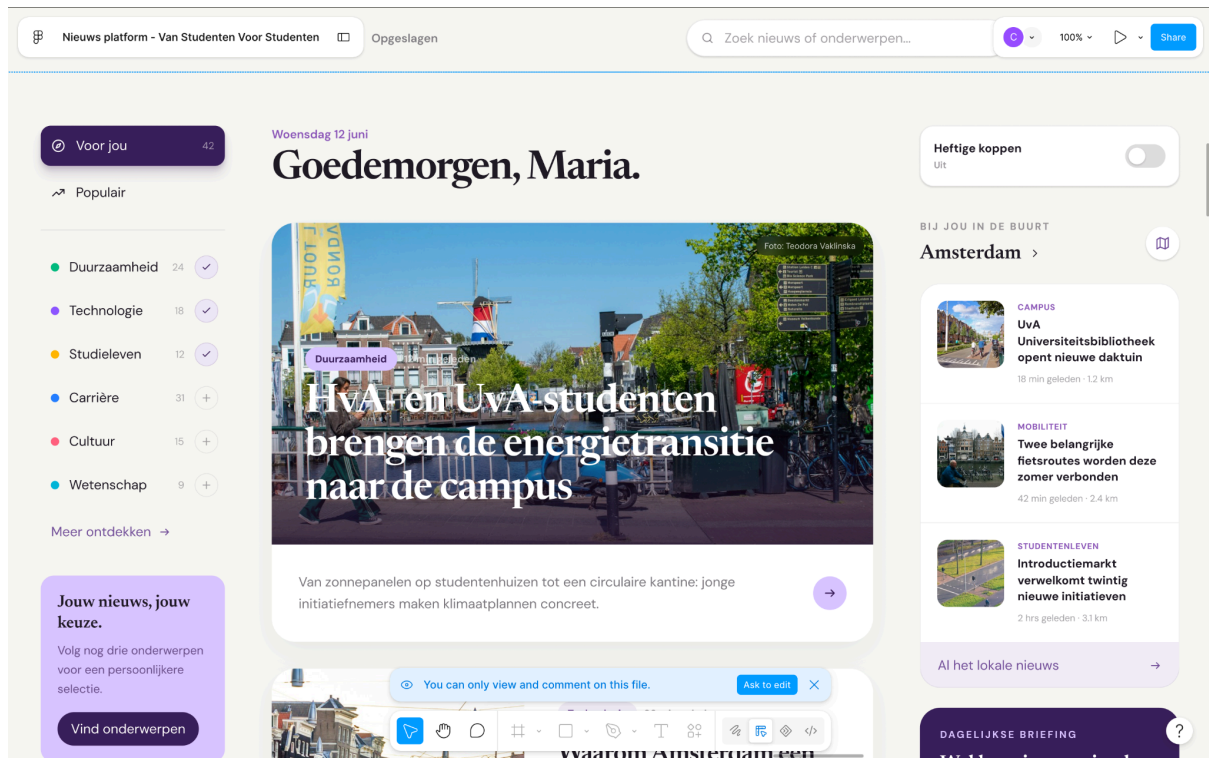


DESIGN RAPPORT

Door: Venitsha, Michelle, Rutger & Zaid



Minor: Techniekfilosofie

Vak: Design

Docent(en): Astrid Lubsen-Van Roij & Laura van der Vlies

1. Opdrachtschrijving

Voor week 5 & 6 van de minor Techniekfilosofie focussen wij ons op de onderdelen Economie en Design. Hiervoor maken of verbeteren wij een nieuwsplatform.

Wij hebben ervoor gekozen om een nieuw platform te ontwerpen.

2. Analyse

Wat is ‘stuk’ aan huidige nieuwsplatforms?

Het nieuws dat het meest verspreid of getoond wordt, wordt meestal neergezet om zo veel mogelijk aandacht te trekken. Nieuws platformen, voornamelijk degene die ook op sociale media posten, gaan meer voor “viral” posts i.p.v. diepgang over onderwerpen. Ook focussen ze op pakkende kopteksten die sterke emoties kunnen oproepen – en zorgen voor polarisatie.

Wij hebben gekeken naar bestaande platformen, zoals de Volkskrant, NOS, Nu.nl en Nieuws.nl. Het viel ons onmiddellijk op hoe erg zij eigenlijk op elkaar lijken. De exacte layout verschilt een beetje, maar in grote lijnen komt het op hetzelfde neer: heel veel *random* artikelen die onder elkaar zijn geplaatst, af en toe wat video's, en een waslijn aan onderwerpen die je kunt gaan bekijken als je erop klikt. Helemaal in een tijd waarin men worstelt met hun concentratievermogen, is dit dus best onhandig.

Daarnaast hebben wij ook analyses gemaakt gebaseerd op diverse perspectieven. Deze zijn te vinden als bijlage.

3. Interviewresultaten

Wij hebben 3 interviews afgenomen met mensen uit onze doelgroep, studenten. Hieronder de belangrijkste bevindingen van elk gesprek:

Interview 1 (Michelle):

De belangrijkste punten uit dit interview waren als volgt:

- Heeft het idee dat bepaald nieuws juist onderdrukt wordt
- Het algoritme speelt een grote rol bij zichtbaarheid.
- Het nieuws is vaak heel erg deprimerend en heeft een negatief effect op het mentale welzijn, waardoor nieuws wat meer ontweken wordt.
- Er is ook behoefte aan nieuws in video formaat, maar dan wel over minder serieuze onderwerpen (zoals hobby's).

Interview 2 (Rutger):

De belangrijkste punten uit dit interview waren als volgt:

- Nieuws komt vaak toevallig binnen.
- Veel informatie, daardoor niet per sé goed te volgen.
- Tijd is belangrijk, wanneer de lezer niet geïnteresseerd is haakt diegene sneller af.
- Het algoritme zorgt ervoor dat de lezer of gebruiker iets leuk vindt, maar kan daardoor ook te veel van het goede krijgen.
- Korte teksten zijn goed maar context moet niet vergeten worden.
- Betrouwbaarheid is erg belangrijk.
- Betalen is geen vanzelfsprekendheid.

Interview 3 (Venitsha):

De belangrijkste punten uit dit interview waren als volgt:

- Nieuws komt vaak toevallig binnen via TikTok en Instagram.
- Veel nieuws tegelijk kan het lastig maken om alles goed te volgen.
- Tijd is belangrijk: bij lange artikelen haakt de lezer sneller af.
- Korte en duidelijke informatie spreekt meer aan, maar context blijft belangrijk.
- Het algoritme zorgt voor een “nieuwe bubbel”, waardoor ander nieuws minder snel voorbij komt.
- Betrouwbaarheid is belangrijk en clickbait kan het vertrouwen verminderen.

4. Missie

Onze missie luidt:

Wij willen eerlijke en transparante artikelen brengen naar studenten die *door* studenten zijn geschreven.

Nadat wij onze analyse hebben gedaan, wisten we al gauw dat wij onszelf als doelgroep wilden nemen. Niet alleen omdat het probleem herkenbaar is, maar ook omdat het fijn is als iets gemaakt is door mensen zoals jou zelf – het zorgt voor een stukje begrip, herkenbaarheid, solidariteit. Het is immers een stuk makkelijker om jezelf in anderen te zien als zij behoren tot jouw leeftijdsgroep of cultuur. Daarom is onze missie (en motto): *door* studenten, *voor* studenten.

Ook nieuws zal een stuk interessanter lijken en wat meer binnenkomen als het geschreven is door iemand waar jij je in kunt verplaatsen, vinden wij.

5. Waarden

De waarden die centraal staan in ons platform zijn:

- **Eerlijkheid**
- **Efficiëntie**
- **Plezier**
- **Transparantie**

Onze waarden zijn voor zowel de nieuwsmakers als gebruikers evenveel van belang. Zo streven onze nieuwsmakers naar **eerlijke** artikelen: dat betekent dat er alleen artikelen worden geschreven die zo waar mogelijk zijn. Er wordt geen gebruik gemaakt van ‘clickbait’ titels, of een bepaalde *framing* die mensen van gemarginaliseerde groepen negatief in beeld zet. Dit wordt natuurlijk ook door de lezers gewaardeerd.

Daarnaast is **efficiëntie** van belang, omdat onze lezers het belangrijk vinden dat zij de informatie die zij relevant willen kunnen lezen zonder onnodige toevoegingen. Ook vanuit de interviews blijkt dat er behoefte is aan korte, maar krachtige artikelen.

Ook **plezier** is onmisbaar. Onze doelgroep laat weten dat zij het nieuws als ontzettend deprimerend ervaren. Hierdoor is een deel ook geneigd om het nieuws zelfs compleet te vermijden, iets waar wij onszelf ook in kunnen vinden. Daarom vinden wij het belangrijk dat het wat meer centraal moet staan, dat er ook leuke artikelen te lezen zijn. En voor de nieuwsmakers is het ook eens leuk als zij iets positiefs kunnen delen.

Ten slotte vinden wij **transparantie** ook een hele belangrijke waarde. In het kader van *open source platforms* en de *public stack*, vinden wij dat artikelen herleidbaar moeten zijn. Hierbij nemen wij Wikipedia als een grote inspiratiebron, waar je bij elk artikel een bewerking-geschiedenis kunt zien. Zo houden wij onze nieuwsmakers verantwoordelijk, en kunnen onze lezers met een gerust hart gebruik blijven maken van ons platform. Mocht er misbruik of haatzaaiende berichten plaatsvinden, dan kan er snel gehandeld worden.

6. Visualisatie

Uitwerking van je concept, met system visual en 'key screens'. Licht ook de onderdelen die bij de presentatie gevraagd worden toe. Hoe zie of merk je dat dit 'anders' werkt?

Link naar de visualisatie:

<https://www.figma.com/design/b6oUvuTlSmfYLLUMVw6r98/Nieuws-platform---Van-Studenten-Voor-Studenten?node-id=0-1&t=tpyoItrjle3s96d-1>

Feedback n.a.v. de presentatie

Er was meer diepgang nodig op een aantal bepaalde onderdelen, zoals:

- Hoe zorg je dat studenten gemotiveerd zijn om mee te doen aan het platform (als nieuwsmakers)?
- In hoeverre is de HvA betrokken, naast de rol als 'toezichthouder'? Wat is hun rol bij o.a. een conflict, of als een nieuwsmaker ongewenst verdrag vertoont?

Motivatie studenten:

Naast dat wij ervanuit gaan dat de voornaamste groep studenten mensen zijn die al gepassioneerd zijn over het onderwerp, willen wij ook het platform uitbreiden naar studenten in het algemeen. Deze hebben wellicht wat meer externe motivatie nodig om mee te doen – en het is van belang dat er genoeg nieuwsmakers zijn die het platform blijven runnen. Daarom hadden wij het idee om deelname aan het nieuwsplatform aantrekkelijker te maken d.m.v. het aanbieden als iets waarmee je je benodigde extra studiepunten mee kunt verdienen. B.v. door een bepaald aantal uur bezig te zijn geweest met het schrijven (en plaatsen) van artikelen, of zelfs door een aantal artikelen te schrijven, bijvoorbeeld 6 artikelen.

Betrokkenheid & rol van de HvA

Allereerst is de HvA een toezichthouder op het platform, zij beoefenen verder geen harde controle erover. Wel kunnen zij ingeschakeld worden zodra er enig conflict is, wat niet zelfstandig op te lossen lijkt onderling de nieuwsmakers/studenten. Zij zijn vooral een mediator die nieuwsmakers ondersteunen bij conflicten. Zie het als een studentendecan of studentenpsycholoog waarmee studenten hen in vertrouwen kunnen nemen en advies kunnen vragen. Hiervoor kan er worden samengewerkt met echte studentendecanen, alhoewel het misschien lastig is omdat studentendecanen vaak een volle agenda hebben. Dit onderdeel zou in de toekomst meer onderzocht moeten worden om een specifiek persoon aan te kunnen wijzen die deze taak op zich zou kunnen en willen nemen. Misschien dat dit zelfs alumni's kunnen zijn.

7. Conclusie

Wij hebben geleerd dat het niet alleen belangrijk is om een ontwerp te maken die aansluit op de publieke waarden, maar ook hoe ontzettend behulpzaam het kan zijn bij het gehele ontwerpproces. Door bepaalde waarden te verbinden aan een concept (in dit geval een nieuwsplatform), geeft het je al sneller een aantal hulpvragen die het ‘beeld’ aanscherpen en vormen. Bijvoorbeeld: “Hoe ziet een eerlijk nieuwsplatform eruit?” “Hoe zorg je ervoor dat het transparant blijft?” “En hoe hou je het plezier erin?”

De opdracht was uitdagend, vooral in het kader van snel iets in elkaar zetten in een best korte tijd. Het heeft ons geholpen om snel tot belangrijke beslissingen en conclusies te komen (zoals het gauw vaststellen van een doelgroep en op welke ervaren problemen wij ons willen richten), zodat we ook sneller aan de slag konden met het volgende onderdeel.

Het nieuwe platform is ontworpen om zo efficiënt mogelijk te zijn. In de visualisatie is te zien hoe de webpagina niet al te druk is, in vergelijking tot andere nieuwsplatformen. Er is nagedacht over het mentale welzijn van studenten, en een functie gemaakt waarmee zij bepaalde content kunnen filteren. Hierdoor wordt het niet getoond aan de gebruiker als zij daarvoor kiezen. Ook is er een soort verificatiesysteem – denk aan de Microsoft Authenticator, waarmee de HvA/UvA nieuwsmakers verifieert. Dat biedt lezers een stukje extra vertrouwen omdat zij dan zeker weten dat het een echt iemand is van de HvA, geen ‘troll’ of zelfs een bot. Deze functie kan ook weer teruggekoppeld worden aan de publieke waarde, transparantie.

Gebruikers kunnen gemotiveerd worden om het platform te gebruiken door de HvA/UvA. Ook kan de HvA hun kanalen gebruiken om het platform te promoten – denk aan Teams-mededelingen of het versturen van een nieuwsbrief via de mail. Ook kunnen er posters in de schoolgebouwen gehangen worden, of advertenties laten afspelen op de schermen in de gangen. De studentenraad van diverse opleidingen van zowel de HvA en UvA zou het platform wellicht ook kunnen helpen.

8. Bijlagen

Analyse vanuit diverse perspectieven

1. Economisch-perspectief

Er zijn wereldwijd ontzettend veel nieuwsplatformen waardoor het gauw een soort wedstrijd wordt van zichtbaarheid. Uit een survey kunnen de meeste mensen vooral de ‘grote namen’ noemen (nieuwsplatformen waarmee zij bekend zijn), zoals The Economist en New York Times. Onderzoekers maken ook gebruik van nieuws-outlets om hun artikelen te laten publiceren of delen – wat op een opportunistische wijze gebeurt. Zij kijken naar de beschikbare data en het gemak, in plaats van na te denken over het mediagebruik van de lezers van zo’n platform (*Boumans, Müller, & Sauer, 2023*). (Ofwel: is het relevant / zijn deze lezers wel de juiste doelgroep?)

Daarnaast wordt de levensvatbaarheid van commerciële nieuwsproductie in twijfel getrokken. Zo verliezen nieuwsmakers veel advertentie ‘revenue’ door grote techbedrijven zoals Meta en Google. Hierdoor is er een aardig monopolie op de advertentiemarkt, wat ontzettend nadelig is voor deze nieuwsplatforms gezien advertenties een aardig groot deel van hun inkomsten zijn. Een andere manier van inkomst zou direct via de consument (abonnees) komen, maar dit zal de misgelopen winst vanuit advertenties bij lange na niet compenseren. Hieruit wordt een vraag gevormd: wie zou het nieuws eigenlijk moeten betalen? En wat voor rol zou de overheid moeten spelen als het gaat om de levensvatbaarheid van deze nieuwsplatforms in stand te houden? Daarnaast de vraag: hebben digitale platforms een economische verantwoordelijkheid om nieuwsmakers te betalen (*Flew, & Stepnik, 2024*)?

2. Maatschappelijk-perspectief

Vanuit een maatschappelijk perspectief vervullen nieuwsvoorzieningen een grote rol in de democratie en op het sociale vlak. De maatschappij wordt continu op de hoogte gehouden door het meekrijgen van nieuws en zet deze aan het denken en laat het discussiëren. Het heeft een informatieve functie, burgers krijgen nieuws mee en kunnen hiermee een mening creëren voor bijvoorbeeld het stemmen, ook hebben nieuwsvoorzieningen een controlefunctie, burgers kunnen anderen controleren op feiten.

Echter vindt er nu wel een grote verschuiving plaats, nieuwslezers hadden het vroeger maar te doen met wat ze konden lezen in hun favoriete krant of de krant die alleen beschikbaar was. Momenteel schuift dit vooral onder jongeren juist naar het algoritme, als een online applicatie merkt dat jij bepaalde onderwerpen vaker leuk vindt dan anderen zal je deze onderwerpen ook vaker gaan tegenkomen zodat je langer op de applicatie blijft hangen of er een beter gevoel aan overhoudt.

3. Lezers-perspectief

Het is voor de “lezers” steeds lastiger te onderscheiden welk nieuws het meest van belang is, welk nieuws nou echt is enz. Er wordt op elk platform continu van alles naar je toe gegooid. Officiële platforms hebben nu concurrentie van accounts en mensen die als een soort hobbyist delen wat zij belangrijk vinden. Dit maakt het makkelijker om gemisinformeerd te worden. Uit een onderzoek van het Reuters institute blijkt dat wereldwijd 42% van de mensen nieuws soms of regelmatig vermijdt. Dit omdat er een constante stroom van negatief en/of schokkend nieuws is. De lezer krijgt tegenwoordig niet te weinig nieuws binnen maar misschien juist te veel zonder altijd te weten wat betrouwbaar, relevant of belangrijk is.

4. Makers-perspectief

Wij als lezers krijgen dagelijks erg veel nieuws mee over allerlei onderwerpen die ons wel of niet interesseren, voor makers is dit anders. Ze schrijven nieuws vanuit bewuste keuzes, selectieprocessen en interpretaties. De makers kunnen onmogelijk al het nieuws vanuit de gehele wereld naar ons toebrengen dus brengen ze het nieuws wat ons wel zou kunnen interesseren vanuit bepaalde invalshoeken, gebruiken ze specifieke woordkeuzes en gebruiken ze specifieke beelden om de lezer aan het denken te zetten over het onderwerp. Vanuit het makers perspectief moeten zij eigenlijk altijd twee kanten van het verhaal laten horen, moeten ze feiten scheiden van een opinie en eventueel eventueel oplossingen te brengen voor de actuele problemen. We moeten wel bedenken dat achter elke maker wel wat belangen zitten, zoals het commercieel belang.

Interviewvragen

1. Wat vind je interessante onderwerpen die je bijvoorbeeld op platformen zoals TikTok, X, Instagram etc. tegenkomt? (Welke platforms gebruik je voor nieuws?)
2. Wat is een nieuwsartikel dat je laatst hebt gelezen of bekeken?
3. Als jij een artikel leest, hoe lang hou je dit dan vol?
4. Is er nieuws wat je niet vaak mee krijgt door bijvoorbeeld het algoritme maar wat je wel vaker voorbij zou willen zien komen?
5. Als je nieuws nuttigt, welk formaat trekt jou het meest of vind je het fijnst om te gebruiken?
6. Ben je bereid om te betalen voor nieuws?
7. Wanneer kom je vaak met nieuws in aanraking?
8. Wanneer was de laatste keer dat je echt bewust het nieuws zelf opzocht om het te lezen?
9. Vind je het lastig om nieuws te volgen, zo ja waarom denk je?
10. Heb je weleens een nieuwsartikel weggeklikt omdat je het te lang vond duren om te lezen?
11. Hoe vervelend vind je het dat bepaalde platformen clickbait gebruiken om mensen te lokken?
12. Vind je het fijner als nieuws wat breder en dus langer wordt uitgelegd of heb je liever dat het kort en bondig blijft?
13. Stel je voor je kunt een artikel binnen een minuut begrijpen, zou je dan voor zo'n platform gaan waarmee je dus veel sneller klaar bent?

Afgenomen interviews

Doel van de interviews: om te checken of de informatie die wij onderling hebben verzameld en onze eigen standpunten ook terugkomen in de interviews.

Interview 1 (Michelle):

1. “Ik lees vooral nieuws via Twitter/X, en YouTube. Interessante nieuwsonderwerpen voor mij zijn vooral politiek wereldnieuws zoals b.v. de huidige situatie in Palestina en video games.”
2. “Een nieuwsartikel over een drone-strike waar Palestijnse burgers zijn overleden, volgens mij was dit op een markt of zoiets.”
3. “Meestal lees ik het wel helemaal tot aan het einde. Het kan zijn dat ik het globaal lees als het wat langer is. Maar vaak hou ik het wel vol omdat ik het een interessant onderwerp vind.”
4. “To be fair, ik merk dat actueel nieuws omtrent Palestina steeds minder en minder zichtbaar wordt. Alsof het gewoon onderdrukt wordt.”
5. “Het ligt eraan. Als het om gaming nieuws gaat, vind ik een video fijner. Maar niet alles heeft voor mij een beeld erbij nodig. Belangrijke nieuwsberichten lees ik liever, met alle feiten op een rij. Niet wat de schrijver erbij bedenkt of vindt. Dat gebeurt wel meer bij YouTube video's.”
6. “Nee. Ik heb dat nog nooit eerder gedaan, dus waarom zou ik dat nu wel (moeten) doen?”
7. “Op het toilet, omdat ik dan aan het scrollen ben en dan kom ik het tegen.”
8. “Tijdens werk, ergens vorige week, als afleiding. Want tijdens werk kan ik niet echt spelletjes spelen ofzo, maar het is wel ‘sociaal acceptabel’ om het nieuws te lezen.”
9. “Het is lastig om het nieuws te volgen omdat het allemaal zo deprimerend is. Het lijkt alsof er alleen maar slecht nieuws is.”
10. “Niet echt, maar ik heb het weleens weggeklikt omdat ik bij het lezen erachter kwam dat ik de informatie in het artikel al wist. Dus het leek niet zo relevant meer.”
11. “Extreem vervelend. Ik probeer het zoveel mogelijk te vermijden. Ik heb er zo’n hekel aan. Als ik een clickbait titel zie, ongeacht hoe geneigd ik ben om het te lezen, klik ik er absoluut niet op.”
12. “Het verschilt, maar meestal zou ik de voorkeur hebben aan iets kort en bondigs.”
13. “Het ligt eraan. Is het artikel gewoon geschreven door een mens (geen AI) en niet gestolen en opgesomd van een ander platform? Dan wel.”

Belangrijke punten uit het interview:

- Heeft het idee dat bepaald nieuws juist onderdrukt wordt
- Het algoritme speelt een grote rol bij zichtbaarheid
- Het nieuws is vaak heel erg deprimerend en heeft een negatief effect op het mentale welzijn, waardoor nieuws wat meer ontweken wordt
- Er is ook behoefte aan nieuws in video formaat, maar dan wel over minder serieuze onderwerpen (zoals hobby's)

Interview 2 (Rutger):

1. Ik vind vooral sport, actualiteiten en politiek interessant. Voor nieuws gebruik ik voornamelijk Instagram en soms TikTok. Daarnaast kijk ik regelmatig op de website van de NOS of NU.nl als er echt iets belangrijks is gebeurd.
2. Volgens mij was dat iets over de oorlog in Oekraïne. Ik zag het eerst op Instagram en heb daarna op NOS gekeken om wat meer context te krijgen.
3. Als het onderwerp me interesseert, kan ik best vijf tot tien minuten lezen. Als het onderwerp me minder aanspreekt, haak ik vaak na een paar minuten af.
4. Ja, vooral internationaal nieuws. Ik krijg door mijn interesses veel voetbal en entertainment, maar daardoor zie ik andere onderwerpen minder snel.
5. Een korte video vind ik makkelijk, vooral als ik weinig tijd heb. Voor belangrijke onderwerpen vind ik een kort artikel met wat meer context ook prettig.
6. Op dit moment eigenlijk niet echt. Als een platform mij veel tijd zou besparen en echt iets toevoegt, zou ik er misschien wel een paar euro per maand voor over hebben.
7. Eigenlijk de hele dag door. Vooral via Instagram en tijdens het reizen, maar ook op mijn werk en wanneer ik met vrienden ben.
8. Dat doe ik vooral als er iets groots is gebeurd. Bij normale dagen krijg ik het nieuws meestal vanzelf via sociale media binnen.
9. Ja, vooral omdat er zoveel informatie binnenkomt. Ik heb vaak het gevoel dat ik veel nieuws zie, maar uiteindelijk niet echt weet wat er precies speelt.
10. Ja, regelmatig. Als ik zie dat een artikel heel lang is, heb ik soms al geen zin meer om eraan te beginnen.
11. Best vervelend. Ik merk dat ik een platform zoals VoetbalPrimeur minder betrouwbaar vind als de titel veel spannender en aantrekkelijker wordt gemaakt dan dat het verhaal daadwerkelijk is.
12. Ik heb liever eerst kort en bondig. Als ik het onderwerp interessant vind, wil ik daarna wel de mogelijkheid hebben om meer te lezen.
13. Jazeker, echter wil ik wel door kunnen lezen als dit kan, vandaar dat ik ook vaak een paar Instagram account vermijdt aangezien ze me dat niet aanbieden en ik de bronnen ook vaak niet helemaal vertrouw, ook staat daar vaak echt veel onzin op ik denk gelijk aan ParraTV eigenlijk.

Belangrijke punten uit het interview:

- Nieuws komt vaak toevallig binnen.
- Veel informatie, daardoor niet per sé goed te volgen.
- Tijd is belangrijk, wanneer de lezer niet geïnteresseerd is haakt diegene sneller af.
- Het algoritme zorgt ervoor dat de lezer of gebruiker iets leuk vindt, maar kan daardoor ook te veel van het goede krijgen.
- Korte teksten zijn goed maar context moet niet vergeten worden.
- Betrouwbaarheid is erg belangrijk.
- Betalen is geen vanzelfsprekendheid.

Interview 3 (Venitsha):

1. Dingen die op dat moment veel spelen. Ik krijg het meeste nieuws via TikTok en Instagram, omdat je daar gewoon tijdens het scrollen dingen tegenkomt. Soms ook via X als iets daar heel groot is.
2. Ik heb laatst iets gelezen over sociale media en jongeren volgens mij. Ik weet niet meer precies waar het artikel over ging, maar het had in ieder geval te maken met de invloed van social media.
3. Ligt eraan. Als ik het interessant vind wel best lang, maar als ik na een paar zinnen nog steeds niet echt weet wat het punt is, dan haak ik wel af. Vooral op mijn telefoon heb ik daar sneller last van.
4. Ja, politiek denk ik. Ik krijg wel politiek nieuws, maar vaak ook steeds dezelfde soort onderwerpen. Je merkt wel dat je een soort bubbel krijgt door wat je eerder hebt gekeken of geliked. Dus soms zou ik wel wat meer verschillende onderwerpen willen zien.
5. Korte video's vind ik wel fijn. Vooral als iemand gewoon in een minuut uitlegt wat er aan de hand is. Dan heb je in ieder geval de basis mee.
6. Om voor allemaal abonnementen te nemen vind ik een beetje onnodig, want er is ook heel veel nieuws gratis.
7. Eigenlijk vooral tijdens het scrollen op TikTok of Instagram. Ik zoek het dus niet altijd bewust op. Soms zie je gewoon ineens een video en dan denk je van: oh, dit is blijkbaar gebeurd.
8. Dat doe ik vooral als ik iets voorbij heb zien komen en denk van: huh, wat is hier nou precies gebeurd? Dan ga ik het wel even googelen of een artikel erbij zoeken. Maar ik zit niet elke ochtend bewust het nieuws te lezen ofzo.
9. Soms wel, er gebeurt gewoon heel veel. En soms weet je ook niet meteen wat betrouwbaar is. En als iets dan een heel lang artikel is, heb ik niet altijd zin om dat helemaal te lezen.
10. Ja, zeker. Als ik zie dat het echt een hele lange lap tekst is dan denk ik eigenlijk al meteen: laat maar. Vooral als ik eigenlijk alleen even snel wil weten wat er gebeurd is.
11. Wel irritant eigenlijk. Ik snap wel dat ze klikken willen krijgen, maar je gaat daardoor ook minder snel zo'n platform vertrouwen.
12. Kort en bondig. Gewoon de belangrijkste dingen. En als ik het interessant vind wil ik daarna wel meer kunnen lezen. Dus niet per se alles kort, maar wel dat je eerst snel weet waar het over gaat.
13. Ja, denk het wel. Dat lijkt me eigenlijk best handig. Soms wil je gewoon even weten wat er aan de hand is zonder twintig minuten een artikel te lezen. Als je daarna nog verder kan klikken voor meer informatie zou ik dat wel fijn vinden.

Belangrijke punten uit het interview:

- Nieuws komt vaak toevallig binnen via TikTok en Instagram.
- Veel nieuws tegelijk kan het lastig maken om alles goed te volgen.
- Tijd is belangrijk: bij lange artikelen haakt de lezer sneller af.

- Korte en duidelijke informatie spreekt meer aan, maar context blijft belangrijk.
- Het algoritme zorgt voor een “nieuwe bubbel”, waardoor ander nieuws minder snel voorbij komt.
- Betrouwbaarheid is belangrijk en clickbait kan het vertrouwen verminderen.