. De schaal met vier items is nu betrouwbaar. De gemiddelde score op deze schaal is 2.35 (SD = .55) op 4. Maar omdat de gemiddelde score zich tussen 2 (eerder niet akkoord) en 3 (eerder wel akkoord) bevindt, kunnen we stellen dat men over het algemeen geen uitgesproken mening heeft over de stelling dat journalisten het publiek moeten beschermen voor schokkende beelden.

De tweede schaal heet ‘recht op informatie’ en heeft een eigenwaarde van 1.71. Daarmee wordt 12.23% van de variantie verklaart. Volgende zes items behoren tot deze factor: ‘Schokkende beelden zijn nodig om de wereld wakker te schudden.’, ‘Ik heb het recht te weten wat er gebeurt in de wereld, dus ik wil ook de schokkende beelden zien.’, ‘Ik verkies een artikel met foto’s boven een artikel zonder foto’s’, ‘Het is de plicht en verantwoordelijkheid van journalisten om de waarheid te vertellen, en dus ook schokkende beelden te tonen’, ‘Een beeld zegt meer dan woorden’ en ‘Kranten die bepaalde foto’s niet publiceren omdat ze te schokkend zijn, houden informatie achter’. Deze schaal heeft een Cronbach’s alpha van .79 en is daarmee zeer betrouwbaar. De gemiddelde score op deze schaal bedraagt 2.95 (SD = .53) op 4. Dit betekent dat men over het algemeen ‘eerder wel akkoord’ is met de stelling dat journalisten geen informatie mogen achterhouden.

De derde factor is ‘recht op privacy’ en bestaat slechts uit twee items: ‘Foto’s van gewonde slachtoffers zijn een schending van de privacy’ en ‘Foto’s van dodelijke slachtoffers zijn een schending van de privacy’. De factor heeft een eigenwaarde van 1.15 en verklaart 8.12% van de variantie. De Cronbach’s alpha bedraagt .848 en is dus ook erg betrouwbaar. Gemiddeld geven de respondenten op deze schaal een score van 2.65 (SD = .73) op 4. Ook hier situeert de gemiddelde score zich tussen 2 (eerder niet akkoord) en 3 (eerder wel akkoord). Men staat over het algemeen dus redelijk neutraal tegenover de stelling dat men foto’s van doden en gewonden een schending zijn van de privacy.

3.3.8 Algemene vragen

Tot slot werd nog gepeild naar enkele demografische factoren van de respondenten. Zo werden er vragen gesteld naar geslacht, geboortedatum, opleiding, nationaliteit en het hebben van kinderen.

3.4 Analysemethoden

De gegevens van deze masterproef werden geanalyseerd aan de hand van het statistisch dataverwerkingsprogramma SPSS. Het eerste deel van de resultaten werd bekomen door gebruik te maken van descriptieve statistieken zoals kruistabellen en correlaties. Om de

onderzoeksvragen te analyseren werd gebruik gemaakt van correlaties, meervoudige hiërarchische regressie, ANOVA, ANCOVA en Mann-Whitney U-testen.

4 RESULTATEN

Het doel van dit onderzoek is nagaan wat een publiek vindt van dramatische foto's in nieuwsmedia. Vooreerst zullen we de descriptieve statistieken bespreken, om vervolgens de onderzoeksvragen en hypothesen één voor één te beantwoorden.

4.1 Descriptieve statistieken

4.1.1 Nieuwsconsumptie

Om een beter inzicht te krijgen op de steekproef wordt de nieuwsconsumptie van de respondenten beschreven. In de eerste plaats geeft bijna de helft van de respondenten (48.4%) aan dat ze het 'eerder wel belangrijk' vindt om het nieuws te volgen en een derde (33.3%) vindt het 'heel belangrijk' om het nieuws te volgen. Zo'n 13.5% geeft aan een neutrale houding te hebben en 4.3% vindt het 'eerder niet belangrijk' om het nieuws te volgen. Slechts een halve procent vindt het 'helemaal niet belangrijk' om het nieuws te volgen.

Daarnaast werd ook gevraagd welke nieuwsbronnen geraadpleegd worden op een gemiddelde dag (Tabel 3). Daarbij zien we dat het bekijken van nieuwssites van kranten en/of omroepen op de computer de populairste manier is om het nieuws te volgen. 85% van de respondenten geeft namelijk aan deze bron op een gemiddelde dag te raadplegen. Op de tweede plaats staan nieuws- en actualiteitenprogramma's op televisie, waarbij 73.4% van de respondenten hier op een gemiddelde dag naar kijkt. Op de derde plaats komt het bekijken van sociale netwerksites op de computer (67.9%). Daarnaast blijven ook radio (66.7%) en nationale kranten (66.7%) veel gebruikte bronnen om het nieuws te volgen. Opvallend is verder ook dat bijna één derde van de respondenten (32.1%) op een gemiddelde dag het nieuws volgt op sociale netwerksites via een smartphone. Maar ook nieuwssites en nieuwsapps op een smartphone zijn populair: iets meer dan één vierde raadpleegt op een gemiddelde dag nieuwssites en nieuwsapps via een smartphone (26.1%).

Vervolgens kijken we naar de nieuwsconsumptie per week. Wat betreft het gebruik van kranten zien we dat 16.3% van de respondenten iedere dag de krant leest. Wanneer de krant gelezen wordt leest 37.3% tot 20 minuten per dag en 42.4% tussen 20 en 40 minuten per

dag. Wat betreft internet zien we dat meer dan de helft van de respondenten (55.9%) dagelijks nieuws op het internet bekijkt. Slechts 5.5% raadpleegt nooit nieuws via internet. Wanneer men nieuws op internet raadpleegt, dan spendeert één derde van de respondenten (32.7%) daar 10 tot 20 minuten per dag aan en één vierde (25%) 20 tot 30 minuten per dag. Inzake radio zien we dat 27.8% procent gemiddeld dagelijks naar het radionieuws luistert en 13.8% nooit luistert. Bovendien luistert 63.3% van de respondenten maximaal 20 minuten per dag naar het radionieuws. Tot slot bekijken we ook de consumptie van televisienieuws. Daarbij kijkt 23.3% van de respondenten dagelijks naar het nieuws op televisie. Tien procent daarentegen kijkt nooit naar het televisienieuws. Wanneer er gekeken wordt, dan gebeurt dit door bijna de helft van de respondenten (46.6%) 20 tot 40 minuten per dag. Een vierde van de respondenten kijkt 40 minuten tot één uur per dag naar het televisienieuws.

4.2 Resultaten onderzoeksvragen en hypothesen

4.2.1 Evaluatie en publiceerbaarheid

OV 1 **In welke mate vindt een publiek dramatische nieuwsfoto's schokkend (evaluatie)?**

De eerste onderzoeksvraag bekijkt de mate waarin dramatische nieuwsfoto's als schokkend beoordeeld worden (Tabel 4). In de verdere beschrijving van de resultaten geven we deze meting de term 'evaluatie'. Respondenten konden hun antwoord aanduiden op een 10-punt Likertschaal van 'helemaal niet schokkend' tot 'zeer schokkend'. Uit de data komt naar voren dat de respondenten op de vraag hoe schokkend ze de foto's vinden gemiddeld een score van 6.85 (SD = 1.43) op tien geven. Foto 3 (close-up) wordt als meest schokkend (M = 8.23, SD = 1.70) beoordeeld, gevolgd door foto 4 (long shot, M = 8.16, SD = 1.73) en foto 7 (jong slachtoffer, M = 8.01, SD = 1.87). De minst schokkende foto volgens de respondenten is foto 1 (geografisch dichtbij, M = 4.94, SD = 2.16).

OV 2 **In welke mate vindt een publiek dramatische nieuwsfoto's geschikt voor publicatie (publiceerbaarheid)?**

De tweede onderzoeksvraag gaat voor dezelfde foto's na of een publiek vindt dat deze dramatische nieuwsfoto's in een nieuwsmedium gepubliceerd mogen worden (Bijlage 3 – Tabel 5

Tabel 5). In het verdere onderzoek wordt deze meting aangeduid met de term 'publiceerbaarheid'. Op deze vraag geven de respondenten een gemiddelde score van 7.20 (SD = 1.75) op tien. De foto's die men gemiddeld het minst publiceerbaar vindt, zijn foto 3 (close-up, M = 5.55, SD = 2.71), gevolgd door foto 4 (long shot, M = 5.90, SD = 2.68) en foto 9 (expliciet, M = 6.65, SD = 2.43). De foto die als meest publiceerbaar beoordeeld wordt is foto 1 (geografisch veraf, M = 8.00, SD = 2.08).

OV 3 **Bestaat er een correlatie tussen de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's en de publiceerbaarheid ervan?**

De derde onderzoeksvraag bestudeert of er een correlatie bestaat tussen de mate waarin men een nieuwsfoto schokkend vindt en de mate waarin men vindt dat de foto gepubliceerd kan worden in een nieuwsmedium. Om dit te onderzoeken wordt voor iedere foto afzonderlijk de correlatie berekend tussen beide variabelen (evaluatie en publiceerbaarheid). Uit de resultaten van de Kolmogorov-Smirnovtest blijkt dat de data niet normaal verdeeld zijn. We maken daarom gebruik van Spearman's rho, omdat deze geen normaal verdeelde data veronderstelt. Uit de resultaten van de correlatietesten komt een significante negatieve correlatie naar voren tussen de evaluatie en de publiceerbaarheid van de dramatische nieuwsfoto's (Tabel 1). Dit impliceert dat hoe schokkender de foto beoordeeld wordt, hoe minder men de foto geschikt vindt voor publicatie.

Tabel 1: Correlatie evaluatie en publiceerbaarheid

	Spearman's rho (ρ)
Foto 1	-.260***
Foto 2	-.166***
Foto 3	-.220***
Foto 4	-.209***
Foto 5	-.323***
Foto 6	-.255***
Foto 7	-.125*
Foto 8	-.260***
Foto 9	-.230***
Foto 10	-.182***

* $p < .05$; *** $p < .001$.

4.2.2 Levendige kenmerken

OV 4 Is er een verschil in de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's op basis van bepaalde kenmerken van levendigheid?

Om de vierde onderzoeksvraag te beantwoorden, worden per paar telkens de twee gemiddeldes met elkaar vergeleken. De vijf paren, met telkens twee contrasterende kenmerken, zijn de volgende:

Foto 1	Geografisch dichtbij	↔	Foto 2	Geografisch veraf
Foto 3	Close-up	↔	Foto 4	Long shot
Foto 5	Menselijke schade	↔	Foto 6	Materiële schade
Foto 7	Jong slachtoffer	↔	Foto 8	Volwassen slachtoffer
Foto 9	Expliciete schade	↔	Foto 10	Impliciete schade

In de eerste plaats wijst een Kolmogorov-Smirnovtest uit dat alle tien variabelen niet normaal verdeeld zijn. We gebruikten daarom de Wilcoxon signed-ranktoets, omdat deze geen normaal verdeelde data veronderstelt. Het is een niet-parametrische toets voor het vergelijken van een variabele, hier evaluatie, tussen twee gepaarde groepen. Er worden vervolgens vijf afzonderlijke testen uitgevoerd, waarbij telkens de evaluatiescore (mate waarin een foto als schokkend beoordeeld wordt) op de ene foto vergeleken wordt met de evaluatiescore op de contrasterende foto.

Uit de resultaten komt naar voor dat vier van de vijf paren een significant verschil vertonen tussen de twee contrasterende kenmerken (Tabel 6). In de eerste plaats verschilt foto 1 significant ($Z = -14.50, p < .001$) van foto 2. Daarbij wordt foto 1, een dramatische foto uit eigen land, minder schokkend beoordeeld ($M = 4.94, SD = 2.16$) dan foto 2 ($M = 6.60, SD = 1.99$), een dramatische foto uit het buitenland. Dit is echter tegen de verwachtingen in, omdat nabijheid één van de kenmerken is van levendigheid. Daardoor verwachtten we dat een foto uit eigen land schokkender beoordeeld zou worden dan een foto uit het buitenland. Mogelijke verklaringen voor deze tegenstrijdige bevindingen zijn ten eerste dat mensen het bijschrift (Brussel vs. Kiev) niet hebben gelezen of ten tweede dat de buitenlandse foto meer dramatische elementen bevat. In de tweede plaats zien we geen significante verschillen ($Z = -.81, p > .05$) tussen foto 3 en foto 4. Foto 3, een close-up, wordt niet significant schokkender beoordeeld ($M = 8.23, SD = 1.70$) dan foto 4, een foto van iets verder gemaakt ($M = 8.16, SD = 1.73$). Ook deze bevinding is tegen de verwachtingen in. Een close-up is nabijer dan een foto zonder zoom, dus we zouden verwachten dat de levendige close-up schokkender wordt beoordeeld. Een mogelijke verklaring ligt bij het bloed dat te zien was op de foto van veraf, en op die manier sterke reacties uitlokte. In de derde plaats zien we wel een significant verschil in evaluatie tussen foto 5 en foto 6 ($Z = -8.41, p < .001$). De foto met menselijke schade (foto 5, $M = 7.08, SD = 2.09$) wordt significant schokkender beoordeeld dan de foto met enkel materiële schade (foto 6, $M = 6.17, SD = 2.30$). Dit is conform de verwachtingen. Personalisatie is namelijk een kenmerk van levendigheid, waardoor de foto ook dramatischer is. In de vierde plaats onthult de test ook een significant verschil in evaluatie tussen foto 7 met een jong slachtoffer en foto 8 met een volwassen slachtoffer ($Z = -15.99, p < .001$). De foto met een jong slachtoffer wordt als significant schokkender beoordeeld ($M = 8.01, SD = 1.87$) dan een gelijkaardige foto met een volwassen slachtoffer ($M = 5.68, SD = 2.14$). Ook deze bevinding is volgens de verwachtingen. Tot slot worden ook foto 9 en foto 10 significant verschillend

geëvalueerd ($U = -13.45$, $p < .001$). In het bijzonder wordt foto 9 met expliciete schade significant schokkender bevonden ($M = 7.08$, $SD = 2.01$) dan foto 10, die impliciete schade toont ($M = 5.49$, $SD = 2.16$).

4.2.3 Ethiek

OV 5 Hoe staat een publiek tegenover het beschermen versus informeren van het publiek met betrekking tot dramatische nieuwsfoto's?

Om de vijfde onderzoeksvraag te beantwoorden, maken we gebruik van de schaal over journalistieke ethiek. Na een factor- en betrouwbaarheidsanalyse zijn we tot drie subschalen gekomen: recht op informatie, recht op bescherming van het publiek en recht op privacy. De eerste subschaal, recht op bescherming van het publiek, peilt naar de mate waarin journalisten rekening moeten houden met het publiek tijdens het publiceren van schokkende beelden, door het niet-publiceren van te schokkende beelden of door het bewerken van foto's. De gemiddelde score op deze schaal is 2.35 ($SD = .55$) op 4. Maar omdat de gemiddelde score zich tussen 2 (eerder niet akkoord) en 3 (eerder wel akkoord) bevindt, kunnen we stellen dat men over het algemeen geen uitgesproken mening heeft over de stelling dat journalisten het publiek moeten beschermen voor schokkende beelden. De tweede subschaal betreft recht op informatie en gaat over het gegeven dat mensen het recht hebben om te weten wat er gebeurt en dat journalisten dus niets, ook niet de schokkende beelden, mogen achterhouden. De gemiddelde score op deze schaal bedraagt 2.95 ($SD = .53$) op 4. Dit betekent dat men over het algemeen 'eerder wel akkoord' is met de stelling dat journalisten geen informatie mogen achterhouden. De laatste en derde subschaal is recht op privacy en bestaat slechts uit twee items. Deze schaal gaat over de privacy bij het publiceren van foto's van gewonden of doden in nieuwsmedia. Gemiddeld geven de respondenten op deze schaal een score van 2.65 ($SD = .73$) op 4. Ook hier situeert de gemiddelde score zich tussen 2 (eerder niet akkoord) en 3 (eerder wel akkoord). Men staat over het algemeen dus redelijk neutraal tegenover de stelling dat foto's van doden en gewonden een schending zijn van de privacy.

Daarnaast kijken we ook naar de verdeling van de scores op deze drie schalen in de steekproef. Vooreerst delen we de scores op in twee groepen, namelijk een hoge (eens) en lage (oneens) score op de schaal. Zo zien we dat meer dan twee derde van de respondenten (68.7%) van mening is dat journalisten het publiek niet moeten beschermen tegen te schokkende beelden. Daarnaast is de mening over de privacy van de slachtoffers ongeveer gelijk verdeeld in de steekproef. Zo vindt de helft van de respondenten dat slachtoffers recht hebben op privacy (47.7%), terwijl de andere helft het daar niet mee eens is (52.3%). Tot slot is meer dan drie vierde van de respondenten (77.3%) van mening dat het publiek recht heeft op zoveel mogelijk informatie, en dus ook schokkende beelden.

Vervolgens gaan we na of er een verschil is tussen mannen en vrouwen in de score op deze drie schalen. Omdat de data niet normaal verdeeld zijn maken we gebruik van een Mann-Whitney U-toets in plaats van een T-test. De resultaten tonen aan dat mannen en vrouwen significant verschillen op iedere subschaal van journalistieke ethiek (Tabel 2). Zo hechten vrouwen meer belang aan het beschermen van het publiek ($U = 12010.50$, $p < .001$) en het recht op privacy van de slachtoffers ($U = 11845.50$, $p < .001$). Mannen daarentegen hechten dan weer meer belang aan het recht om zo volledig en correct mogelijk geïnformeerd te zijn ($U = 15565.50$, $p < .05$). Tot slot bekijken we via een correlatieanalyse of de drie schalen ook samenhangen met leeftijd. We gebruiken Spearman's rho omdat de data niet normaal verdeeld zijn. De resultaten tonen echter aan dat er geen significante correlaties bestaan tussen leeftijd en de drie schalen van ethische journalistiek (recht op bescherming: $\rho = -.003$, $p > .05$; recht op privacy: $\rho = .006$, $p > .05$; recht op informatie: $\rho = -.092$, $p > .05$).

Tabel 2: Verdeling schalen journalistieke ethiek volgens geslacht

	Gemiddelde mannen (SD)	Gemiddelde vrouwen (SD)
Recht op bescherming	2.17 (.57)	2.45 (.51)
Recht op privacy	2.36 (.63)	2.81 (.73)
Recht op informatie	3.02 (.54)	2.90 (.52)

OV 6

In welke mate hangt de attitude tegenover journalistieke ethiek samen met de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's?

De volgende onderzoeksvraag (OV 6) gaat de samenhang na van de attitudes tegenover journalistieke ethiek en het al dan niet geoorloofd vinden van de publicatie van dramatische nieuwsfoto's in een nieuwsmedium (publiceerbaarheid). Omdat de data niet normaal verdeeld zijn, maken we gebruik van Spearman's rho. De Spearman's rang correlatiecoëfficiënt is een goed alternatief voor de Pearson's correlatiecoëfficiënt, omdat deze laatste wel normaal verdeelde data veronderstelt. Daarbij zien we dat de drie subschalen elk significantie bereiken. Ten eerste is er een significante negatieve correlatie tussen het recht op bescherming van het publiek en de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's ($\rho = -.424, p < .001$). Dit betekent dat hoe sterker de attitude dat journalisten het publiek moeten beschermen tegen schokkende foto's, hoe minder publiceerbaar de nieuwsfoto's bevonden worden. Ten tweede zien we ook een significante negatieve correlatie tussen het recht op privacy en publiceerbaarheid ($\rho = -.354, p < .001$). Deze relatie impliceert dat personen die vinden dat het publiceren van foto's van doden en gewonden een schending is van de privacy, de beelden ook als minder publiceerbaar beoordelen. Tot slot zien we een significante positieve relatie tussen het recht op informatie en publiceerbaarheid ($\rho = .478, p < .001$). Dit betekent dat mensen met de attitude dat het publiek alles moet weten, de foto's ook als meer publiceerbaar beoordelen dan mensen die minder sterk deze mening delen.

4.2.4 *Fear of crime*

H 1 Nieuwsconsumptie correleert positief met *fear of crime*

Vooraleer we nagaan of de variabele *fear of crime* samenhangt met de evaluatie en publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's zullen we aan de hand van de eerste hypothese kijken of, zoals de literatuur stelt, er een positieve relatie is tussen nieuwsconsumptie en *fear of crime*. Vooreerst wijst een Kolmogorov-Smirnovtest uit dat de variabelen niet normaal verdeeld zijn. Daarom maken we gebruik van Spearman's rho, een test die geen normaal verdeelde data veronderstelt. Uit de resultaten komt echter geen significante correlatie tussen de totale nieuwsconsumptie en *fear of crime* naar voor ($\rho = -.037, p > .01$).

Maar om een beter inzicht te krijgen in de consumptie van verschillende nieuwsmedia (radio, televisie, krant en internet) en een mogelijke invloed van televisiekijken in het algemeen, zullen we deze variabelen samen in een regressiemodel plaatsen (Tabel 7). Zo zal een meervoudige hiërarchische regressieanalyse uitgevoerd worden met controlevariabele geslacht in blok 1, het aantal minuten televisiekijken per week in blok 2 en de variabelen met betrekking tot nieuwsconsumptie in blok 3. De afhankelijke variabele in het model is dan *fear of crime*. In de eerste plaats zien we dat de demografische variabele geslacht al 4.3% van de variantie in *fear of crime* verklaart (Adjusted $R^2 = .04$, $F(1, 390) = 18.66$, $p < .001$). Geslacht is dus een significante voorspeller van *fear of crime* ($\beta = .23$, $t = 4.64$, $p < .001$), waarbij vrouwen meer kans hebben om angstig te zijn voor criminaliteit. In de tweede plaats zorgt de toevoeging van het algemeen televisiegebruik voor een bijkomende verklaarde variantie van 1.2% (Adjusted $R^2 = .05$, $F(1, 389) = 11.81$, $p < .05$). Hoe meer men naar televisie kijkt, hoe meer kans men heeft op *fear of crime* ($\beta = .13$, $t = 2.48$, $p < .05$). Tot slot zien we dat de variabelen met betrekking tot nieuwsconsumptie (krant, radio, televisie, internet) zorgen voor nog eens 2% extra verklaring van de variantie in *fear of crime*. Ook op dit niveau blijft het model significant (Adjusted $R^2 = .07$, $F(4, 385) = 6.09$, $p < .05$). Wanneer we de variabelen afzonderlijk bekijken, zien we dat nieuwsconsumptie via televisie geen significante voorspeller is van *fear of crime* ($\beta = -.02$, $t = -.90$, $p > .05$). Daarnaast is consumptie van nieuws via nieuwssites eveneens geen significante voorspeller van *fear of crime* ($\beta = .01$, $t = .81$, $p > .05$). Nieuwsconsumptie via radio ($\beta = -.03$, $t = -1.96$, $p = .05$) en kranten ($\beta = .05$, $t = 3.07$, $p < .01$) zijn dan weer wel significante voorspeller van *fear of crime*. Wat betreft het lezen van kranten zien we een positieve correlatie, namelijk wie regelmatig de krant leest, heeft meer kans op *fear of crime*. Voor radio zien we echter het tegenovergestelde: wie vaak naar de radio luistert, heeft minder kans op *fear of crime*.

H 2 **Fear of crime correleert positief met evaluatie van dramatische
nieuwsfoto's: personen met een hoge *fear of crime* vinden
nieuwsfoto's schokkender dan personen met een lage *fear of crime*.**

H 3 **Fear of crime correleert negatief met de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's: personen een hoge *fear of crime* vinden nieuwsfoto's minder publiceerbaar dan personen met een lage *fear of crime*.**

Om te onderzoeken of *fear of crime* samenhangt met een meer schokkende evaluatie en een lagere publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's, maken we gebruik van correlaties. Daarbij dienen we eerst na te gaan of de data normaal verdeeld zijn. Uit de resultaten van de Kolmogorov-Smirnovtest blijkt echter van niet. We maken daarom gebruik van Spearman's rho, omdat deze geen normaal verdeelde data veronderstelt. In de eerste plaats komt uit de correlatietesten naar voren dat er een significante positieve relatie is tussen *fear of crime* en de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's ($q = .12, p < .05$). Dit betekent dat mensen die angstig zijn voor criminaliteit, dramatische nieuwsfoto's schokkender beoordelen dan mensen die minder angstig zijn voor criminaliteit. In de tweede plaats zien we ook een significante negatieve relatie tussen *fear of crime* en de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's in een nieuwsmedium ($q = -.20, p < .001$). Dit betekent dat personen met een hoge *fear of crime* dramatische nieuwsfoto's minder vatbaar voor publicatie vinden dan personen met een lage *fear of crime*. We kunnen dus beide hypothesen (H2 en H3) aanvaarden.

H 4 **Vrouwen scoren hoger op *fear of crime* dan mannen**

In de literatuur kwam naar voor dat vrouwen meer angst hebben voor criminaliteit dan mannen. Ook in deze studie gaan we na of deze hypothese klopt. Dit doen we door de gemiddelde score op *fear of crime* te vergelijken tussen mannen en vrouwen. Omdat de data niet normaal verdeeld zijn, gebruiken we de Mann-Whitney U toets in plaats van een T-test. Deze toets veronderstelt namelijk geen normaal verdeelde data. De resultaten tonen aan dat mannen en vrouwen significant verschillen in hun *fear of crime* ($U = 12899, p < .001$). Zo hebben vrouwen met een gemiddelde score van 2.22 ($SD = .68$) op vier meer *fear of crime* dan mannen ($M = 1.91, SD = .70$). De vierde hypothese kan dus bevestigd worden.

OV 7 **Heeft *fear of crime* een invloed op de relatie tussen geslacht en de evaluatie van nieuwsfoto's?**

OV 8 **Heeft *fear of crime* een invloed op de relatie tussen geslacht en de publiceerbaarheid van nieuwsfoto's?**

Om de zevende onderzoeksvraag te beantwoorden voeren we een ANCOVA analyse uit. In de eerste plaats toont de ANOVA test dat er een significant hoofdeffect is van geslacht op de evaluatie van de nieuwsfoto's ($F(1, 355) = 36.05, p < .001$). Om na te gaan of dit verband gemedieerd wordt door *fear of crime* werd een covariantieanalyse uitgevoerd. Er werd opnieuw een ANOVA analyse gedaan, waarbij de mediator *fear of crime* als covariaat werd opgenomen in de analyse. We zien dat *fear of crime* dan geen significant effect heeft op de evaluatie van de foto's ($F(1,352) = 2.79, p > .05$). Daarnaast blijft het hoofdeffect van geslacht op evaluatie bestaan ($F(1, 352) = 30.74, p < .001$). Met andere woorden, geslacht heeft nog een grote invloed op de evaluatie van nieuwsfoto's wanneer gecontroleerd wordt voor *fear of crime*.

Om onderzoeksvraag acht te beantwoorden, voeren we de vorige analyse opnieuw uit, maar dan met publiceerbaarheid als afhankelijke variabele. Ten eerste zien we een significant positief effect van geslacht op publiceerbaarheid ($F(1, 364) = 15.86, p < .001$). Om na te gaan of dit verband gemedieerd wordt door *fear of crime* werd opnieuw een ANOVA analyse gedaan waarbij de mediator *fear of crime* als covariaat werd opgenomen. In de eerste plaats zien we dat het hele model significant is ($F(2, 362) = 11.91, p < .001$). Verder is de covariaat, *fear of crime*, significant ($F(1, 362) = 6.76, p < .01$). Dit betekent dat de covariaat een significante voorspeller is van de afhankelijke variabele. Daarnaast is ook de variabele geslacht significant ($F(1, 362) = 12.04, p < .001$). Dit betekent dat zowel *fear of crime* als geslacht een invloed hebben op publiceerbaarheid, maar na controle voor *fear of crime* blijft geslacht de doorslaggevende variabele in het model.

4.2.5 Desensitization

H 5 **Personen die vaak geconfronteerd worden met gewelddadige media-inhoud (films, series en videogames), vinden dramatische nieuwsfoto's minder schokkend dan personen die niet zo vaak geconfronteerd worden met gewelddadige media-inhoud.**

H 6 **Personen die vaak geconfronteerd worden met gewelddadige media-inhoud (films, series en videogames), vinden dramatische nieuwsfoto's meer publiceerbaar dan personen die niet vaak geconfronteerd worden met gewelddadige media-inhoud.**

Hypothese vijf en zes onderzoeken of de *desensitization*theorie ook waar is voor deze steekproef. Onder de consumptie van gewelddadige media verstaan we enerzijds het kijken naar gewelddadige film-en-seriegenres (actie, horror, oorlog, thriller en vechtsport) en anderzijds het spelen van gewelddadige videospelletjes.

Omdat de data niet normaal verdeeld zijn, maken we gebruik van Spearman's rho coëfficiënt. In de eerste plaats voeren we enkele correlatieanalyses uit met de consumptie van gewelddadige media aan de ene kant, en de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's aan de andere kant. Alle resultaten zijn significant. Zo zien we een significante negatieve correlatie tussen het kijken naar gewelddadige films en series en de evaluatie van nieuwsfoto's ($q = -.14, p < .01$). Daarnaast zien we ook een significante negatieve correlatie tussen het spelen van gewelddadige videogames en de evaluatie van nieuwsfoto's ($q = -.17, p = .001$). Deze resultaten impliceren dat wie vaak naar gewelddadige films en series kijkt of vaak gewelddadige videospelletjes speelt, de nieuwsfoto's als minder schokkend beoordeelt dan wie minder vaak naar gewelddadige films en series kijkt of minder gewelddadige videospelletjes speelt. We kunnen hypothese vijf dus bevestigen.

In de tweede plaats gaan we de correlatie na tussen enerzijds de consumptie van gewelddadige media-inhoud en anderzijds de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's. Ook hier zijn alle resultaten significant. Zo zien we een significante positieve correlatie tussen het kijken naar gewelddadige films en series en de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's ($q = .17, p = .001$). Verder is er ook een significante positieve

correlatie tussen het spelen van gewelddadige videospelletjes en de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's ($q = .22, p < .001$). Deze resultaten impliceren dat wie vaak naar gewelddadige films en series kijkt of vaak gewelddadige videospelletjes speelt, de nieuwsfoto's meer publiceerbaar vindt dan wie minder vaak naar gewelddadige films en series kijkt of minder gewelddadige videospelletjes speelt. De zesde hypothese kan dus bevestigd worden.

4.2.5.1 *Attitude tegenover geweld*

H 7 De attitude tegenover geweld correleert negatief met de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's: personen die geweld meer aanvaardbaar vinden, beoordelen nieuwsfoto's minder schokkend dan personen voor wie geweld minder aanvaardbaar is.

H 8 De attitude tegenover geweld correleert positief met de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's: personen die geweld meer aanvaardbaar vinden, vinden nieuwsfoto's meer publiceerbaar dan personen voor wie geweld minder aanvaardbaar is.

Om na te gaan of attitude tegenover geweld correleert met de evaluatie en publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's, voeren we twee correlatietesten uit. Omdat de data niet normaal verdeeld zijn, maken we gebruik van Spearman's rho. Ten eerste zien we een significante negatieve correlatie tussen de attitude tegenover geweld en de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's ($q = -.13, p < .05$). Dit betekent dat hoe positiever de attitude tegenover geweld (d.w.z. geweld is aanvaardbaar), hoe minder schokkend de foto's beoordeeld worden. Ten tweede zien we een significante positieve relatie tussen de attitude tegenover geweld en de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's ($q = .11, p < .05$). Dit wil zeggen dat hoe positiever de attitude tegenover geweld, hoe meer de foto's als publiceerbaar worden bevonden. Hieruit volgt dat we beide hypothesen (H 7 en H 8) kunnen bevestigen.

4.2.5.2 *Empathie*

H 9 **Empathie (affectief en cognitief) correleert positief met de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's: personen die hoog scoren op empathie vinden nieuwsfoto's schokkender dan personen die laag scoren op empathie.**

H 10 **Empathie (affectief en cognitief) correleert negatief met de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's: personen die hoog scoren op empathie vinden nieuwsfoto's minder publiceerbaar dan personen die hoog scoren op empathie.**

Om na te gaan of er een verband bestaat tussen empathie en de evaluatie en publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's, maken we gebruik van correlatieanalyses, in het bijzonder de Spearman's rho. Daarbij zullen we de twee subschalen van empathie afzonderlijk onderzoeken. Wat betreft evaluatie tonen de resultaten een significante positieve correlatie met affectieve empathie ($q = .13, p < .05$). Dit betekent dat hoe hoger de score op empathie, hoe schokkender de nieuwsfoto's beoordeeld worden. Daarentegen bereikt de correlatie tussen cognitieve empathie en evaluatie geen significantie ($q = .09, p > .05$). Hypothese negen kan dus slechts deels bevestigd worden.

Wat betreft de publiceerbaarheid zien we een significante negatieve correlatie met affectieve empathie ($q = -.13, p < .05$). Dit impliceert dat hoe hoger de score op empathie, hoe minder publiceerbaar de dramatische nieuwsfoto's bevonden worden. Voor cognitieve empathie zien we ook hier geen significante relatie met publiceerbaarheid ($q = .02, p > .05$). Ook de tiende hypothese wordt daarmee deels bevestigd.

H 11 **Vrouwen scoren hoger op empathie (affectief en cognitief) dan mannen**

Met volgende hypothese onderzoeken we of mannen en vrouwen verschillen op de variabele empathie. We bekijken daarbij de twee subschalen van empathie, cognitief en affectief, afzonderlijk. Omdat de data niet normaal verdeeld zijn, gebruiken we de Mann-Whitney U-test. Uit de resultaten komt naar voren dat mannen en vrouwen significant

verschillen in hun score op affectieve ($U = 9385$, $p < .001$) en cognitieve ($U = 14225$, $p < .001$) empathie. Zo rapporteren vrouwen meer affectieve ($M = 2.85$, $SD = .30$) en cognitieve ($M = 3.49$, $SD = .30$) empathie dan mannen (affectief: $M = 2.61$, $SD = .27$; cognitief: $M = 3.37$, $SD = .28$). De elfde hypothese kan dus bevestigd worden.

OV 9 **Heeft empathie een invloed op de relatie tussen geslacht en de evaluatie van nieuwsfoto's?**

OV 10 **Heeft empathie een invloed op de relatie tussen geslacht en de publiceerbaarheid van nieuwsfoto's?**

Om de negende en tiende onderzoeksvraag te beantwoorden voeren we ANOVA en ANCOVA analyses uit. In de eerste plaats gaan we na of empathie een invloed uitoefent op de relatie tussen geslacht en evaluatie van dramatische nieuwsfoto's. Een ANOVA test toont in de eerste plaats aan dat er een significant hoofdeffect is van geslacht op de evaluatie van de nieuwsfoto's ($F(1, 355) = 36.05$, $p < .001$). Om na te gaan of dit verband gemedieerd wordt door empathie voeren we een *analysis of covariance* (ANCOVA) uit. Daarbij fungeert de variabele empathie als covariaat. Uit de resultaten blijkt dat empathie dan geen significant effect heeft op de evaluatie van de foto's ($F(1,344) = 1.47$, $p > .05$). Daarnaast blijft het hoofdeffect van geslacht op evaluatie bestaan ($F(1, 344) = 25.70$, $p < .001$). Met andere woorden, geslacht heeft nog steeds een grote invloed op de evaluatie van nieuwsfoto's wanneer gecontroleerd wordt voor empathie.

In de tweede plaats voeren we voor onderzoeksvraag tien de analyse opnieuw uit, maar dan met publiceerbaarheid als afhankelijke variabele. We bekomen hier gelijkaardige resultaten: empathie heeft dan geen significant effect op de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's ($F(1, 352) = .63$, $p > .05$). Wel zien we nog steeds een hoofdeffect van geslacht op publiceerbaarheid ($F(1, 352) = 12.73$, $p < .001$) wanneer gecontroleerd wordt voor empathie.

4.2.6 Sensation seeking

H 12 *Need for arousal* correleert negatief met de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's: personen met een hoge *need for arousal* vinden nieuwsfoto's minder schokkend dan personen met een lage *need for arousal*.

H 13 *Need for arousal* correleert positief met de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's: personen met een hoge *need for arousal* vinden nieuwsfoto's meer publiceerbaar vinden dan personen met een lage *need for arousal*.

Om de volgende hypothesen (H 12 en H 13) te onderzoeken gebruiken we een correlatieanalyse om te kijken of er een link bestaat tussen *need for arousal* en de evaluatie en publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's. Uit de eerder vermelde factoranalyse kwam naar voren dat *need for arousal* uit twee subschalen bestaat: intensiteit en nieuwigheid. We zullen dan ook de invloed van beide factoren afzonderlijk bekijken. Omdat ook hier de data niet normaal verdeeld zijn, maken we daarbij gebruik van Spearman's rho. Uit de resultaten komt een significante negatieve relatie naar voren tussen *need for arousal* (intensiteit) en de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's ($\rho = -.17, p < .01$). Deze bevinding is conform de hypothese, wat betekent dat mensen met een lage behoefte voor intense prikkels dramatische nieuwsfoto's als schokkender beoordelen dan mensen met een hoge behoefte voor intense prikkels. Daarnaast zien we geen significant verband tussen *need for arousal* (nieuwigheid) en de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's ($\rho = -.01, p > .05$). Dit betekent dat de behoefte voor nieuwe prikkels niet samenhangt met de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's. Daarmee kan hypothese twaalf slechts deels bevestigd worden.

In de tweede plaats zien we een significantie positieve relatie tussen *need for arousal* (intensiteit) en de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's ($\rho = .17, p = .001$). Dit betekent dat hoe hoger de behoefte aan intense prikkels, hoe meer publiceerbaar de dramatische nieuwsfoto's bevonden worden. Daarnaast zien we voor publiceerbaarheid geen significante relatie met betrekking tot *need for arousal* (nieuwigheid) ($\rho = .05, p > .05$). Dit betekent dat ook hypothese dertien maar deels bevestigd kan worden.

H 14 Mannen hebben een hogere *need for arousal* dan vrouwen.

Uit de literatuur kwam naar voren dat mannen doorgaans meer behoefte hebben aan intense en nieuwe prikkels dan vrouwen. We zullen deze hypothese testen aan de hand van een Independent T-test. De resultaten tonen aan dat mannen en vrouwen significant verschillen in hun *need for arousal*, en dit zowel voor intensiteit ($t(394) = 7.023, p < .001$) als nieuwigheid ($t(390) = 3.800, p < .001$). Zoals de hypothese voorspelde, hebben mannen (intensiteit: $M = 2.22, SD = .49$; nieuwigheid: $M = 2.70, SD = .54$) een hogere *need for arousal* dan vrouwen (intensiteit: $M = 1.88, SD = .45$; nieuwigheid: $M = 2.45, SD = .55$). We kunnen de veertiende hypothese dus bevestigen.

OV 11 Heeft *need for arousal* een invloed op de relatie tussen geslacht en de evaluatie van nieuwsfoto's?

OV 12 Heeft *need for arousal* een invloed op de relatie tussen geslacht en de publiceerbaarheid van nieuwsfoto's?

Onderzoeksvragen elf en twaalf zullen onderzocht worden aan de hand van twee ANCOVA analyses. In de eerste plaats kijken we of *need for arousal* een invloed uitoefent op de relatie tussen geslacht en de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's. Een ANOVA test toont aan dat er een significant hoofdeffect is van geslacht op de evaluatie van de nieuwsfoto's ($F(1, 355) = 36.05, p < .001$). Om na te gaan of dit verband gemedieerd wordt door *need for arousal* voeren we deze variabele in als covariaat. Uit de resultaten blijkt dat *need for arousal* dan geen significant effect heeft op de evaluatie van de foto's ($F(1, 353) = 3.17, p > .05$). Daarnaast blijft het hoofdeffect van geslacht op evaluatie bestaan ($F(1, 353) = 25.44, p < .001$). Met andere woorden, geslacht heeft een grote invloed op de evaluatie van nieuwsfoto's wanneer gecontroleerd wordt voor *need for arousal*.

Vervolgens voeren we voor onderzoeksvraag veertien dezelfde analyse nog eens uit, maar dan met publiceerbaarheid als afhankelijke variabele. De resultaten zijn gelijkaardig: *need for arousal* heeft dan geen significant effect op de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's ($F(1, 362) = 2.89, p > .05$). Wel zien we nog steeds een hoofdeffect van

geslacht op publiceerbaarheid ($F(1, 362) = 11.07, p < .001$) wanneer gecontroleerd wordt voor *need for arousal*.

4.2.7 Socio-demografische variabelen

4.2.7.1 Leeftijd

H 15 Leeftijd correleert negatief met de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's: hoe ouder, hoe meer schokkend de dramatische nieuwsfoto's beoordeeld worden.

H 16 Leeftijd correleert negatief met de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's: hoe ouder, hoe minder publiceerbaar de dramatische nieuwsfoto's bevonden worden.

Een variabele die vaak invloed uitoefent op attitudes en gedrag is leeftijd. Daarom onderzoeken we ook in deze studie of de evaluatie en publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's correleert met leeftijd. Omdat de data niet normaal verdeeld, zijn maken we gebruik van Spearman's rho. We zien echter geen significante correlatie tussen leeftijd en de evaluatie ($\rho = -.03, p > .05$) en publiceerbaarheid ($\rho = .02, p > .05$) van dramatische nieuwsfoto's. Hypotheses vijftien en zestien kunnen dus verworpen worden.

4.2.7.2 Geslacht

H 17 Mannen en vrouwen verschillen significant op de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's: vrouwen beoordelen de dramatische nieuwsfoto's als schokkender dan mannen.

H 18 Mannen en vrouwen verschillen significant op de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's: vrouwen vinden de dramatische nieuwsfoto's minder publiceerbaar dan mannen.

Om na te gaan of er een hoofdeffect is van geslacht op de evaluatie en publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's worden, omdat de data niet normaal verdeeld zijn, twee Mann-Whitney U-toetsen uitgevoerd. De resultaten tonen aan dat mannen en vrouwen significant verschillen op de evaluatie ($U = 9293.50$, $p < .001$) en publiceerbaarheid ($U = 12042.50$, $p < .001$) van de foto's. Vrouwen vinden de foto's significant schokkender ($M = 7.16$, $SD = 1.24$) en minder publiceerbaar ($M = 6.92$, $SD = 1.78$) dan mannen (evaluatie: $M = 6.24$, $SD = 1.60$; publiceerbaarheid: $M = 7.65$, $SD = 1.62$). Hypotheses zeventien en achttien kunnen dus bevestigd worden.

4.2.7.3 Kinderen

OV 13 Is er een verschil tussen individuen met kinderen en individuen zonder kinderen wat betreft de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's?

OV 14 Is er een verschil tussen individuen met kinderen en individuen zonder kinderen wat betreft de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's?

Omdat er geen literatuur teruggevonden werd over het al dan niet hebben van kinderen en reacties op nieuws, konden we op voorhand geen richting van het verband bepalen. Toch gaan we aan de hand van twee verkennende onderzoeksvragen na of er een verband bestaat. Omdat de data niet normaal verdeeld zijn maken we gebruik van een test voor non-parametrische data, namelijk de Mann-Whitney U-toets. Met deze test kijken we of er een verschil is tussen personen met kinderen en personen zonder kinderen wat betreft de evaluatie en publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's. De resultaten bereiken echter geen significantie voor evaluatie ($U = 9544.50$, $p > .05$) en publiceerbaarheid ($U = 10452$, $p > .05$). Bijgevolg is er geen verschil tussen individuen met kinderen en individuen zonder kinderen wat betreft de evaluatie en publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's.

4.2.8 Algemeen voorspellend model

OV 15 Welke variabelen verklaren de belangrijkste variantie in de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's?

Tot slot stellen we een algemeen voorspellend model op om na te gaan welke variabelen de evaluatie en publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's het best kunnen voorspellen. Voor deze analyse nemen we enkel de variabelen op die in voorgaande analyses significantie bereikten. Deze onafhankelijke variabelen zijn: recht op informatie, recht op bescherming van het publiek, recht op privacy, *fear of crime*, televisiekijken in het algemeen, consumptie van gewelddadige televisie- en seriegenres, het spelen van gewelddadige videogames, nieuwsconsumptie, attitude tegenover geweld, affectieve empathie, *need for arousal* (intensiteit) en geslacht.

In de eerste plaats wordt een meervoudige hiërarchische regressieanalyse uitgevoerd met evaluatie als afhankelijke variabele. Vervolgens werden op basis van de significantietesten van de parameterschattingen de onzinnige variabelen één voor één uit het model verwijderd. Op die manier kwamen we tot het finale, significante, model (Tabel 8). Dit model bevat de onafhankelijke variabelen geslacht in blok 1, nieuwsconsumptie via televisie en krant in blok 2 en recht op privacy, attitude tegenover geweld en *fear of crime* in blok 3.

Wanneer we de samenvatting van het model bekijken, zien we dat alle voorspellers gezamenlijk 13.6% van de variantie in de evaluatie van de nieuwsfoto's verklaren (Adjusted $R^2 = .14$, $F(3, 347) = 10.28$, $p < .001$). Daarbij valt op dat geslacht alleen al 8.8% van de variantie verklaart. Daarmee is de variabele geslacht de grootste significante voorspeller van de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's ($\beta = .23$, $t = 4.12$, $p < .001$). Na de toevoeging van de variabelen nieuwsconsumptie (krant en televisie), krijgen we een toename van 1.3% in de verklaarde variantie. Zo blijkt dat nieuwsconsumptie via televisie ($\beta = .119$, $t = 2.23$, $p < .01$) en kranten ($\beta = -.13$, $t = 2.39$, $p < .01$) significante voorspellers zijn van de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's. Tot slot neemt het percentage verklaarde variantie met 3.5% toe, van 10.1% naar 13.6%, wanneer de overige variabelen aan het model toegevoegd worden. Met andere woorden, recht op privacy ($\beta = .12$, $t = 2.36$,

$p < .01$), attitude tegenover geweld ($\beta = -.13$, $t = -2.50$, $p < .01$) en *fear of crime* ($\beta = .12$, $t = 2.30$, $p < .01$) zijn ook significante voorspellers van het model.

Hieruit kan geconcludeerd worden dat de variabelen recht op privacy, attitude tegenover geweld en *fear of crime* een relatief grotere invloed hebben op de afhankelijke variabele in tegenstelling tot de variabelen met betrekking tot nieuwsconsumptie. Het teken van de Beta-waarde geeft aan dat de relaties tussen enerzijds televisienieuwsconsumptie, recht op privacy en *fear of crime* en anderzijds de evaluatie van de nieuwsfoto's positief zijn. Dit betekent dat hoe meer televisienieuws geconsumeerd wordt, hoe groter het belang dat gehecht wordt aan privacy en hoe angstiger men is voor criminaliteit, hoe schokkender de dramatische nieuwsfoto's beoordeeld worden. Daartegenover geeft het teken van de Beta-waarde aan dat nieuwsconsumptie via kranten en de attitude tegenover geweld negatief samenhangen met de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's. Dit impliceert dat hoe hoger de nieuwsconsumptie via kranten en hoe positiever de attitude tegenover geweld, hoe minder schokkend de foto's beoordeeld worden.

Tot slot kunnen we ook vaststellen dat de variabelen recht op informatie, recht op bescherming van het publiek, televisiekijken in het algemeen, consumptie van gewelddadige televisie- en seriegenres, het spelen van gewelddadige videogames, nieuwsconsumptie via radio en internet, affectieve empathie en *need for arousal* geen significante voorspellers zijn van de evaluatie van dramatische nieuwsfoto's binnen ons model.

OV 16 Welke variabelen verklaren de belangrijkste variantie in de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's?

Om de laatste onderzoeksvraag (OV 16) te bestuderen, voeren we nog een tweede meervoudige hiërarchische regressieanalyse uit met publiceerbaarheid als afhankelijke variabele. De variabelen die in voorgaande analyses significantie bereikten, nemen we op als onafhankelijke variabelen (recht op informatie, recht op bescherming van het publiek, recht op privacy, *fear of crime*, televisiekijken in het algemeen, consumptie van gewelddadige televisie- en seriegenres, het spelen van gewelddadige videogames, nieuwsconsumptie, attitude tegenover geweld, affectieve empathie, need for arousal

intensiteit en geslacht). Vervolgens werden op basis van de significantietesten van de parameterschattingen de onzinnige variabelen één voor één uit het model verwijderd. Op die manier kwamen we tot het finale significante model (Tabel 9). Dit model bevat volgende onafhankelijke variabelen: nieuwsconsumptie via internet in blok 1, recht op privacy, recht op bescherming van het publiek en recht op informatie in blok 2 en *fear of crime* en het spelen van gewelddadige videospelletjes in blok 3.

Uit de samenvatting van het model komt naar voor dat alle voorspellers gezamenlijk 31.5% van de variantie in de publiceerbaarheid van de nieuwsfoto's verklaren (Adjusted $R^2 = .32$, $F(2, 353) = 28.54$, $p < .001$). In de eerste plaats zien we dat nieuwsconsumptie via internet in blok 1 1.6% van de variantie verklaart (Adjusted $R^2 = .01$, $F(1, 358) = 5.99$, $p < .001$). De grootste significante voorspellers van het model staan echter in blok 2. Het gaat hier om de attitudes in verband met journalistieke ethiek, die samen voor maar liefst 29.1% bijkomende verklaarde variantie zorgen (Adjusted $R^2 = .299$, $F(2, 353) = 39.33$, $p < .001$). Dit betekent dat recht op privacy ($\beta = -.15$, $t = -3.09$, $p < .001$), recht op bescherming van het publiek ($\beta = -.17$, $t = -3.08$, $p < .01$) en recht op informatie ($\beta = .32$, $t = 6.30$, $p < .001$) significante voorspellers zijn van de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's. Tot slot neemt het percentage verklaarde variantie met 2% toe, van 30.7% naar 32.7%, wanneer de overige variabelen aan het model toegevoegd worden. Met andere woorden, het spelen van gewelddadige videogames ($\beta = .10$, $t = 2.09$, $p < .05$) en *fear of crime* ($\beta = -.27$, $t = -2.32$, $p < .05$) zijn ook significante voorspellers van het model.

We kunnen hieruit concluderen dat de variabelen met betrekking tot journalistieke ethiek een veel grotere invloed hebben op de afhankelijke variabele dan de andere significante variabelen (nieuwsconsumptie via internet, het spelen van gewelddadige videogames en *fear of crime*). Het teken van de Beta-waarde geeft aan dat de relaties tussen enerzijds nieuwsconsumptie via internet, recht op informatie en het spelen van gewelddadige videogames, en anderzijds de publiceerbaarheid van de nieuwsfoto's positief zijn. Dit betekent dat hoe meer nieuws via internet geconsumeerd wordt, hoe meer belang gehecht wordt aan waarheidsgetrouwe informatie en hoe meer gewelddadige videogames gespeeld worden, hoe meer publiceerbaar de dramatische nieuwsfoto's beoordeeld worden. Aan de andere kant geeft het teken van de Beta-waarde aan dat de variabelen recht op privacy, recht op bescherming van het publiek en *fear of crime* negatief correleren met de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's. Dit impliceert dat hoe meer *fear of crime*

en hoe meer belang gehecht wordt aan de privacy van slachtoffers en bescherming van het publiek voor te schokkende beelden, hoe minder publiceerbaar de foto's beoordeeld worden.

Ten slotte kunnen we ook besluiten dat de variabelen geslacht, televisiekijken in het algemeen, consumptie van gewelddadige televisie- en seriegenres, nieuwsconsumptie via krant, televisie en radio, attitude tegenover geweld, empathie en *need for arousal* geen significante voorspellers zijn van de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's binnen ons model.

5 CONCLUSIE EN DISCUSSIE

Tijdens het lezen van een krant wordt de lezer dikwijls geconfronteerd met dramatische beelden van menselijk lijden. Onder dramatische nieuwsfoto's verstaan we beelden over rellen, achtervolgingen, branden, rampen, dode mensen, uitgehongerde mensen en verwoesting (Vettehen, e.a., 2005). Dergelijke foto's trekken namelijk sneller de aandacht (Barnhurst, 1994; Garcia & Stark, 1991; Mendelson & Thorson, 2004, p. 474; Moses, 2001; Schaap & Pleijter, 2012; Stone, 1987) en ze helpen bij de interpretatie van de tekst (Knobloch, Hastall, Zillmann & Callison, 2003; Zillmann, Knobloch & Yu, 2001). Maar wanneer we even stil staan bij de publicatie van al dat leed, rijst de vraag of het lezerspubliek dergelijke beelden wel *wil* zien. Opdat journalisten rekening kunnen houden met de mening van het publiek over de publicatie van dramatische foto's in een nieuwsmedium, is het immers nodig die mening na te gaan. Dit is dan ook de focus van deze masterproef. Daarnaast werd ook gekeken naar welke subgroepen dramatische nieuwsfoto's als schokkend beoordelen en of deze volgens hen al dan niet gepubliceerd mogen worden in een nieuwsmedium. In het verleden werden immers al vaak inhoudsanalyses uitgevoerd op foto's in kranten (Hanusch, 2010; 2013; Schaap & Pleijter, 2012; Silcock, e.a., 2008), maar over de opinie van het publiek over de publiceerbaarheid van dramatische foto's bestaat nog geen duidelijkheid.

Het belang van deze studie ligt in de bevinding dat de meerderheid van het publiek van mening is dat ze niet beschermd hoeven te worden voor te dramatische foto's. Bovendien wil het publiek liefst zo veel en zo correct mogelijke informatie. Wel zijn het vooral vrouwen die belang hechten aan de privacy van slachtoffers en die soms toch beschermd willen worden. Mannen verkiezen dan weer meer informatie. Leeftijd speelt bij deze attitudes geen rol. Tot slot wordt een close-up foto het meest schokkend en minst geschikt voor publicatie bevonden.

De focus van deze studie lag daarbij ook op het bestuderen van psychologische variabelen die hier mogelijk een invloed op uitoefenen. Het gaat daarbij over empathie, *fear of crime*, attitude tegenover geweld, *sensation seeking*, ethische journalistieke standpunten en enkele socio-demografische kenmerken. Op die manier konden we de populaties identificeren die het moeilijk hebben met de publicatie van dramatische nieuwsfoto's. Samenvattend kunnen we stellen dat de mate waarin een foto schokkend wordt bevonden in de eerste plaats

bepaald wordt door het geslacht, en dit in de zin dat vrouwen de foto's schokkender vinden dan mannen. In de tweede plaats spelen ook de attitude tegenover geweld, de perceptie omtrent recht op privacy van de slachtoffers en *fear of crime* een grote rol in het bepalen of iemand een foto al dan niet schokkend vindt. Tot slot verklaren ook de consumptie van nieuws via kranten en televisie een deel van de variantie in evaluatie van dramatische nieuwsfoto's. Wat betreft de publiceerbaarheid van dramatische beelden zijn de grootste voorspellers de attitudes omtrent journalistieke ethiek (recht op privacy, recht op bescherming van het publiek en recht op informatie). In de tweede plaats zijn de variabelen *fear of crime* en het spelen van gewelddadige videogames ook bepalende factoren van de mate waarin iemand een dramatische foto geschikt vindt voor publicatie in een nieuwsmiddeel. Tot slot zorgt nieuwsconsumptie via internet ook voor een deel van de verklaarde variantie in de publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's.

In wat volgt worden de resultaten van de psychologische variabelen één voor één bediscussieerd. Bovendien werd in deze masterproef ook getracht een bijdrage te leveren aan het wetenschappelijke onderzoeksdomein rond journalistieke ethiek, nieuwsconsumptie en de cultivatie van *fear of crime*. Tot slot worden enkele beperkingen van deze studie besproken en aanbevelingen zowel voor vervolgonderzoek als voor de beroepspraktijk voorgesteld.

5.1 Wetenschappelijke onderzoeksdomeinen

5.1.1 Journalistieke ethiek

Journalisten dragen een grote maatschappelijke verantwoordelijkheid met zich mee omdat ze burgers correct moeten informeren over wat zich afspeelt in onze samenleving. Daarbij worden ze dagelijks geconfronteerd met het morele dilemma tussen enerzijds het recht van burgers om zo correct en volledig mogelijk geïnformeerd te worden en anderzijds het recht van slachtoffers op bescherming van hun privacy (Voets, 2013). Bovendien moeten journalisten ook nog eens een zekere terughoudendheid aan de dag leggen wanneer het gaat om erg gruwelijke beelden die mensen kunnen choqueren. Een moeilijke vraag is dan of dramatische en gruwelijke beelden gepubliceerd moeten worden, of dat men ze beter 'geheim' houdt (Sicoock, Schwalbe & Keith, 2008). Volgens Matelski (1991) moeten

journalisten daarbij rekening houden met de wensen van het publiek. Wat deze wensen van het publiek zijn, werd onder andere in deze studie onderzocht. Wanneer het van het publiek afhangt, is de meerderheid van mening dat journalisten het publiek niet moeten beschermen tegen te schokkende beelden. Bovendien vindt drie vierde van de respondenten dat het publiek recht heeft op zoveel mogelijk informatie, dus ook de schokkende foto's. Wat de bescherming van de privacy van slachtoffers betreft, zijn de meningen ongeveer gelijk. Wat wel opvalt, is dat vrouwen significant meer belang hechten aan een zekere bescherming van het publiek en aan de privacy van slachtoffers. Mannen willen dan weer vooral zo volledig en zo correct mogelijk geïnformeerd worden. Leeftijd speelt daarentegen geen rol.

5.1.2 Nieuwsconsumptie

Deze masterproef tracht onder andere een bijdrage te leveren aan het wetenschappelijk onderzoeksdomein omtrent nieuwsconsumptie. Zo zien we dat vier op vijf respondenten het belangrijk vindt om het nieuws te volgen. De meest populaire manier om op de hoogte te blijven, is het bekijken van websites van kranten en omroepen op de computer. Dit wordt gevolgd door nieuws- en actualiteitenprogramma's op televisie en het bekijken van sociale netwerksites op de computer. Ook radio en nationale kranten blijven veel gebruikte bronnen om het nieuws te volgen. Opvallend is verder ook dat bijna één derde van de respondenten op een gemiddelde dag het nieuws volgt op sociale netwerksites via een smartphone. Maar ook nieuwssites en nieuwsapps op een smartphone zijn populair: iets meer dan één vierde raadpleegt op een gemiddelde dag nieuwssites en nieuwsapps via een smartphone.

5.1.3 Cultivatiehypothese

De cultivatiehypothese stelt dat een hoge blootstelling aan televisie, en nieuws in het bijzonder, kan leiden tot meer angst voor criminaliteit (Gerbner & Gross, 1976; Romer, e.a., 2003). In deze studie kwam geen verband naar voren tussen *fear of crime* en de totale nieuwsconsumptie. Ook wat betreft nieuwsgebruik via internet en televisie zagen we geen impact op *fear of crime*. Er werd echter wel aangetoond dat de consumptie van nieuws via radio en kranten significante voorspellers zijn van *fear of crime*. Wie regelmatig de krant

leest, vertoont meer *fear of crime*, terwijl wie vaak naar de radio luistert net een lagere *fear of crime* score heeft. De bevindingen omtrent nieuwsconsumptie via kranten ligt in lijn met het onderzoek van Grabe en Drew (1997). Zij stelden in hun studie over het cultivatie-effect over verschillende media en mediagenres heen, dat de kracht van kranten niet onderschat mag worden. Wat betreft algemeen televisiegebruik toonden de resultaten ook een significante impact. Wie veel televisiekijkt (alle programma's) scoort hoger op *fear of crime*. Dit ligt in lijn met de oorspronkelijke cultivatiestudie van Gerbner en Gross (1976). Tot slot bleek geslacht echter de grootste voorspeller van *fear of crime*, waarbij vrouwen meer angst rapporteren dan mannen. Dit is één van de meest consistente bevindingen in studies naar *fear of crime* (Ferraro, 1996; Fisher & Sloan, 2003; LaGrange & Ferraro, 1986; Stafford & Galle, 1984; Warr, 1984).

5.2 Evaluatie en publiceerbaarheid

Een eerste belangrijke doelstelling van deze studie was nagaan in welke mate een publiek dramatische nieuwsfoto's schokkend en publiceerbaar vindt. Deze metingen werden in dit onderzoek respectievelijk aangeduid met de termen 'evaluatie' en 'publiceerbaarheid'. Volgens de *appraisal theory* verschillen individuen namelijk in hun reacties op eenzelfde gebeurtenis (Riddle, 2012). Op de vraag hoe schokkend ze de foto's vonden, gaven de respondenten gemiddeld een score van 6.85 (SD = 1.43) op tien. De close-up werd daarbij als meest schokkend beoordeeld terwijl de foto die geografisch nabij was het minst schokkend beoordeeld werd. Op de vraag hoe publiceerbaar ze de beelden vonden voor een nieuwsmiddeel, gaven de respondenten een gemiddelde score van 7.20 (SD = 1.75) op tien. Vervolgens werd ook nagegaan of er een verband was tussen de evaluatie en publiceerbaarheid van iedere nieuwsfoto. De resultaten toonden een significante negatieve correlatie voor alle tien foto's. Dit impliceert dat hoe schokkender de foto beoordeeld werd, hoe minder geschikt voor publicatie de foto bevonden werd.

5.3 Kenmerken foto's

Een tweede belangrijke doelstelling van deze studie was nagaan of de beoordeling van dramatische nieuwsfoto's verschilt naargelang bepaalde kenmerken van het beeld. Over het algemeen werd de close-up foto het meest schokkend en het minst publiceerbaar bevonden.

Foto's verschillen verder ook in hun mate van levendigheid of *vividness*. Bovendien lokken levendige foto's doorgaans sterkere emotionele reacties uit dan niet-levendige foto's (Riddle, 2012, Vettehen, e.a., 2005). In deze studie was dit waar voor drie van de vijf levendige kenmerken. Zo werden nieuwsfoto's met menselijke schade, een jong slachtoffer en expliciete schade significant schokkender beoordeeld dan respectievelijk foto's met materiële schade, een volwassen slachtoffer en impliciete schade. Bij twee aspecten van levendigheid bleken de contrasterende paren (levendig vs. niet-levendig) echter niet significant te verschillen. Ten eerste werd bij de zoomafstand, tegen de verwachtingen in, geen significant verschil gevonden tussen een close-up en een long shot. Een close-up is nabijer, en dus levendiger dan een foto zonder zoom (Messaris, 1997, p. 3; Nisbett & Ross, 1980, p. 45; Vettehen, e.a., 2005). Levendige beelden lokken doorgaans sterkere emotionele reacties uit (Riddle, 2013), dus we verwachtten dat de close-up foto schokkender beoordeeld zou worden dan een long shot. Dit was niet het geval in deze studie. Een mogelijke verklaring voor de afwezigheid van een verschil, is dat het bloed dat te zien was op het long shot sterke reacties uitlokte, waardoor het verschil in evaluatie tussen beide foto's verdween. Ten tweede zagen we ook geen significant verschil tussen de geografisch nabije foto en de foto die geografisch veraf voorstelde. Omdat geografische nabijheid één van de kenmerken van levendigheid is (Hvjard, 2000; Vettehen, e.a., 2005, Nuitjen, 2007), verwachtten we dat de foto uit eigen land schokkender beoordeeld zou worden dan een foto uit het buitenland. Mogelijke verklaringen voor deze tegenstrijdige bevindingen zijn enerzijds dat mensen het bijschrift (Brussel vs. Kiev) niet lazen, anderzijds is het ook mogelijk dat de nieuwsfoto uit Kiev meer dramatische elementen bevatte dan de foto uit België.

5.4 Kenmerken publiek

Een derde hoofddoelstelling van deze masterproef was nagaan welke kenmerken van het publiek samenhangen met de evaluatie en publiceerbaarheid van de nieuwsfoto's. Deze kenmerken zijn: attitudes tegenover journalistieke ethiek, *fear of crime*, gewelddadig mediagebruik, attitude tegenover geweld, empathie, *need for arousal* en enkele socio-demografische kenmerken (geslacht, leeftijd en het hebben van kinderen). Voor elk van deze variabelen werd afzonderlijk en aan de hand van vooropgestelde hypothesen nagegaan wat hun relatie is met de variabelen evaluatie en publiceerbaarheid.

5.4.1 Journalistieke ethiek

Mensen met specifieke attitudes tegenover journalistieke ethiek gaan dramatische nieuwsfoto's ook beoordelen naargelang hun standpunt hierover. Hoe meer men ervan overtuigd is dat het publiek beschermd moet worden voor te gruwelijke beelden, hoe minder de foto's geschikt voor publicatie bevonden worden. Bovendien worden dramatische nieuwsfoto's ook minder publiceerbaar bevonden door mensen die menen dat slachtoffers recht hebben op hun privacy. Anderzijds vinden mensen die van mening zijn dat het publiek het recht heeft om alles, dus ook schokkende zaken, te zien, dramatische nieuwsfoto's wél geschikt voor publicatie.

5.4.2 Fear of crime

Hoe groter de angst voor criminaliteit (*fear of crime*), hoe schokkender en minder geschikt voor publicatie de foto's bevonden werden. De bevinding ligt in lijn met voorgaand onderzoek, dat stelt dat angst voor criminaliteit kan zorgen voor vermijdingsgedrag van bepaalde situaties en stimuli (Smolej & Kivivuori, 2006). Zo stelden Smolej en Kivivuori (2006) vast dat *fear of crime* leidt tot het vermijden van 'gevaarlijke' buurten. Omdat in de huidige studie mensen met een hoge *fear of crime* de beelden als minder geschikt voor publicatie vinden, suggereert dit dat mensen die foto's liever niet in de krant zien. Op die manier toont deze studie aan dat mensen die bang zijn voor criminaliteit niet alleen bepaalde fysieke situaties willen vermijden (d.i. gevaarlijke buurten, Smolej & Kivivuori, 2006), maar ook 'gevaarlijke' of gewelddadige beelden.

5.4.3 Gewelddadig mediagebruik

Hoe groter de consumptie van gewelddadige media (series, films en games), hoe minder schokkend en meer geschikt voor publicatie de foto's bevonden werden. Dit wil zeggen dat personen die vaak gewelddadige series en films bekijken of dikwijls gewelddadige videospelletjes spelen, de dramatische foto's significant minder schokkend beoordelen dan diegenen die zich zelden of nooit bezighouden met dergelijke activiteiten. De eerste groep

vindt de foto's ook meer geschikt om in een nieuwsmedium te publiceren. Deze bevinding geeft steun aan de *desensitization*theorie, die stelt dat personen die herhaaldelijk blootgesteld worden aan mediageweld, minder gevoelig worden voor gewelddadige stimuli. Mensen die minder gevoelig zijn voor geweld zullen geweld ook minder veroordelen of afkeuren.

5.4.4 Attitude tegenover geweld

Hoe positiever de attitude tegenover geweld, hoe minder schokkend en meer publiceerbaar de foto's beoordeeld werden. Iemand met een positieve attitude tegenover geweld denkt namelijk dat geweld de norm is en een geschikte manier is om problemen op te lossen. Deze attitude is vaak het gevolg van een hoge blootstelling aan gewelddadige media (Funk, e.a., 2004; Barkin, e.a., 2001), maar wordt ook beïnvloed door attitudes van de ouders en de sociale klasse (Rule & Ferguson, 1986).

5.4.5 Empathie

Hoe hoger de score op empathie, hoe schokkender en minder geschikt voor publicatie de foto's beoordeeld werden. Dit sluit aan bij de bevindingen van Hoffner en collega's (2009), namelijk dat empathie positief samenhangt met een selectieve blootstelling aan positief nieuws. Het gegeven dat de respondenten uit deze studie die hoog scoren op empathie de foto's minder geschikt voor publicatie vinden dan personen met een lage score op empathie, suggereert dat zij zich liever niet blootstellen aan dramatische nieuwsfoto's.

5.4.6 Need for arousal

Hoe groter de behoefte aan intense prikkels (*need for arousal*), hoe minder schokkend en meer geschikt voor publicatie de foto's bevonden werden. Iemand met een hoge *need for arousal* (*high sensation seeker*) gaat graag op zoek naar intense sensaties en ervaringen. Een dergelijke intense sensatie kan men ook terugvinden bij nieuws over geweld en rampen

(Grabe, e.a., 2000). Dit verklaart de voorkeur van bepaalde individuen voor actie en gewelddadige media (Palmgreen, e.a., 1995).

5.4.7 Leeftijd

Leeftijd is vaak een belangrijke voorspeller van attitudes en voorkeuren. Zo hebben jongeren doorgaans een grotere voorkeur voor negatief nieuws, nieuws over criminaliteit en een tabloid nieuwsstijl dan volwassenen en ouderen (Kleemans, e.a., 2012; The Pew Research Center for the People & the Press, 2008). Wat betreft leeftijd bereikten de resultaten in deze studie echter geen significantie. Het was dus niet zo dat ouderen de foto's schokkender en minder geschikt voor publicatie vonden dan jongeren. Een mogelijke verklaring voor de afwezigheid van dit verband is dat de steekproef veel jongeren bevatte en het aandeel volwassenen, en ouderen in het bijzonder, kleiner was. Toekomstig onderzoek dient daarom ook een meer ouder publiek te bereiken om na te gaan wat de invloed is van leeftijd op de evaluatie en publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's.

5.4.8 Kinderen

Aan de hand van twee verkennende onderzoeksvragen werd nagegaan of het hebben van kinderen een rol speelt in de beoordeling van dramatische nieuwsfoto's. Dit bleek niet het geval te zijn.

5.4.9 Geslacht

Mannen en vrouwen gaan op een verschillende manier om met nieuws (Cho, e.a., 2003; Grabe & Kamhawi, 2006; Kleemans, e.a., 2012; Klein, 2003, Pfau, e.a., 2008; Slone, 2000;). Zo ervaren vrouwen meer angst bij het kijken naar negatief (Klein, 2003; Slone, 2000) en gewelddadig televisienieuws (Pfau, e.a., 2008). Bovendien hebben mannen een grotere voorkeur voor een tabloid nieuwsstijl dan vrouwen (Kleemans, e.a., 2012). De resultaten van deze studie liggen in lijn met voorgaand onderzoek. Vrouwelijke

respondenten beoordeelden alle nieuwsfoto's als meer schokkend en minder publiceerbaar dan mannelijke respondenten. Het effect van geslacht verdween niet na controle voor *fear of crime*, empathie en *need for arousal*.

5.5 Beperkingen en aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Deze masterproef bevat een aantal beperkingen die het vermelden waard zijn voor de interpretatie van de resultaten en om in aanmerking te nemen bij verder onderzoek in dit domein. In eerste instantie was één van de hoofddoelen van de studie om een aantal dramatische nieuwsfoto's aan de respondenten voor te leggen en deze te laten beoordelen. Omdat ook naar bepaalde kenmerken van de respondent gevraagd werd, kon de vragenlijst maar een beperkt aantal beelden bevatten. Wanneer de vragenlijst te lang is kan bij de respondent namelijk *survey fatigue* optreden (Porter, Whitcomb & Weitzer, 2004). Dit is de vermoeidheid die optreedt bij de respondent als gevolg van de lange duur van de vragenlijst. Hierdoor denkt de respondent na verloop van tijd minder na waardoor hij fouten maakt of afhaakt. Om dit te vermijden, werd per foto ook enkel gepeild naar de evaluatie en publiceerbaarheid. Toekomstig onderzoek zou met behulp van bijvoorbeeld diepte-interviews ook dieper kunnen ingaan op de redenen waarom een bepaalde foto al dan niet schokkend bevonden wordt en al dan niet gepubliceerd zou mogen worden. Ook een gecontroleerd experiment zou meer duidelijkheid kunnen bieden. Verder werd gekozen voor tien beelden die verschilden op een aantal aspecten (geografische nabijheid, aard schade, etc.) maar het was natuurlijk onmogelijk om daarmee alle dramatische nieuwsfoto's te vertegenwoordigen. Wat betreft de afwezigheid van een verschil tussen een foto uit België en een foto uit het buitenland (geografische nabijheid), zou bijvoorbeeld dezelfde foto aan twee groepen gepresenteerd kunnen worden: bij de ene groep met het eigen land als bijschrift en bij de andere groep een ver land als bijschrift. Tot slot zouden in een vervolgstudie ook meer extreme beelden onderzocht kunnen worden om na te gaan of de evaluatie en publiceerbaarheid dan anders beoordeeld worden.

In de tweede plaats werd aan de respondenten expliciet gevraagd in welke mate ze de foto schokkend vonden. Dit was een expliciete meting, wat impliceert dat respondenten onmiddellijk toegang hebben tot hun bewuste gevoelens omtrent de foto (Gawronski & Bodenhausen, 2007). Er dient echter rekening mee gehouden te worden dat mensen ook

spontane affectieve reacties vertonen tegenover foto's. Om deze respons te achterhalen bestaan er ook impliciete metingen zoals van de spieractiviteit in het gezicht, huidgeleiding en hartslag (Bradley, e.a., 2001). Onderzoek stelt zelfs dat expliciete en impliciete metingen niet altijd sterk samenhangen (Hazlett & Hazlett, 1999; Lottridge, Chignell & Yasumura, 2012). Bovendien kan ook sociale wenselijkheid ervoor zorgen dat respondenten hun gevoelens en attitudes niet altijd correct rapporteren (King & Bruner, 2000). Mensen zeggen bijvoorbeeld wel dat ze liefst alles willen zien en weten, maar wanneer hen een extreem gruwelijk beeld gepresenteerd wordt, zullen ze daar misschien anders over denken. Ook in deze studie is het dus mogelijk dat respondenten minder geneigd zijn om toe te geven dat ze een bepaald beeld schokkend vinden.

In derde instantie bestond de steekproef voornamelijk uit jonge en vrouwelijke respondenten. Het was moeilijk om veel volwassenen en oudere respondenten te bereiken, en ook mannen bleken minder bereid dan vrouwen om de vragenlijst in te vullen. Hoewel er voldoende volwassen, oudere en mannelijke respondenten in de steekproef zaten, zou het voor toekomstig onderzoek beter zijn om deze groepen meer te vertegenwoordigen. Op die manier kan een meer realistisch beeld geschetst worden van wat het publiek denkt over dramatische foto's in het nieuws.

Ten vierde is er nog een variabele die in toekomstig onderzoek betrokken zou kunnen worden. Het gaat om *compassion fatigue*, of het verschijnsel waarbij nieuwsberichten over schokkende gebeurtenissen in het buitenland naarmate de tijd vordert minder medelijden uitlokken van lezers en kijkers. Dit omdat het publiek niet ziet dat er iets aan de situatie gedaan kan worden en omdat mensen het moeilijk vinden om te begrijpen dat iemand in staat is om dergelijke misdaden tegen de mensheid te plegen (Moeller, 1999). Als gevolg daarvan raakt het publiek uitgeput en haakt het af. Moeller (2001) verwijst in dit opzicht naar de gruwelijke situatie in Rwanda. Hier vond niet alleen de genocide plaats, maar ook brutale verminkingen, vaak tegen kinderen. De publieke reactie op de genocide in Rwanda was eerder terughoudend, niet omdat mensen zich niet ongemakkelijk voelden, maar omdat men zich hulpeloos voelde en niet in staat iets te ondernemen. Bovendien zou volgens Moeller (1999) de schuld liggen bij de media die een te uitgebreide reeks schokkende beelden verspreiden, met onvoldoende achtergrond en duiding. Dit kan een gevolg zijn van de veranderende ideologie van de media over buitenlandberichtgeving, namelijk een verschuiving van een informerende functie naar een entertainmentfunctie (Moeller, 1999).

Tot slot dient men op te merken dat deze masterproef focust op nieuwsfoto's. Het is daarom belangrijk voorzichtig te zijn met het veralgemenen van de conclusies naar beelden uit het televisienieuws. De *Medium Theory* stelt dat verschillen in vormelijke kenmerken van elektronische en print media leiden tot verschillende emotionele en cognitieve reacties (Meyrowitz, 1986). Ook McLuhan poneert met zijn stelling *the medium is the message* dat de boodschap afhankelijk is van het gebruikte medium. Zo is televisie meer emotioneel prikkelend dan print media (Cho, e.a., 2003) omwille van technologische kenmerken, zoals bewegende beelden, close-ups, zoomen, slow motion, tempo en geluid (Lombard & Ditton, 1997).

5.6 Aanbevelingen voor de beroepspraktijk

De pers en journalistiek hebben een grote maatschappelijke verantwoordelijkheid. Ze hebben de taak om burgers correct te informeren over wat zich afspeelt in een samenleving. Daarbij moeten journalisten steeds een afweging maken tussen enerzijds het recht van het publiek om zo veel en zo juist mogelijk te worden geïnformeerd, en anderzijds het recht van éénieder op bescherming van zijn privésfeer en persoonlijk leven. Wanneer er beslist moet worden of een gruwelijk beeld met bijvoorbeeld ernstige menselijke schade in nieuwsmedia getoond zal worden of niet, dan zorgt dit dikwijls voor een moreel dilemma bij journalisten (Voets, 2013). In deze masterproef stonden we stil bij deze kwestie en probeerden we te achterhalen wat nieuwsgebruikers hier eigenlijk zelf over denken. Op die manier kunnen fotografen, journalisten en eindredacteuren ook rekening houden met de wensen van het publiek. Op basis van de bevindingen worden enkele aanbevelingen gedaan voor de beroepspraktijk.

- De meerderheid van het publiek vindt dat ze niet beschermd hoeven te worden tegen schokkende foto's. Het is dus over het algemeen niet nodig dat journalisten meer terughoudendheid aan de dag leggen wat betreft de publicatie van dramatische nieuwsfoto's.
- De helft van het publiek hecht veel belang aan het respecteren van de privacy van slachtoffers. In de toekomst zouden journalisten hier meer rekening mee kunnen houden.

- Vooral vrouwen zijn gevoelig voor de publicatie van dramatische nieuwsfoto's. Nieuwsmedia met een groot vrouwelijk publiek dienen dus extra voorzichtig te zijn met de publicatie van dramatische nieuwsfoto's.
- Journalisten zouden zuiniger kunnen omspringen met de publicatie van dramatische close-ups. De close-up foto in deze studie werd systematisch als meest schokkend en minst publiceerbaar beoordeeld.
- Foto's met menselijke schade, een jong slachtoffer en expliciete schade worden schokkender beoordeeld dan respectievelijk foto's met materiële schade, een volwassen slachtoffer en impliciete schade. Bij de verslaggeving van rampen, ongevallen, oorlog, etc., zouden journalisten kunnen opteren voor minder levendige beelden.

6 REFERENTIELIJST

- Adams, W. C. (1978). Local public affairs content on TV news. *Journalism Quarterly* 55(4), 690–695.
- Andrew, J. E., & Todd, M. T. (2002). Approach–Avoidance Motivation in Personality: Approach and Avoidance Temperaments and Goals. *Journal of Personality and Social Psychology* 82(5), 804–818.
- Arnett, J. (1994). Sensation seeking: a new scale and a new conceptualisation. *Personality and Individual Differences* 16(2), 289–296.
- Atkin, D., Jeffres, L., & Neuendorf, K. (1997). Cultivation and public support for government restrictions on constitutional freedoms. *Mass Communication Review* 24(1-2), 106–124.
- Aust, C. F., & Zillmann, D. (1996). Effects of victim exemplification in television news on viewer perception of social issues. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 73(4), 878–803.
- Bagdasarov, Z., Greene, K., Banerjee, S., Krcmar, M., Yanovitzky, I., & Ruginyte, D. (2010). I Am What I Watch: Voyeurism, Sensation Seeking, and Television Viewing Patterns. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 54(2), 299–315.
- Barnhurst, K. C., & Mutz, D. (1997). American journalism and the decline in event-centered reporting. *Journal of Communication* 47(4), 27–53.
- Baron-Cohen, S., & Wheelwright, S. (2004). The empathy quotient: An investigation of adults with Asperger syndrome or high functioning autism, and normal sex differences. *Journal of Autism and Developmental Disorders* 34(2), 163–175.
- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. New York: Hill and Wang.
- Barkin, S., Kreiter, S., & DuRant, R. H. (2001). Exposure to violence and intentions to engage in moralistic violence during early adolescence. *Journal of Adolescence* 24(6), 777–789.
- Barnett, M. A., Vitaglione, G. D., Harper, K. K. G., Quackenbush, S. W., Steadman, L. A., & Valdez, B. S. (1997). Late adolescents' experiences with and attitudes towards videogames. *Journal of Applied Social Psychology* 27(15), 1316–1334.
- Bradley, M. M., Codisoti, M., Cuthbert, B. N., & Lang, P. J. (2001). Emotion and motivation, I: defensive and appetitive reactions in picture processing. *Emotion* 1(3), 276–298.

- Broersma, M. (2003). *Tegen de trend: Regionale journalistiek in een veranderende samenleving*. Apeldoorn: Wegener.
- Brosius, H. B. (1993). The effects of emotional pictures in television news. *Communication Research* 20(1), 105–124.
- Brosius, H. B., & Bathelt, A. (1994). The utility of exemplars in persuasive communications. *Communication Research* 21(1), 48-78.
- Brosius, H. B., Donsbach, W., & Birk, M. (1996). How Do Text–Picture Relations Affect the Informational Effectiveness of Television Newscasts? *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 40(2), 180–195.
- Brown, J. (1987). News photographs and the pornography of grief. *Journal of Mass Media Ethics* 2(2), 75-81.
- Bushman, B. J., & Huesmann, L. R. (2001). Effects of televised violence on aggression. In D. Singer & J. Singer (Eds.), *Handbook of Children and the Media* (pp. 223-254). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Calvo, M. G., & Lang, P. J. (2004). Gaze patterns when looking at emotional pictures: Motivationally biased attention. *Motivation and Emotion* 28(3), 221–243.
- Chiricos, T., Eschholz, S., & Gertz, M. (1997). Crime, news and fear of crime: Toward an identification of audience effects. *Social Problems* 44(3), 342–357.
- Cho, J., Boyle, M. P., Keum, H., Shevy, M. D., McLeod, D. M., Shah, D. V., & Zhongdang, P. (2003). Media, terrorism, and emotionality: Emotional differences in media content and public reactions to the September 11th terrorist attacks. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 47(3), 309–327.
- Davidson, M. M., & Canivez, G. L. (2012). Attitudes Toward Violence Scale: Psychometric Properties With a High School Sample. *Journal of Interpersonal Violence* 27(18), 3660-3682.
- Dart Center for Journalism and Trauma (2011). *Photography & Trauma*. Geraadpleegd via <http://dartcenter.org/>
- Davis, M. H. (1994). *Empathy: A social psychological approach*. Madison, WI: Brown & Benchmark.
- De Cock, R., d’Haenens, L., De Smedt, J., Schipper, J., Reul, R., Ichau, E., Valcke, P., & Wauters, E. (2013). *Pers en slachtoffers. Rapport*, 298 pp. Leuven: Steunpunt Media.
- Djupsund, G., & Carlson, T. (1998). Trivial stories and fancy pictures? Tabloidization tendencies in Finnish and Swedish regional and national newspapers 1982-1997. *Nordicom Review* 19(1), 101-114.

- Dodge, K. A. (1993). Social cognitive mechanisms in the development of conduct disorder and depression. *Annual Review of Psychology* 44(1), 559–584.
- Donsbach, W., Brosius, H. B., & Mattenklott, A. (1993). How unique is the perspective of television? A field experiment on the perception of a campaign event by participants and television viewers. *Political Communication* 10(1), 37-53.
- Dorfman, L, Woodruff, K., Chavez, V., & Wallack, L. (1997). Youth and violence on local television news in California. *American Journal of Public Health* 87(8), 1311–1316.
- Eisenberg, N., & Lennon, R. (1983). Sex differences in empathy and related capacities. *Psychological Bulletin* 94(1), 100-131.
- Eisenberg, N. (2000). Emotion, regulation, and moral development. *Annual Review of Psychology* 51(1), 665–697.
- Eisenberg, N., Wentzel, N., & Harris, J. D. (1998). The role of emotionality and regulation in empathy-related responding. *School Psychology Review* 27(4), 506–522.
- Elliott, D., & Lester, P. M. (2000). Do minor touch-ups foretell a slide down the slippery slope? *News Photographer* 55(10), 18–21.
- Epstein, E. J. (1973). *News from nowhere. Television and the news*. New York: Random House.
- Frijda, N. (1988). The laws of emotion. *American Psychologist* 43(5), 349-358.
- Farrall, S., Bannister, J., Ditton, J., & Gilchrist, E. (1997). Questioning the measurement of the 'fear of crime;' findings from a major methodological study. *British Journal of Criminology* 37(4), 658-722.
- Fenton, T. (2005). *Bad news: The decline of reporting, the business of news, and the danger to us all*. New York: Regan Books.
- Feshbach, N. (1997). Empathy: The formative years. Implications for clinical practice. In A. C. Bohart & L. S. Greenberg (Eds.), *Empathy reconsidered* (pp. 33-59). Washington, DC: American Psychological Association.
- Ferraro, K. F. (1996). Women's fear of victimization: Shadow of sexual assault? *Social Forces* 75(2), 667-690.
- Fisher, B. S., & Sloan, J. J. III (2003) Unraveling the fear of victimization among college women: Is the 'shadow of sexual assault hypothesis' supported? *Justice Quarterly* 20(3), 633- 659.
- Funk, J. B., Baldacci, H. B., Pasold, T., & Baumgardner, J. (2004). Violence exposure in real-life, video games, television, movies, and the internet: is there desensitization? *Journal of Adolescence* 27(1), 23-39.

- Funk, J. B., Buchman, D. D., Jenks, J., & Bechtoldt, H. (2003). Playing violent video games, desensitization, and moral evaluation in children. *Journal of Applied Developmental Psychology* 24(4), 413-436.
- Gan, S., Hill, J. R., Pschernig, E., & Zillmann, D. (1996). The Hebron massacre, selective reports of Jewish reactions, and perceptions of volatility in Israel. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 40(1), 122–131.
- Garcia, M. R., & Stark, P. (1991). *Eyes on the News*. St. Petersburg, Florida: The Poynter Institute.
- Gauntlett, D., & Hill, A. (1999). *TV living. Television, culture and everyday life*. London, UK: Routledge.
- Gawronski, B., & Bodenhausen, G. V. (2007). Unravelling the processes underlying evaluation: Attitudes from the perspective of the ape model. *Social Cognition* 25(5), 687–717.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with Television: The Violence Profile. *Journal of Communication* 26(2), 173-199.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The mainstreaming of America: Violence profile no. 11. *Journal of Communication* 30(3), 10-29.
- Gibson, M. L. (1991). *Editing in the electronic era*. Ames, IO: Iowa State University Press.
- Gibson, R., & Zillmann, D. (2000). Reading between the photographs: The influence of incidental pictorial information on issue perception. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 77(2), 355–366.
- Gjelten, T. (2001). Compassion fatigue. *Media Studies Journal* 15(1), 72-76.
- Glicksohn, J., & Zuckerman, M. (2013). Sensation seeking. In D. S. Dunn (Ed.), *Oxford bibliographies in psychology*. New York: Oxford University Press.
- Goodwin, H. E. (1983). *Groping for Ethics in Journalism*. Ames, Iowa: Iowa State University.
- Grabe, M. E., & Drew, D. (2007). Crime Cultivation: Comparisons across Media Genres and Channels. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 51(1), 147-171.
- Grabe, M. E., & Kamhawi, R. (2006). Hard wired for negative news? Gender differences in processing broadcast news. *Communication Research* 33(5), 346-369.
- Grabe, M.E., Lang, A., & Zhao, X.Q. (2003). News content and form - Implications for memory and audience evaluations. *Communication Research* 30(4), 387-413.

- Grabe, M.E., Zhou, S., & Barnett, B. (2001). Explicating sensationalism in television news: Content and the bells and whistles of form. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 45(4), 635–655.
- Grabe, M. E., Zhou, S., Lang, A., & Bolls, P. D. (2000b). Packaging television news: The effects of tabloid on information processing and evaluative responses. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 44(4), 581-598.
- Graber, D. A. (1994). The infotainment quotient in routine television news: A director's perspective. *Discourse in Society* 5(4), 483-808.
- Griffin, M. (2004). Picturing America's "War on Terrorism" in Afghanistan and Iraq: Photographic motifs as news frames. *Journalism* 5(4), 381–402.
- Groen, Y., Wijers, A. A., Tucha, O., & Althaus, M. (2013). Are there sex differences in ERPs related to processing empathy-evoking pictures? *Neuropsychologia* 51(1), 142-155.
- Guerra, N., Huesmann, L. R., & Hanish, L. (1995). The role of normative beliefs in children's social behavior. In N. Eisenberg (Ed.), *Review of personality and social psychology, Social development* (pp. 140–158). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Han, S., Fan, Y., & Mao, L. (2008). Gender difference in empathy for pain: An electrophysiological investigation. *Brain Research* 1196(27), 85–93.
- Hale, C. (1996). Fear of crime: A review of the literature. *International Review of Victimology* 4(2), 79–150.
- Hallin, D. C. (1986). *The "uncensored war": The media and Vietnam*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Hanusch, F. (2010). *Representing Death in the News: Journalism, Media and Mortality*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Hanusch, F. (2013). Sensationalizing death? Graphic disaster images in the tabloid and broadsheet press. *European Journal of Communication* 28(5), 497-513.
- Haynes, C. A., Miles, J. N. V., & Clements, K. (2000). A confirmatory factor analysis of two models of sensation seeking. *Personality and Individual Differences* 29(5), 823-839.
- Hazlett, R. L., & Hazlett, S. Y. (1999). Emotional response to television commercials: Facial EMG vs. self-report. *Journal Of Advertising Research* 39(2), 7-23.
- Hirsch, P. M. (1981). On Not Learning from One's Own Mistakes: A Reanalysis of Gerbner et ally's Findings on Cultivation Analysis Part II. *Communication Research* 8(1), 3-37.

- Hoffman, M.L. (1977). Sex differences in empathy and related behaviors. *Psychological Bulletin* 84(4), 712-722.
- Hoffner, C. A., & Levine, K. J. (2005). Enjoyment of Mediated Fright and Violence: A Meta-Analysis. *Media Psychology* 7(2), 207-237.
- Hoffner, C., & Fujioka, Y., Ye, J., & Ibrahim, A. S. (2009). Affecting Exposure to Tragic Television News. *Mass Communication and Society* 12(2), 193-216.
- Houston, J. B., Pfefferbaum, B., & Rosenholtz, C. E. (2012). Disaster News. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 9(4), 606-623.
- Huesman & Guerra (1997). Children's normative beliefs about aggression and aggressive behavior. *Journal of personality and social psychology* 72(2), pp. 408-419.
- Hughes, M. (1980). The Fruits of Cultivation Analysis: A Re-examination of Some Effects of Television Watching. *The Public Opinion Quarterly* 44(3), 287-302.
- Iyer, A., & Oldmeadow, J. (2006). Picture this: Emotional and political responses to photographs of the Kenneth Bigley kidnapping. *European Journal of Social Psychology* 36(5), 635-647.
- Izard, C. E. (1977). *Human emotions*. New York, NY: Plenum.
- Jolliffe, D., & Farrington, D. P. (2006). Development and validation of the Basic Empathy Scale. *Journal of Adolescence* 29(4), 589-611.
- Johnson, R. N. (1996). Bad news revisited: the portrayal of violence, conflict, and suffering on television news. *Journal of Peace Psychology* 2(3), 201–216.
- Kaplan, E. A. (2008). Global trauma and public feelings: Viewing images of catastrophe. *Consumption Markets & Culture* 11(1), 3 - 24.
- King, M. F., & Bruner, G. C. (2000). Social desirability bias: A neglected aspect of validity testing. *Psychology & Marketing* 17(2), 79-103
- King, C., & Lester, P. M. (2005). Photographic coverage during the Persian Gulf and Iraqi Wars in three U.S. newspapers. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 82(3), 623–637.
- Klama, E. K., & Egan, V. (2011). The Big-Five, sense of control, mental health and fear of crime as contributory factors to attitudes towards punishment. *Personality and Individual Differences* 51(5), 613-617.
- Kleemans, M., Vettehen, P. H., Beentjes, J.W.J., & Eisinga, R. (2012). The Influence of Age and Gender on Preferences for Negative Content and Tabloid Packaging in Television News Stories. *Communication Research* 39(5), 679-697.

- Klein, R. D. (2003). Audience reactions to local TV news. *American Behavioral Scientist* 46(12), 1661-1672.
- LaGrange, R. L., & Ferraro, K. F. (1989). Assessing age and gender differences in perceived risk and fear of crime. *Criminology* 27(4), 697-719.
- Lang, A. (1990). Involuntary attention and physiological arousal evoked by structural features and mild emotion in TV commercials. *Communication Research* 17(3), 275-299.
- Lang, A. (2000). The limited capacity model of mediated message processing. *Journal of Communication* 50(1), 46–70
- Leiberg, S., & Anders, S. (2006). The multiple facets of empathy: A survey of theory and evidence. *Progress in Brain Research* 156(1), 419–440.
- Lester, P. (1991). *Photojournalism: An ethical approach*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Liska, A. E., & Baccaglini, W. (1990). Feeling Safe by Comparison: Crime in the Newspapers. *Social Problems* 37(3), 360-374.
- Lombard, M., & Ditton, T. (1997). At the heart of it all: The concept of presence. *Journal of Computer-Mediated Communication* 3(2), 0.
- Lottridge, D., Chignell, M., & Yasumura, M. (2012). Identifying Emotion through Implicit and Explicit Measures: Cultural Differences, Cognitive Load, and Immersion. *IEEE Transactions On Affective Computing* 3(2), 199-210.
- Lowry, D. T., Nio, J. T. C., & Leitner, D. W. (2003). Setting the public fear agenda: longitudinal analysis of network TV crime reporting, public perceptions of crime, and FBI crime statistics. *Journal of Communication* 53(1), 61–73.
- Matelski, M. J. (1991). *TV news ethics*. Boston: Focal Press.
- Mattenklott, A., Donsbach, W., & Brosius, H. B. (1995). Die Realität des Fernsehzuschauers: Die Illusion des Augenzeugen. In B. Franzmann (Ed.), *Auf den Schultern Gutenbergs: Medienökologische Perspektiven der Fernsehgesellschaft* (pp. 252-263). Berlin: Quintessenz.
- McLuhan, M (1994). *Understanding media: the extensions of man*. Cambridge, Mass: MIT press.
- Mendelson, A. L., & Thorson, E. (2004). How verbalizers and visualizers process the newspaper environment. *Journal of Communication* 54(3), 474–491.
- Messaris, P. (1997). *Visual persuasion: The role of images in advertising*. Thousand Oaks, CA: Sage.

- Meyrowitz, J. (1986). *No Sense of Place*. Oxford: Oxford University Press.
- Moeller, S. D. (1999). *Compassion fatigue: How the media sell disease, famine, war, and death*. New York: Routledge.
- Moeller, S. (2001). Compassion fatigue. *Media Studies Journal* 15(1), 108-112.
- Morgan, M. (1986). Television and the Erosion of Regional Diversity. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 30(2), 123-13.
- Mundorf, N., Drew, D., Zillmann, D., & Weaver, J. B. (1990). Effects of disturbing news on recall of subsequently presented news. *Communication Research* 17(5), 601–615.
- Newhagen, J. E. (1998). TV News Images that Induce Anger, Fear and Disgust: Effects on Approach-Avoidance and Memory. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 42(3), 265–76.
- Newhagen, J. E., & Lewenstein, M. (1992). Cultivation and exposure to television following the 1989 Loma Prieta earthquake. *Massa Communication Review* 19(1-2), 49-56.
- Newhagen, J. E., & Reeves, B. (1992). The evening's bad news: Effects of compelling negative television news images on memory. *Journal of Communication* 42(1), 25–41.
- Nuijten, K. (2007). *Sensatie in het Nederlandse televisienieuws 1980-2004*. Nijmegen: Radboud Universiteit.
- O'Keefe, G., & Reid-Nash, K. (1987). Crime News and Real-World Blues: The Effects of the Media on Social Reality. *Communication Research* 14(2), 147 – 163.
- Palmgreen, P., Lorch, E., Donohew, L., Harrington, N., D'Silva, M., & Helm, D. (1995). Reaching at-risk populations in a mass media drug abuse prevention campaign: Sensation seeking, message sensation value, and drug use as mediators of PSA effectiveness. *Drug and Society* 8(3), 29–45.
- Patterson, O., III. (1984). Television's living room war in print: Vietnam in the news magazines. *Journalism Quarterly* 61(1), 35-39.
- Perlmutter, D. D., & Major, L. H. (2004). Images of horror from Fallujah. *Nieman Reports* 58(2), 71–77.
- Pew Research Center for the People and the Press. (2001). *American psyche reeling from terror attacks: September 79 Survey Report*. Washington, DC: Pew Research Center.
- Pew Research Center for the People and the Press. (2004, 5 april). *Public support for war is steady, but Bush job ratings slip after Falluja*. Geraadpleegd via: <http://people-press.org>

- Pew Research Center for the People & the Press (2008). *Audience segments in a changing news environment. Key news audiences now blend online and traditional sources.* Geraadpleegd via <http://people-press.org>
- Pfau, M., Haigh, M., Fifrick, A., Holl, D., Tedesco, A., Cope, J., Nunnally, D., Schiess, A., Preston, D., Roszkowski, P., & Martin, M. (2006). The effects of print news photographs of the casualties of war. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 83(1), 150–168.
- Pfau, M., Haigh, M. M., Shannon, T., Tones, T., Mercurio, D., Williams, R., Binstock, B., Diaz, C., Dillard, C., Browne, M., Elder, C., Reed, S., Eggers, A., & Melendez, J. (2008). The influence of television news depictions of the images of war on viewers. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 52(2), 303-320.
- Porter, S. P., Whitcomb, M. E., & Weitzer, W. H. (2004). Multiple Surveys of Students and Survey Fatigue. *New Directions for Institutional Research* 1(121), 63-73.
- Potter, W. J. (1993). Cultivation Theory and Research: A conceptual Critique. *Human Communication Research* 19(4), 564-601.
- Raad voor de Journalistiek (2003). *Richtlijn over de omgang van de pers met slachtoffers.* Brussel: VZW Vereniging van de Raad voor de Journalistiek.
- Raad voor de Journalistiek (2009). *Richtlijn over beeldbewerking en het gebruik van archiefbeelden.* Brussel: VZW Vereniging van de Raad voor de Journalistiek.
- Raad voor de Journalistiek (2013). *Code van de Raad voor de Journalistiek.* Brussel: VZW Vereniging van de Raad voor de Journalistiek.
- Rainey, J. (2005, 21 mei). Unseen pictures, untold stories. *Los Angeles Times.* Geraadpleegd via www.latimes.com
- Reniers, R. E. P., Corcoran, R., Drake, R., Shryane, N., & Völlm, B. (2011). The QCAE: A Questionnaire of Cognitive and Affective Empathy. *Journal of Personality Assessment* 93(1), 84-95.
- Riddle, K. (2012). Young Adults' Autobiographical Memories of Frightening News Stories Seen During Childhood. *Communication Research* 39(6), 738-756.
- Riddle, K. (2013). Transportation into Vivid Media Violence: A Focus on Attention, Emotions, and Mental Rumination. *Communication Quarterly* 61(4), 446-462.
- Roeder, G. H., Jr. (1993). *The censored war: America visual experience during World War Two.* New Haven, CT: Yale University Press.
- Romano, A. (2003). News execs defend their use of gruesome images. *Broadcasting & Cable* 133(30), 9.

- Romer, D., Jamieson, K. H., & Aday, S. (2003). Television news and the cultivation of fear of crime. *Journal of Communication* 53(1), 88-104.
- Roseman, I. J., Antoniou, A. A., & Jose, P. E. (1996). Appraisal determinants of emotions: constructing a more accurate and comprehensive theory. *Cognition and Emotion* 10(3), 241–277.
- Rothstein, A. (1974). *Photojournalism*. New York: Amphoto.
- Rule, B. K., & Ferguson, T. J. (1986). The effects of media violence on attitudes, emotions and cognitions. *Journal of Social Issues* 42(3), 29–50.
- Sakamoto, A. (1994). Video game use and the development of sociocognitive abilities in children: Three surveys of elementary school children. *Journal of Applied Social Psychology* 24(1), 21–42.
- Schaap, G., & Pleijter, A. (2012). Sensationalism in front page photographs: Content analysis of Dutch popular and quality newspapers. *Tijdschrift Voor Communicatiewetenschap* 40(1), 71-86.
- Scherer, K. R. (1984). On the nature and function of emotion: A component process approach. In K. R. Scherer & P. Ekman (Eds.), *Approaches to emotion* (pp. 293-317). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Scherer, K. S. (2001). Appraisal considered as a process of multilevel sequential checking. In K. R. Scherer, A. Schorr & T. Johnstone (Eds.), *Appraisal processes in emotion* (pp. 92-120). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Sharkey, J. (1993). When pictures drive foreign policy: Somalia raises serious questions about media influence. *American Journalism Review* 15(10), 14-19.
- Silcock, B. W., Schwalbe, C. B., & Keith, S. (2008). “Secret” Casualties: Images of Injury and Death in the Iraq War across Media Platforms. *Journal of Mass Media Ethics* 23(1), 36-50.
- Slattery, K. L., & Hakanen, E. A. (1994). Sensationalism versus public affairs content of local TV news: Pennsylvania revisited. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 38(2), 205–216.
- Slone, M. (2000). Responses to media coverage of terrorism. *Journal of Conflict Resolution* 44(4), 508-522.
- Smyth, F., & Height, J. (2003). *Tragedies and Journalists: VII*. Amerika: Dart Center for Journalism & Trauma.
- Snedker, K.A. (2006). Altruistic and vicarious fear of crime: Fear for others and gendered social roles. *Sociological Forum* 21(2), 163-195.

- Sontag, S. (2002). Looking at war: Photography's view of devastation and death. *The New Yorker* 78(38), 82–98.
- Sontag, S. (2003). *Regarding the pain of others*. New York: Farrar, Strauss and Giroux.
- Sparks, G. G. (2010). *Media Effects Research: a basic overview*. Boston: Wadsworth
- Steunpunt Media (2012). *Nieuwsmonitor 11: Nieuws voor de meerwaardezoeker*. Geraadpleegd via <http://www.steunpuntmedia.be/wp-content/uploads/2012/10/Nieuwsmonitor-11.pdf>
- Stafford, M., & Galle, O. (1984). Victimization rates, exposure to risk, and fear of crime. *Criminology* 22(2), 173-185.
- Smolej, M., & Kivivuori, J. (2006). The Relation between Crime News and Fear of Violence. *Journal of Scandinavian Studies in Criminology and Crime Prevention* 7(2), 211-227.
- Thomas, M. H., Horton, R. W., Lippincott, E. C., & Drabman, R. S. (1977). Desensitization to portrayals of real-life aggression as a function of exposure to television violence. *Journal of personality and social psychology* 35(6), 450 – 458.
- Tsang, K. (1984). News photos in Time and Newsweek. *Journalism Quarterly* 61(2), 578–584.
- Van Der Molen, J.H.W. (2004). Violence and suffering in television news: toward a broader conception of harmful television content for children. *Pediatrics* 113(6), 1771-1775.
- Vettehen, P. H., Nuijten, K., & Beentjes, J. (2005). News in an age of competition: the case of sensationalism in Dutch television news, 1995-2001. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 49(3), 282-314.
- Voets, F. (2013). *Journalistieke ethiek* [cursustekst]. Brussel: Hogeschool-Universiteit Brussel.
- Warr, M. (1984). Fear of victimization: Why are women and the elderly more afraid? *Social Science Quarterly* 65(3), 681-702.
- Warr, M., & Ellison, C. G. (2000). Rethinking social reactions to crime: Personal and altruistic fear in family households. *American Journal of Sociology* 106(3), 551-578.
- Wegner, D. M., & Bargh, J. A. (1998). Control and automaticity in social life. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology* (pp. 446-496). Boston: McGraw-Hill.
- Wilson, J., & Musick, M. (1997). Who cares? Toward an integrated theory of volunteer work. *American Sociological Review* 62(5), 694- 713.

- Woodruff, J. C. (2001). Compassion fatigue. *Media Studies Journal* 15(1), 84-88.
- Wright, J. C., Kunkel, D., Pinon, M., & Huston, A. C. (1989). How Children Reacted to Televised Coverage of the Space Shuttle Disaster. *Journal of Communication* 39(2), 27-45.
- Young, V. D. (1992). Fear of victimization and victimization rates among women: A paradox? *Justice Quarterly* 9(3), 419-441.
- Zillmann, D. (1994). Cognition-excitation interdependencies in the escalation of anger and angry aggression. In M. Potegal & J. F. Knutson (Eds.), *The dynamics of aggression: Biological and social processes in dyads and groups* (pp. 45–71). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Zillmann, D. (1998). The psychology of the appeal of portrayals of violence. In J. H. Goldstein (Ed.), *Why we watch: The attractions of violent entertainment* (pp. 179-211). New York: Oxford University Press.
- Zillmann, D., Gibson, R., & Sargent, S. L. (1999). Effects of photographs in news-magazine reports on issue perception. *Media Psychology* 1(3), 207–228.
- Zillmann, D., Knobloch, S., & Yu, H. (2009). Effects of Photographs on Selective Reading of News Reports. *Media Psychology* 3(4), 301-324.
- Zillmann, D., Taylor, K., & Lewis, K. (1998). News as non-fiction theatre: How dispositions toward the public cast of characters affect reactions. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 42(2), 153–169.
- Zuckerman, M. (1994). *Behavioral expressions and biological bases of sensation seeking*. New York: Cambridge University Press.
- Zuckerman, M., Eysenck, S. B., & Eysenck, H. J. (1978). Sensation seeking in England and America: Cross- cultural, age and sex comparisons. *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 46(1), 139-149.
- Zuckerman, M., & Litle, P. (1986). Personality and curiosity about morbid and sexual events. *Personality and Individual Differences* 7(1), 49–56.

7 BIJLAGEN

7.1 Bijlage 1 - Tabel 3

Tabel 3: Geraadpleegde nieuwsbronnen op een gemiddelde dag

Nieuwsbron	Percentage
Computer: nieuwssites van kranten en/of omroepen	85%
Televisie: nieuws- en actualiteitenprogramma's	73.4%
Computer: sociale netwerksites	67.9%
Radio	66.7%
Nationale kranten	61.7%
Gratis kranten	38.1%
Mobiele telefoon: sociale netwerksites	32.1%
Week- en maandbladen	27.8%
Mobiele telefoon: nieuwssites	26.1%
Mobiele telefoon: nieuwsapps	26.1%
Televisie: teletekst	17.8%
Lokale/regionale kranten	17.3%
Tablet: nieuwssites	14.3%
Tablet: sociale netwerksites	10.3%
Computer: overige nieuwssites	8.5%
Computer: blogs	6.3%
Tablet: blogs	1.8%
Mobiele telefoon: blogs	1.5%
eReader	.8%

7.2 Bijlage 2 - Tabel 4

Tabel 4: Gemiddelde score 'Hoe schokkend vindt u deze foto op een schaal van 1 tot 10'

	N	Gemiddelde	Standaarddeviatie
<i>Gemiddelde evaluatie nieuwsfoto's</i>	359	6,85	1,43
Foto 1 (geografisch dichtbij)	379	4,94	2,16
Foto 2 (geografisch veraf)	392	6,60	1,99
Foto 3 (close-up)	398	8,23	1,70
Foto 4 (long shot)	397	8,16	1,73
Foto 5 (menselijke schade)	395	7,08	2,09
Foto 6 (materiële schade)	389	6,17	2,30
Foto 7 (jong slachtoffer)	397	8,01	1,87
Foto 8 (volwassen slachtoffer)	389	5,68	2,14
Foto 9 (expliciete schade)	397	7,08	2,01
Foto 10 (impliciete schade)	379	5,49	2,16

7.3 Bijlage 3 – Tabel 5

Tabel 5: Gemiddelde score ‘In welke mate vindt u dat deze foto in een nieuwsmedium gepubliceerd kan worden op een schaal van 1 tot 10’

	N	Gemiddelde	Standaarddeviatie
<i>Gemiddelde publiceerbaarheid foto's</i>	368	7,20	1,75
Foto 1 (geografisch dichtbij)	396	8,00	2,08
Foto 2 (geografisch veraf)	397	7,54	2,20
Foto 3 (close-up)	381	5,55	2,71
Foto 4 (long shot)	382	5,90	2,68
Foto 5 (menselijke schade)	393	6,90	2,52
Foto 6 (materiële schade)	396	7,78	2,22
Foto 7 (jong slachtoffer)	393	6,80	2,55
Foto 8 (volwassen slachtoffer)	397	7,94	2,03
Foto 9 (expliciete schade)	393	6,65	2,43
Foto 10 (impliciete schade)	397	7,89	2,04

7.4 Bijlage 4 - Tabel 6

Tabel 6: Dependent T-test voor evaluatie nieuwsfoto's per contrasterend paar

	Z
Foto 1 (geografisch dichtbij) - Foto 2 (geografisch veraf)	-14.50***
Foto 3 (close-up) - Foto 4 (long shot)	-.811
Foto 5 (menselijke schade) - Foto 6 (materiële schade)	-8.41***
Foto 7 (jong slachtoffer) - Foto 8 (volwassen slachtoffer)	-15.99***
Foto 9 (expliciete schade) - Foto 10 (impliciete schade)	-13.45***

*** $p < .001$.

7.5 Bijlage 5 - Tabel 7

Tabel 7: Meervoudige hiërarchische regressie op fear of crime

		B	SE B	Beta	t	R²
Stap 1	Constant	1.60	.12		13.15***	.04***
	Geslacht	.31	.07	.21	4.32***	
Stap 2	Constant	1.42	.15		9.79***	.05*
	Geslacht	.31	.07	.21	4.32***	
	Algemeen televisiekijken	.05	.02	.11	2.19*	
Stap 3	Constant	1.30	.18		7.13***	.07*
	Geslacht	.34	.07	.23	4.64***	
	Algemeen televisiekijken	.05	.02	.13	2.48*	
	Nieuwsconsumptie: televisie	-.02	.0	-.05	-.90	
	Nieuwsconsumptie: radio	-.03	.01	-.10	-1.69*	
	Nieuwsconsumptie: krant	.05	.02	.16	3.07**	
	Nieuwsconsumptie: internet	.012	.015	.04	.81	

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$.

7.6 Bijlage 6 - Tabel 8

Tabel 8: Hiërarchische lineaire regressie op evaluatie nieuwsfoto's

		B	SE B	Beta	T	R²
Stap 1	Constant	5.32	.27		19.84***	.08***
	Geslacht	.92	.16	.30	5.93***	
Stap 2	Constant	5.22	.33		16.06***	.10**
	Geslacht	.94	.16	.31	5.94***	
	Nieuwsconsumptie: televisie	.07	.03	.12	2.18*	
	Nieuwsconsumptie: krant	-.06	.03	-.11	-2.06*	
Stap 3	Constant	5.26	.56		9.84***	.14***
	Geslacht	.69	.17	.23	4.12***	
	Nieuwsconsumptie: televisie	.07	.03	.12	2.28*	
	Nieuwsconsumptie: krant	-.07	.03	-.13	-2.39*	
	Recht op privacy	.25	.10	.12	2.36*	
	Fear of crime	.25	.11	.12	2.30*	
	Attitude tegenover geweld	-.42	.17	-.13	-2.50*	

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$.

7.7 Bijlage 7 - Tabel 9

Tabel 9: Hiërarchische lineaire regressie op publiceerbaarheid nieuwsfoto's

		B	SE B	Beta	T	R²
Stap 1	Constant	6.72	.23		29.67***	.01***
	Nieuwsconsumptie: internet	.10	.04	.13	2.45*	
Stap 2	Constant	6.55	.80		8.23***	.30***
	Nieuwsconsumptie: internet	.08	.03	.10	2.32*	
	Recht op privacy	-.40	.12	-.16	-3.23***	
	Recht op bescherming van het publiek	-.73	.17	-.23	-4.22***	
	Recht op informatie	1.00	.17	.30	5.99***	
Stap 3	Constant	6.27	.81		7.75***	.32***
	Nieuwsconsumptie: internet	.07	.03	.09	2.05*	
	Recht op privacy	-.38	.12	-.15	-3.09**	
	Recht op bescherming van het publiek	-.56	.18	-.17	-3.08**	
	Recht op informatie	1.06	.17	.32	6.30***	
	Gewelddadige videogames	.17	.08	.10	2.09*	
	<i>Fear of crime</i>	-.27	.12	-.11	-2.32*	

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$.

7.8 Bijlage 9 – Nieuwsfoto's

Foto 1



Bron	Onbekend
Gepubliceerd in	Gazet van Antwerpen (http://www.gva.be/nieuws/binnenland/aid1100256/confrontaties-met-politie-bij-betoging-tegen-kabila-in-brussel.aspx)
	Vandaag (http://www.vandaag.be/binnenland/86074_confrontaties-met-politie-bij-betoging-tegen-kabila-in-brussel.html)
	Het Belang van Limburg (http://www.hbvl.be/nieuws/binnenland/aid1100256/confrontaties-met-politie-bij-betoging-tegen-kabila-in-brussel.aspx)
	Zita (http://www.zita.be/1619292_16-agenten-gewond-bij-betoging-tegen-kabila-in-brussel.html)
Datum	18.12.2011
Plaats	Brussel
Beschrijving	Betoging tegen Kabila
Motivatie keuze	Geografisch dichtbij

Foto 2



Bron	Reuters
Gepubliceerd in	Nrc (http://www.nrc.nl/inbeeld/2014/02/19/kiev-staat-in-brand/) NBC News (http://www.nbcnews.com/storyline/ukraine-crisis/what-are-ukrainians-fighting-5-things-know-about-unrest-n33246) Het Belang van Limburg (http://album.hbvl.be/foto-album/oorlog-in-de-straten-van-kiev.aspx)
Datum	18.02.2014
Plaats	Kiev
Beschrijving	Agenten van de oproerpolitie slaan in op een betoger
Motivatie keuze	Geografisch veraf

Foto 3



Bron	Reuters / Noor Khamis
Gepubliceerd in	Nrc (http://www.nrc.nl/inbeeld/2013/12/23/geweld-in-2013-van-vechtende-kinderen-tot-bomexplosies/#foto56985) Daily Mail (http://www.dailymail.co.uk/news/article-2428875/Kenya-mall-shooting-survivors-reveal-gunman-executed-non-Muslims.html)
Datum	21.09.2013
Plaats	Nairobi, Kenia
Beschrijving	Een gewonde vrouw roept om hulp nadat gewapende mannen in Nairobi winkelcentrum Westgate binnenstormden en tientallen mensen doodschoten.
Motivatie keuze	Close-up

Foto 4



Bron

Jerome Sessini

Gepubliceerd in

De Standaard

http://www.standaard.be/cnt/DMF20140220_057?pid=3105063

Datum

21.02.2014

Plaats

Kiev

Beschrijving

Betoging

Motivatie keuze

Long shot

Foto 5



Bron	AFP
Gepubliceerd in	Knack (http://www.knack.be/nieuws/in-beeld-enorme-ravage-na-treinramp-santiago-de-compostela-nieuwe-beelden/diaporama-normal-76373.html) De Standaard (http://www.standaard.be/cnt/dmf20130826_030) Nrc (http://www.nrc.nl/inbeeld/2013/07/25/ravage-na-treinramp-in-spanje/) De Volkskrant (http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2664/Nieuws/article/detail/3481463/2013/07/25/Ramptrein-Spanje-reed-140-kilometer-per-uur-te-hard.dhtml)
Datum	24.07.2013
Plaats	Santiago De Compostela, Spanje
Beschrijving	Treincrash
Motivatie keuze	Menselijke schade

Foto 6



Bron	Photo News
Gepubliceerd in	Nieuwsblad (http://www.nieuwsblad.be/article/detail.aspx?articleid=DMF20131203_00868945) Gazet van Antwerpen (http://www.gva.be/nieuws/binnenland/aid1499108/minstens-een-dode-bij-massale-kettingbotsing-in-zonnebeke.aspx) Knack (http://kw.knack.be/west-vlaanderen/nieuws/algemeen/fotospecial-hallucinante-beelden-van-kettingbotsingen-a19/album-4000464932558.htm) De Standaard (http://www.standaard.be/cnt/dmf20131203_00868947) Het Laatste Nieuws (http://www.hln.be/hln/nl/9096/Belgie/photoalbum/detail/1751495/1340707/8/Enorme-ravage-op-A19.dhtml)
Datum	03.12.2013
Plaats	Zonnebeke, België
Beschrijving	Kettingbotsing
Motivatie keuze	Materiële schade

Foto 7



Bron	EPA/ Manu Brabo
Gepubliceerd in	Nrc (http://www.nrc.nl/inbeeld/2014/03/14/drie-jaar-bloedvergieten-in-syrie/#foto61265) La Vanguardia (http://www.lavanguardia.com/comunicacion/20130416/54372453114/manu-brabo-premio-pulitzer.html)
Datum	16.04.2013
Plaats	Alepo, Syrië
Beschrijving	Een Syrische man huilt terwijl hij het lichaam van zijn zoon vasthoudt, in Aleppo. De jongen werd gedood door het Syrische leger.
Motivatie keuze	Kindslachtoffer

Foto 8



Bron

Reuters

Gepubliceerd in

De Standaard

(http://www.standaard.be/cnt/dmf20121019_00341554)

Nrc (<http://www.nrc.nl/inbeeld/2012/12/29/pijn-verdriet-en-ellende-de-meest-beladen-momenten-van-2012/#foto35151>)

Al Jazeera

(<http://www.aljazeera.com/indepth/inpictures/2012/10/20121019135526282172.html>)

Datum

19.10.2012

Plaats

Beiroet, Libanon

Beschrijving

Een gewonde vrouw wordt weggebracht na de bomaanslag in de wijk Ashrafieh in Beiroet.

Motivatie keuze

Volwassen slachtoffer

Foto 9



Bron	Magnum photos/ Jerome Sessini
Gepubliceerd in	De Standaard (http://www.standaard.be/cnt/dmf20140220_057)
Datum	21.02.2014
Plaats	Kiev
Beschrijving	Betoging
Motivatie keuze	Impliciete schade

Foto 10



Bron	Reuters
Gepubliceerd in	Nieuwsblad (http://www.nieuwsblad.be/article/detail.aspx?articleid=DMF20140313_01023625) De Volkskrant (http://m.volkskrant.nl/vk/m/nl/2664/Nieuws/article/detail/3613029/2014/03/14/VS-dreigt-met-forsere-maatregelen-tegen-Rusland.dhtml?originatingNavigationItemId=2) De Standaard (http://www.standaard.be/cnt/dmf20140313_01023622)
Datum	13.03.2014
Plaats	Donetsk, Krim, Rusland
Beschrijving	Het kwam tot hevige gevechten tussen voor- en tegenstanders van de Russische interventie op de Krim
Motivatie keuze	Expliciete schade

7.9 Bijlage 10 - Websurvey

Beste,

Voor mijn masterproef Journalistiek aan de HUBrussel/KU Leuven onderzoek ik het gebruik van nieuwsfoto's. Daarbij is uw mening erg van belang voor mij. Het invullen van mijn online vragenlijst duurt ongeveer 15 minuten.

De vragenlijst toont mogelijk schokkende nieuwsfoto's. Deelnemen is vrijblijvend, maar u zou er mij een grote dienst mee bewijzen. Bovendien kan u door deze vragenlijst volledig in te vullen een fnacbon van 15 euro winnen! Alle gegevens worden vertrouwelijk en anoniem behandeld. Ik weet dus niet wie deze vragenlijst heeft ingevuld, en de gegevens worden enkel gebruikt voor het onderzoek. Ik ben geïnteresseerd in uw mening. Er zijn dus geen foutieve antwoorden mogelijk.

Alvast heel erg bedankt voor uw medewerking!

Met vriendelijke groeten,

Emilie Bossens

Indien u nog vragen heeft over dit onderzoek, kan u altijd contact opnemen via dit e-mailadres: emilie.bossens@student.kuleuven.be

Ik ben een

- man
- vrouw

Wat is uw leeftijd?

In welke mate gaat u akkoord met volgende stellingen?

	Helemaal niet akkoord	Eerder niet akkoord	Eerder wel akkoord	Helemaal akkoord
Het lijkt me interessant om met iemand van een ander land te trouwen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Als het water heel koud is zwem ik liever niet, zelfs als het een heel warme dag is	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik zet mijn muziek graag heel luid	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bij een uitstap kan je best zo weinig mogelijk op voorhand plannen en gewoon afwachten wat er gebeurt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik kijk niet graag naar enge of extreem spannende films	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind het leuk en spannend om voor een groep te spreken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wanneer ik naar een pretpark ga, verkies ik de spannende en snelle attracties	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik zou graag reizen naar verre en vreemde landen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik zou het leuk vinden om één van de eerste ontdekkers te zijn van een onbekend land	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik kijk graag naar films met veel ontploffingen en achtervolgingsscènes met auto's.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het lijkt me interessant om een auto-ongeval te zien gebeuren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ik hou van het gevoel van op grote hoogte helemaal op de rand te staan en dan naar beneden te kijken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Als het mogelijk zou zijn om gratis de maan of een andere planeet te bezoeken, zou ik dat zeker direct willen doe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het lijkt me heel spannend om in een gevecht betrokken te zijn tijdens een oorlog	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

In welke mate gaat u akkoord met volgende stellingen?

	Helemaal niet akkoord	Eerder niet akkoord	Wel en niet akkoord	Eerder wel akkoord	Helemaal akkoord
De emoties van mijn vrienden hebben niet zoveel invloed op mij	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nadat ik bij een vriend(in) ben geweest die verdrietig was, voel ik me vaak ook verdrietig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik begrijp de vreugde van een vriend(in) wanneer iets goed ging	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik word bang als ik de personages in een heel enge film zie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik kan me gemakkelijk inleven in de emoties van andere mensen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind het moeilijk om te zien als mijn vrienden bang zijn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik word niet verdrietig als ik andere mensen zie huilen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De gevoelens van andere mensen kunnen me niet veel schelen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wanneer iemand anders verdrietig is, kan ik meestal begrijpen hoe hij/zij zich voelt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meestal valt het me op wanneer mijn vrienden bang zijn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik word vaak verdrietig wanneer ik triestige dingen zie op tv of in een film	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Vaak begrijp ik hoe iemand zich voelt, nog voor hij/zij het me vertelt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wanneer ik iemand zie die boos is, dan heeft dat geen invloed op mijn eigen gevoelens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meestal zie ik wanneer mensen goed gezind zijn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Als ik bij vrienden ben die bang zijn, word ik meestal ook bang	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik merk snel op wanneer een vriend(in) boos is	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik word vaak meegesleept in de gevoelens van een vriend(in)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het doet me niets wanneer een vriend(in) ongelukkig is	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meestal ben ik me niet bewust van de gevoelens van een vriend(in)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind het moeilijk om te zien wanneer mijn vrienden gelukkig zijn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hoeveel zorgen maakt u zich om volgende dingen die zouden kunnen gebeuren?

	Helemaal geen zorgen	Een beetje zorgen	Tamelijk wat zorgen	Heel veel zorgen
Iemand die in uw huis zal inbreken en dingen zal stelen of vernietigen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Iemand die uw voertuig zal stelen of vernietigen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Iemand die uw huis (vanbinnen of vanbuiten) zal vandaliseren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Iemand die u zal beroven	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Iemand die u zal aanranden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hoeveel keer bent u de afgelopen vijf jaar slachtoffer geweest van één van deze criminele feiten?

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5 of meer

Hoe groot schat u de kans in, dat u het komende jaar slachtoffer zal worden van één van deze criminele feiten?

- Heel kleine kans
- Eerder kleine kans
- Gemiddeld
- Eerder grote kans
- Heel grote kans

Hoeveel zorgen maakt u zich over volgende dingen die zouden kunnen gebeuren?

	Helemaal geen zorgen	Een beetje zorgen	Tamelijk wat zorgen	Heel veel zorgen
Heel ziek worden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Betrokken zijn bij een verkeersongeluk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het slachtoffer worden van criminaliteit of geweld	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Brand in huis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het uitbreken van een oorlog in Europa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

In welke mate gaat u akkoord met volgende stellingen?

	Helemaal niet akkoord	Eerder niet akkoord	Eerder wel akkoord	Helemaal akkoord
Geweld moet bestraft worden met geweld	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De doodstraf moet deel uitmaken van de strafwet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een gevangene verdient het om mishandeld te worden door andere gevangenen in de gevangenis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elk land moet steeds klaarstaan met een sterk leger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De productie van wapens is noodzakelijk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oorlog is soms noodzakelijk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De overheid moet gewapende soldaten sturen om een gewelddadig opstand in een universiteit onder controle te houden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ons nationaal leger moet agressief zijn in andere landen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het doden van burgers maakt onvermijdelijk deel uit van oorlog	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ons land heeft het recht om haar grenzen krachtig te bewaken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Volgende vragen gaan over uw nieuwsgebruik. Kunt u op onderstaande schaal aangeven hoe belangrijk het volgen van het nieuws voor u is?

- Helemaal niet belangrijk
- Eerder niet belangrijk
- Neutraal
- Eerder wel belangrijk
- Heel belangrijk

Welke bronnen gebruikt u op een gemiddelde dag voor het raadplegen van nieuws? U kan meerdere antwoorden aanduiden.

- Nationale kranten
- Lokale/regionale kranten
- Gratis kranten
- Week- en maandbladen (zoals Knack, MO*,...)
- Televisie: nieuws- en actualiteitsprogramma's (Koppen, De Zevende Dag, Terzake,...)
- Televisie: teletekst
- Radio
- Computer: nieuwssites van kranten en/of omroepen
- Computer: overige nieuwssites (zoals nieuwsmonkey.nl)
- Computer: sociale netwerksites (zoals Facebook, Hyves of Twitter)
- Computer: blogs
- Mobiele telefoon: nieuwssites
- Mobiele telefoon: nieuwsapps
- Mobiele telefoon: sociale netwerksites (zoals Facebook of Twitter)
- Mobiele telefoon: blogs
- Tablet (zoals iPad): nieuwssites
- Tablet (zoals iPad): sociale netwerksites (zoals Facebook of Twitter)
- Tablet (zoals iPad): blogs
- eReader
- Anders, namelijk _____
- Geen van bovengenoemde

Hoe vaak kijkt u gemiddeld per week naar nieuws- en actualiteitenprogramma's* op de televisie? *Dit zijn programma's zoals Het Journaal, Koppen, De Zevende Dag en Terzake.

- 1 dag per week
- 2 dagen per week
- 3 dagen per week
- 4 dagen per week
- 5 dagen per week
- 6 dagen per week
- Iedere dag
- Nooit

Answer If Hoe vaak kijkt u gemiddeld per week naar nieuws- en actualiteitenprogramma's* op de televisie? *Dit zijn programma's zoals Het Journaal, Koppen, De Zevende Dag en Terzake. Nooit Is Not Selected

Op een dag dat u naar nieuws- en actualiteitenprogramma's op de televisie kijkt, hoeveel minuten spendeert u daar dan gemiddeld aan?

- Tot 20 minuten per dag
- 20 – 40 minuten per dag
- 40 minuten tot 1 uur per dag
- 1 uur tot 1.5 uur per dag
- 1.5 uur tot 2 uur per dag
- Meer dan 2 uur per dag

Hoe vaak luistert u gemiddeld per week naar nieuws- en actualiteitenprogramma's op de radio?

- 1 dag per week
- 2 dagen per week
- 3 dagen per week
- 4 dagen per week
- 5 dagen per week
- 6 dagen per week
- Iedere dag
- Nooit

Answer If Hoe vaak luistert u gemiddeld per week naar nieuws- en actualiteitenprogramma's op de radio?<o:p></o:p> Nooit Is Not Selected

Op een dag dat u naar nieuws- en actualiteitenprogramma's op de radio luistert, hoeveel minuten spendeert u daar dan gemiddeld aan?

- Tot 10 minuten per dag
- 10 - 20 minuten per dag
- 20 – 30 minuten per dag
- 30 – 40 minuten per dag
- 40 – 50 minuten per dag
- 50 minuten – 1 uur per dag
- Meer dan 1 uur per dag

Hoe vaak leest u gemiddeld per week de papieren krant?

- 1 dag per week
- 2 dagen per week
- 3 dagen per week
- 4 dagen per week
- 5 dagen per week
- 6 dagen per week
- Iedere dag
- Nooit

Answer If Hoe vaak leest u gemiddeld per week de papieren krant?<o:p></o:p> Nooit Is Not Selected

Op een dag dat u de papieren krant leest, hoeveel minuten spendeert u daar dan gemiddeld aan?

- Tot 20 minuten per dag
- 20 – 40 minuten per dag
- 40 minuten tot 1 uur per dag
- 1 uur tot 1.5 uur per dag
- 1.5 uur tot 2 uur per dag
- Meer dan 2 uur per dag

Hoe vaak leest u gemiddeld per week nieuws op het internet? (bijvoorbeeld hln.be, destandaard.be, nieuwsmonkey.be)

- 1 dag per week
- 2 dagen per week
- 3 dagen per week
- 4 dagen per week
- 5 dagen per week
- 6 dagen per week
- Iedere dag
- Nooit

Answer If Hoe vaak leest u gemiddeld per week nieuws op het internet? (bijvoorbeeld hln.be, destandaard.be, nieuwsmonkey.be) Nooit Is Not Selected

Op een dag dat u nieuws leest op het internet, hoeveel minuten spendeert u daar dan gemiddeld aan?

- Tot 10 minuten per dag
- 10 - 20 minuten per dag
- 20 – 30 minuten per dag
- 30 – 40 minuten per dag
- 40 – 50 minuten per dag
- 50 minuten – 1 uur per dag
- Meer dan 1 uur per dag

Op een gemiddelde weekdag, hoeveel minuten kijkt u dan in totaal naar de televisie (alle programma's, ook series online)?

- Tot 20 minuten
- 20 - 40 minuten
- 40 minuten tot 1 uur
- 1 uur tot 1.5 uur
- 1.5 uur tot 2 uur
- Meer dan 2 uur
- Ik kijk geen tv op een weekdag

Op een gemiddelde zaterdag, hoeveel minuten kijkt u dan in totaal naar de televisie (alle programma's, ook series online)?

- Tot 20 minuten
- 20 - 40 minuten
- 40 minuten tot 1 uur
- 1 uur tot 1.5 uur
- 1.5 uur tot 2 uur
- Meer dan 2 uur
- Ik kijk geen tv op zaterdag

Op een gemiddelde zondag, hoeveel minuten kijkt u dan in totaal naar de televisie (alle programma's, ook series online)?

- Tot 20 minuten
- 20 - 40 minuten
- 40 minuten tot 1 uur
- 1 uur tot 1.5 uur
- 1.5 uur tot 2 uur
- Meer dan 2 uur
- Ik kijk geen tv op zondag

Hoe vaak kijkt u naar volgende serie- of filmgenres?

	Nooit	Enkele keren per jaar	Enkele keren per maand	Enkele keren per week	(Bijna) elke dag
Actie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Horror	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oorlog	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Thriller	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vechtsport	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hoe vaak speelt u videogames met gewelddadige inhoud?

- Nooit
- Enkele keren per jaar
- Enkele keren per maand
- Enkele keren per week
- (Bijna) elke dag

Het is voor mij erg belangrijk dat u de vragenlijst volledig invult. U krijg nu 10 foto's te zien, met telkens 2 korte vragen.

Betoging Brussel (Bron: gva.be)



Hoe schokkend vindt u deze foto? Geef aan op een schaal van 1 (helemaal niet schokkend) tot 10 (zeer schokkend).

_____ Ik vind deze foto...

In welke mate vindt u dat deze foto in een nieuwsmedium* gepubliceerd kan worden?*
krant, magazine, website,...

_____ Ik vind deze foto...

Betoging Kiev (Reuters)



Hoe schokkend vindt u deze foto? Geef aan op een schaal van 1 (helemaal niet schokkend) tot 10 (zeer schokkend).

_____ Ik vind deze foto...

In welke mate vindt u dat deze foto in een nieuwsmedium* gepubliceerd kan worden?*
krant, magazine, website,...

_____ Ik vind deze foto...

Bron: Reuters



Hoe schokkend vindt u deze foto? Geef aan op een schaal van 1 (helemaal niet schokkend) tot 10 (zeer schokkend).

_____ Ik vind deze foto...

In welke mate vindt u dat deze foto in een nieuwsmidium* gepubliceerd kan worden?*
krant, magazine, website,...

_____ Ik vind deze foto...

Bron: Jerome Sessini



Hoe schokkend vindt u deze foto? Geef aan op een schaal van 1 (helemaal niet schokkend) tot 10 (zeer schokkend).

_____ Ik vind deze foto...

In welke mate vindt u dat deze foto in een nieuwsmedium* gepubliceerd kan worden?*
krant, magazine, website,...

_____ Ik vind deze foto...

Bron: AFP



Hoe schokkend vindt u deze foto? Geef aan op een schaal van 1 (helemaal niet schokkend) tot 10 (zeer schokkend).

_____ Ik vind deze foto...

In welke mate vindt u dat deze foto in een nieuwsmidium* gepubliceerd kan worden?*
krant, magazine, website,...

_____ Ik vind deze foto...

Bron: Photo News



Hoe schokkend vindt u deze foto? Geef aan op een schaal van 1 (helemaal niet schokkend) tot 10 (zeer schokkend).

_____ Ik vind deze foto...

In welke mate vindt u dat deze foto in een nieuwsmedium* gepubliceerd kan worden?*
krant, magazine, website,...

_____ Ik vind deze foto...

Bron: Reuters



Hoe schokkend vindt u deze foto? Geef aan op een schaal van 1 (helemaal niet schokkend) tot 10 (zeer schokkend).

_____ Ik vind deze foto...

In welke mate vindt u dat deze foto in een nieuwsmedium* gepubliceerd kan worden?*
krant, magazine, website,...

_____ Ik vind deze foto...

Bron: Reuters



Hoe schokkend vindt u deze foto? Geef aan op een schaal van 1 (helemaal niet schokkend) tot 10 (zeer schokkend).

_____ Ik vind deze foto...

In welke mate vindt u dat deze foto in een nieuwsmedium* gepubliceerd kan worden?*
krant, magazine, website,...

_____ Ik vind deze foto...

Bron: Jerome Sessini



Hoe schokkend vindt u deze foto? Geef aan op een schaal van 1 (helemaal niet schokkend) tot 10 (zeer schokkend).

_____ Ik vind deze foto...

In welke mate vindt u dat deze foto in een nieuwsmedium* gepubliceerd kan worden?*
krant, magazine, website,...

_____ Ik vind deze foto...

Bron: Reuters



Hoe schokkend vindt u deze foto? Geef aan op een schaal van 1 (helemaal niet schokkend) tot 10 (zeer schokkend).

_____ Ik vind deze foto...

In welke mate vindt u dat deze foto in een nieuwsmedium* gepubliceerd kan worden?*
krant, magazine, website,...

_____ Ik vind deze foto...

In welke mate gaat u akkoord met volgende stellingen?

	Helemaal niet akkoord	Eerder niet akkoord	Eerder wel akkoord	Helemaal akkoord
Kranten die bepaalde foto's niet publiceren omdat ze te schokkend zijn, houden informatie achter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een beeld zegt meer dan woorden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik verkies een artikel met foto's boven een artikel zonder foto's	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lezers moeten beschermd worden voor te schokkende beelden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Foto's van gewonde slachtoffers zijn een schending van de privacy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Foto's van dodelijke slachtoffers zijn een schending van de privacy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Journalisten moeten rekening houden met de mening van het publiek bij het publiceren van schokkende beelden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het is de plicht en verantwoordelijkheid van journalisten om de waarheid te vertellen, en dus ook schokkende beelden te tonen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Journalisten mogen in sommige gevallen hun foto's fotoshoppen wanneer deze te schokkend zijn (bijvoorbeeld een afgescheurd ledemaat op de grond wegdoen).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind dat er soms te schokkende foto's in de krant staan.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Over het algemeen vind ik foto's minder schokkend dan bewegende beelden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ik kan niet goed tegen bloed en wonden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb het recht te weten wat er gebeurt in de wereld, dus ik wil ook de schokkende beelden zien.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Schokkende beelden zijn nodig om de wereld wakker te schudden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tot slot volgen nog een paar algemene vragen.

Wat is het hoogste diploma dat u behaalde?

- Ik heb geen diploma
- Lager onderwijs
- Middelbaar algemeen onderwijs (ASO)
- Middelbaar technisch onderwijs (TSO)
- Middelbaar beroepsonderwijs (BSO)
- Hogeschool
- Universiteit

Welke van de volgende beschrijvingen komt het best overeen met uw beroepsstatuut?

- Ik heb een voltijdse job
- Ik heb een deeltijdse job
- Mijn arbeidsprestaties werden tijdelijk volledig stopgezet/ik geniet van tijdskrediet
- Ik heb een job, maar ik ben dit werk nog niet begonnen.
- Ik ben student/in opleiding
- Ik ben huisman/huisvrouw
- Ik ben arbeidsongeschikt
- Ik ben werkloos
- Ik ben met pensioen
- Andere, namelijk _____

Welke van de volgende omschrijvingen stemt het best overeen met uw beroepsstatuut?

- Zelfstandige
- Bediende
- Arbeider
- Ik werk niet

Heeft u kinderen?

- Ja, ik heb één kind
- Ja, ik heb meerdere kinderen
- Nee

Answer If Heeft u kinderen? Ja, ik heb één kind Is Selected

Wat is de leeftijd van uw kind?

- Jonger dan 5 jaar
- Tussen 5 en 10 jaar
- Tussen 10 en 15 jaar
- Tussen 15 en 20 jaar
- Ouder dan 20

Answer If Heeft u kinderen? Ja, ik heb meerdere kinderen Is Selected

Wat is de leeftijd van uw oudste kind?

- Jonger dan 5 jaar,
- Tussen 5 en 10 jaar,
- Tussen 10 en 15 jaar,
- Tussen 15 en 20 jaar,
- Ouder dan 20

Answer If Heeft u kinderen? Ja, ik heb meerdere kinderen Is Selected

Wat is de leeftijd van uw jongste kind?

- Jonger dan 5 jaar,
- Tussen 5 en 10 jaar,
- Tussen 10 en 15 jaar,
- Tussen 15 en 20 jaar,
- Ouder dan 20

Welke nationaliteit heeft u?

- Belg
- Andere, namelijk _____

Heel erg bedankt voor het invullen van mijn vragenlijst! Indien u kans wil maken op een fnacbon ter waarde van 15 euro, dan mag u hieronder uw e-mailadres invullen. De e-mailadressen worden bij de verwerking losgekoppeld van de vragenlijst om anonimiteit te garanderen.