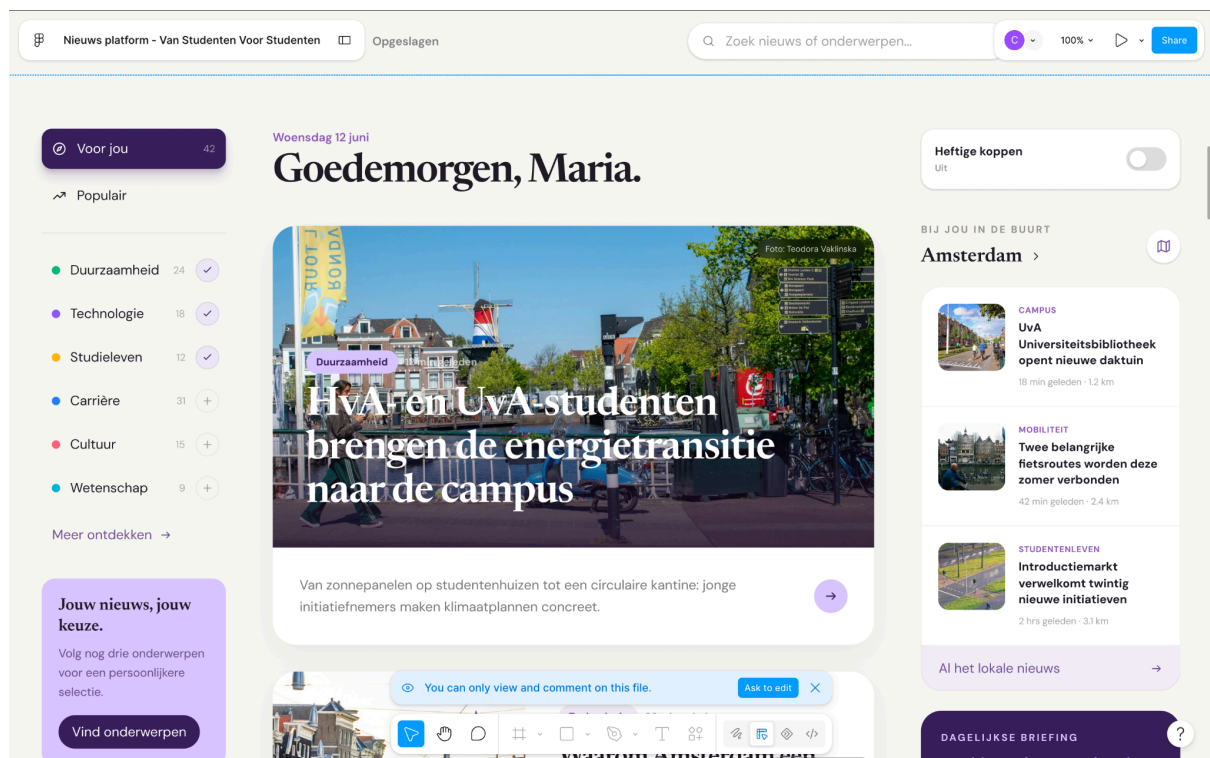


ECONOMIE RAPPORT

Door: Venitsha, Michelle, Rutger & Zaid



Minor: Techniekfilosofie

Vak: Economie

Docent: Dirk Bout

Samenvatting

In dit rapport zul je ons proces waarnemen vanaf het onderzoeken van de problemen met huidige nieuwsplatforms en de invloed van Big Tech tot de uitwerking van het business design. Op basis van ons onderzoek hebben we een concept ontwikkeld voor een nieuw type nieuwsplatform. Dit concept gaat hand in hand met de Fediverse en laat Big Tech achterwege liggen. We hopen op deze manier meer mensen van onze doelgroep te betrekken bij wat er nou speelt in de wereld.

1. Inleiding

Het internet is stuk en hieronder vallen ook het nieuws en de nieuwsplatformen van tegenwoordig. Big Tech bepaalt wat jij te zien krijgt door middel van hun algoritmes. Hierdoor worden ook de nieuwsvideo's die je voorbij ziet komen op jou afgestemd. Het probleem hiermee is dat je een heleboel context mist, omdat alleen de meest aandachttrekkende punten worden neergezet in korte posts. Ook is het niet altijd even duidelijk waar deze informatie vandaan komt als het geen officiële post is van bijvoorbeeld de NOS. Zelfs als het door een officieel nieuwsplatform is gepost, kan het zijn dat je tegen obstakels zoals paywalls aanloopt als je meer te weten wilt komen.

Daaruit vormden wij onze ontwerpvrage: *“Hoe kunnen wij voor een alternatief nieuwsplatform zorgen waardoor HvA/UvA studenten zich van Big Tech kunnen loskoppelen en nieuws lezen dat aansluit op hun waarden?”*

Wij zijn bezig geweest met het ontwikkelen van een concept voor een nieuwsplatform voor studenten. Dit platform kan worden gekoppeld aan de Fediverse en is niet afhankelijk van de 'Big Tech'-social media platformen. We hebben eerst onderzoek gedaan naar wat er allemaal misgaat binnen de huidige nieuwsplatformen. Ook hebben we gekeken naar de doelgroep die hier vooral mee te maken heeft. We hebben interviews afgenomen met deze doelgroep. Op basis hiervan zijn we gaan kijken naar een mogelijke oplossing voor de problemen die uit ons onderzoek naar voren kwamen.

2. Analyse

2.1 Stakeholders en hun belangen

De stakeholders van ons platform zijn: schrijvende studenten (ofwel de nieuwsmakers), lezende studenten, HvA/UvA, donateurs en developers.

De schrijvers: deze studenten schrijven voor hun eigen belang door hun portfolio te vergroten, voor het belang dat wellicht een groter nieuwsplatform hun kansen biedt en om hun medestudenten goed te informeren zonder op de vingers getikt te worden.

De lezende studenten zijn ook erg belangrijk, we hebben gemerkt dat onze doelgroep een stuk minder leest waardoor het lastiger voor schrijvers wordt om ze aan te trekken. Dus het belang voor de lezende HvA/UvA studenten is dat zij zich aangetrokken moeten voelen door interessante, actuele, positieve nieuwsartikelen die ze graag willen lezen in plaats van dat het moet. Daarnaast hebben we uit de interviews gemerkt dat de studenten zich irriteren aan artikelen die achter een dure paywall zitten of die clickbait zijn.

De HvA en UvA wil uiteraard een betrouwbare applicatie of website die hun eigen studenten kunnen gebruiken om informatie te verkrijgen. Een doel van het hoger onderwijs is een platform beschikbaar stellen waarbij zowel studenten kunnen lezen als schrijven zonder dat dit escaleert in allerlei onzin of troep. Het hoger onderwijs heeft dus als belang dat er een platform komt voor en van studenten om andere studenten extra of al bestaande informatie te geven zonder dat dit op een kinderachtige of extreme manier fout gaat.

Developers zijn de dragende kracht naast de HvA/UvA van de website, ze coderen het namelijk. De schrijvers en lezers kunnen niet zonder de developers aangezien ze niks kunnen creëren of kunnen bemachtigen. Wanneer een schrijver de website niet fijn vindt om bijvoorbeeld een document op te uploaden, zouden de developers ervoor moeten zorgen dat dit probleem opgelost zal worden. Het belang van de developers is net zoals bij de schrijvers een goede aanvulling op hun portfolio, daarnaast willen ze getest worden op het draaiende houden van een belangrijke website die stabiel blijft, veilig is, gebruiksvriendelijk is en up to date is van de nieuwste ontwikkelingen.

2.2 Toetsing aan de donut

Onze stakeholders raken een aantal thema's van het economische donutmodel van Kate Raworth aan, waaronder:

1. **Networks:**

Onze nieuwsmakers en developers werken gezamenlijk aan het platform, waardoor zij hun netwerk verbreden.

2. **Education:**

Het platform wordt gebouwd door studenten en wordt ondersteund door de organisatie waar zij studeren (de HvA/UvA).

3. **Social equity:**

Sociale gelijkheid is de drijfveer van onze nieuwsmakers omdat zij relevante en eerlijke artikelen willen delen. Onze lezers vinden dit ook belangrijk omdat zij artikelen willen lezen die geen gebruik maken van manipulatieve 'clickbait' titels waarvan het enige doel is om sterke (vaak negatieve) emoties op te roepen.

3. Het concept

We hebben een platform ontworpen waarvan het kernidee is: nieuws van studenten voor studenten. Ons platform is een plek waar je nieuws kunt waarnemen en delen. Het is exclusief te gebruiken door studenten van de HvA en UvA. Het is de bedoeling dat het een 'transparant platform' wordt waar alle metadata worden weergegeven. De posts zijn op het eerste gezicht een korte maar krachtige samenvatting van een nieuwsonderwerp. Klinkt dit interessant? Dan kun je ervoor kiezen om het volledige artikel te bekijken. Dit artikel is door één student in elkaar gezet of door meerdere.

Als student heb je de mogelijkheid om zelf een post te maken. De eisen die hieraan worden gesteld, zijn dat je duidelijk aangeeft waar de informatie vandaan komt en dat dit betrouwbare bronnen zijn. Je naam komt erbij te staan en er wordt duidelijk gemaakt wat jij hebt uitgewerkt. Andere studenten kunnen ervoor kiezen om hieraan toe te voegen of wijzigingen door te voeren. Ook al deze veranderingen worden uitgebreid gedocumenteerd en zijn voor iedereen te zien. Zo wordt inzichtelijk gemaakt hoe een artikel tot stand is gekomen en welke veranderingen er door verschillende studenten zijn aangebracht.

Verder heb je de mogelijkheid om zelf je feed samen te stellen. Je volgt een aantal onderwerpen die jou aanspreken. Je krijgt hierdoor alleen dit soort nieuws en eventueel gerelateerde posts voorgeschoteld. Als extra filterfunctie willen we ook de mogelijkheid geven om een soort censuur-toggle toe te voegen. Hierdoor worden schokkende posts niet getoond.

4. Business design

Missie

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

Bijbehorende donutdimensies voor ons nieuwsplatform zijn: *netwerken, onderwijs en sociale gelijkheid*. Het is belangrijk omdat deze dimensies gekoppeld zijn aan onze waarden, *eerlijkheid, efficiëntie, plezier en transparantie*. Het is bijvoorbeeld van belang dat zowel onze lezers als nieuwsmakers plezier hebben in wat zij schrijven of lezen.

Netwerken

Het netwerk van ons platform werkt heel nauw samen. Dit komt doordat het gericht is op studenten van de HvA en UvA, waardoor er eigenlijk geen externe partijen van pas komen. Onze stakeholders bestaan uit: de nieuwsmakers, lezers, developers en de HvA/UvA.

Toezicht

Toezicht wordt gehouden door de UvA en HvA. Ze hebben geen invloed op het soort content dat geplaatst wordt maar zullen wel een oogje in het zeil houden. Studenten kunnen mensen of berichten vlaggen als er bijvoorbeeld geen betrouwbare bronnen worden gebruikt of als de richtlijnen niet gevolgd worden. De UvA en HvA zullen dit bekijken en nagaan of er daadwerkelijk ingegrepen moet worden. Ook hebben studenten de mogelijkheid om werk te editen, dit is ook een manier om bijvoorbeeld verkeerde informatie tegen te gaan.

Eigendom

Het platform is gemaakt als een platform *van* studenten *voor* studenten. De HvA en UvA zijn betrokken als toezichthouders en de developers zijn verantwoordelijk voor het ontwikkelen en onderhouden van het platform. We hebben ervoor gekozen om zo min mogelijk andere partijen bij het eigendom te betrekken. Op deze manier is ons platform onafhankelijk en ligt de zeggenschap niet bij een commerciële partij.

Financiering

Ons platform wordt in principe door vrijwillige studenten in elkaar gezet. Nogmaals is het een platform waarbij alles door studenten voor studenten wordt gemaakt. Het platform wordt in elkaar gezet om tegen de nadelen van Big Tech in te gaan. Dit wordt een gezamenlijk project waar belanghebbende aan samen zullen werken voor het goede van het algemeen belang.

5. Keuzes en conclusie

De belangrijkste spanningen, de gemaakte keuzes en aanbevelingen.

Tussen onze stakeholders zal er altijd de mogelijkheid van *spanningen* zijn, maar wij verwachten niet dat het zover komt. De belangrijkste keuzes die wij hebben gemaakt voor ons platform zijn;

- Het platform maakt onderdeel van de Fediverse – zo behouden wij o.a. transparantie, maar zorgen wij er ook voor dat artikelen *eerlijk* blijven. Als een nieuwsmaker hun ‘macht’ misbruikt, is dit herleidbaar en kunnen maatregelen worden genomen.
- Daarbij sluit het natuurlijk ook aan op de *public stack*.
- Vanuit onze interviews ervaart de doelgroep het nieuws als zeer deprimerend. Wij willen onze lezers de mogelijkheid geven om soms alsnog ‘in de loop’ te blijven, zonder dat hun mentale gezondheid per se moet leiden. Dit doen wij d.m.v. een filter.

Bronnen

Boumans, D., Müller, H., & Sauer, S. (2023). How media content influences economic expectations: Evidence from a global expert survey. *Journal of Forecasting*, 42(6), 1295–1308. <https://doi.org/10.1002/for.2961>

Digital News Report 2026. (z.d.). Reuters Institute For The Study Of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2026?utm_source=chatgpt.com

Flew, T., & Stepnik, A. (2024, February 6). *The Value of News: Aligning economic and social value from an institutional perspective*. Article | Media and Communication. <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/7462/3532>

BNR. (z.d.). *Interesse en vertrouwen in nieuws bereiken dieptepunt: Grote en mooie kans voor de journalistiek*. <https://www.bnr.nl/nieuws/lifestyle/10603437/interesse-en-vertrouwen-in-nieuws-bereiken-dieptepunt-grote-en-mooie-kans-voor-de-journalistiek>

Maatschappijkunde.nl. (z.d.). *Analyse maatschappelijk vraagstuk – De rol van de media*. <https://maatschappijkunde.nl/examenstof/amv-kerndoel3/>

Maatschappijkunde.nl. (z.d.). *Massamedia – Nieuwsvoorzieningen kritisch beoordelen*. <https://maatschappijkunde.nl/examenstof/massamedia-kerndoel3/>

Mediawijs. (z.d.). *Nieuws*. <https://www.mediawijs.be/nl/nieuws>

Mediawijsheid.nl. (z.d.). *Invloed van de media*. <https://www.mediawijsheid.nl/invloed-media/>

NOS. (2025). *Brandbrief media: Techgiganten bedreigen democratie in Nederland*. <https://nos.nl/artikel/2591205-brandbrief-media-techgiganten-bedreigen-democratie-in-nederland>

Wikipedia. (z.d.). *Nieuws*. In *Wikipedia*. <https://nl.wikipedia.org/wiki/Nieuws>

Bijlagen

Werkbladen

Team 6 Michelle, Venitsha, Zaïd, Rutger

Stakeholder	Belang of verwachting	Donutdimensie	Risico: tekort of overschrijding?
Voorbeeld: freelance journalist	Eerlijke vergoeding en bereik	Inkomen en werk	Tekort als het platform geen verdienmodel heeft
Bijdragende studenten (Schrijvers)	Mensen informeren	Veel en rechtvaardigheid, politieke stem, sociale gelijkheid, gendergelijkheid, mensen, arbeidsverdeling.	Te weinig animo, te veel niet b
Lezende studenten	Geïnteresseerde lezers	↓	Te veel niet-beslede artikelen
Niet per se studenten maar wel geïnteresseerde	Goede artikelen	↓	Te veel niet-beslede artikelen en eventueel te veel focus op studenten.
HvA en UvA	Goede publiciteit voor HvA / UvA	Onderwijs en	Wat het platform inhoudt en daarvoor verspreiden subsidie en de studenten kunnen zich niet meer uiten.
Lezers die een bijdrage leveren (donateurs bv.)	Verhoging van de algemene ontwikkeling van studenten.	Sociale gelijkheid, veel en rechtvaardigheid	Dat het platform inhoudt.
Student developers	Een draaiend platform wat ook goed staat op een portfolio.	Hetzelfde als bijdragende studenten en de manier het platform goed mogelijk bouwen	Studenten kunnen het niet meer gebruiken of al het werk is voor niets geweest.

Team 6 Venitsha, Michelle, Zaïd, Rutger.

	Weinig belang	Veel belang
Veel macht	Tevreden houden Informeer hen en voorkom dat ze tegenwerken. Lezers, HvA / UvA, developers, donateurs en Schrijvers	Nauw betrekken Betrek hen actief bij ontwerpkeuzes. Developers, Schrijvers
Weinig macht	Monitoren Houd in de gaten of hun positie verandert. Mensen buiten de doelgroep.	Informeren en betrekken Houd hen op de hoogte en vraag om feedback. Lezers

Groep: Venitsha, Rutgev, Michelle, Zaïd

Categorie	Hulpvraag	Jullie stakeholders
Nieuwsmakers	Wie maakt de content? Welke soorten makers zijn er?	Studenten die bijdrage willen leveren aan het verspreiden/delen van nieuws. (HuA / UvA) Soorten: verschillende opleidingsachtergronden.
Publiek	Wie leest, kijkt of luistert? Wie zit niet op de Fediverse?	Iedereen die geïnteresseerd is, met name mede- (Onhandig om het b.v. achter een log-in studenten te bewaken) → Ongeïnteresseerden, mensen die het niet uitmaken.
Fediverse-infrastructuur	Wie beheert servers, modereert of bouwt de software?	UvA / HuA studenten die gespecialiseerd zijn in ICT omgevingen zoals de Fediverse.
Financiers en ondersteuners	Wie kan het platform betalen of steunen?	Platform wordt gesteund door subsidies vanuit de Hogeschool / Universiteit. Donaties, misschien vaste supporters / backers.
Overheid en toezicht	Welke wetten en toezichthouders zijn relevant?	Het wordt achterhaalbaar en wie een artikel plaatst of bewerkt, denk aan Wikipedia. Qua wetten, de 'standaard' wetten zoals auteursrechten, privacy, spraak, cyberbullying etc.
Concurrenten en tegenpartijen	Wie verliest erbij, of biedt een alternatief?	(Hopelijk) dominante sociale media platformen en Big Tech. Bluesky <u>kan</u> een concurrent vormen, maar zij zijn breder + gefocust op community etc.
Overig	Wie wordt geraakt zonder zelf mee te doen?	Amerikaanse Big Tech, zoals Meta. en de HuA / UvA want die gaan het subsidiëren, die merken dat studenten erop zitten, sociale kringen van gebruikers.

Deskresearch

Analyse nieuwsvoorziening

- **Wat is er voor jullie nieuws?**

Het algemene begrip van nieuws is de actuele informatie over wat er gebeurt in de wereld. Voor ons is nieuws vooral wat we voorbij zien komen op sociale media zoals X, Instagram en TikTok. Dit kunnen grote nieuwsplatformen zijn met hun eigen accounts zoals een NOS of De Volkskrant maar het kunnen ook veel kleinere platforms zijn die gericht zijn op heel specifieke interesses van ons. Het algoritme speelt hierbij een grote rol bij het genereren van het nieuws dat ons getoond wordt.

- **Wat zijn verschillende vormen van nieuwsvoorziening?**

Nieuwsvoorziening maakt gebruik van diverse kanalen om op deze wijze nieuws te delen. Dit ging vroeger vaak via de krant, maar tegenwoordig is het vooral digitaal. Nieuwsplatforms hebben hun eigen websites (die vaak wel achter een paywall zitten), en hebben ook accounts/pagina's op social media platforms zoals Instagram en Facebook. Daarnaast zijn er platforms zoals Twitter/X die indirect nieuws verspreiden door zowel journalisten als gewone gebruikers.

- **Wat is er stuk aan de 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.

- **Wat werkt er wel goed?**

Als gebruiker kun je bijna overal nieuws meekrijgen, in de metro, vanaf de televisie, via een podcast op de fiets en zo voort. Je kan ook als lezer alles meekrijgen waarin je geïnteresseerd bent, je kan bijvoorbeeld alleen bepaalde nieuwsitems lezen of via sociale media accounts volgen die je boeien. Kortom, de kwantiteit van nieuws is absurd hoog en daardoor kan de kwaliteit ook erg hoog zijn, alleen hoeft dat niet samen te gaan.

- **Wie zijn de stakeholders/belanghebbenden?**

Nieuwsmakers (journalisten die posten op hun nieuwsplatform zoals de NOS, of Volkskrant), platform-eigenaren (met name betrekking tot indirecte nieuwskanalen zoals social media, denk hierbij aan Mark Zuckerberg, de eigenaar van Meta), gebruikers van het platform zelf. Ook adverteerders, aandeelhouders, partijen zoals ANP en de overheid hebben belang bij nieuwsvoorzieningen.

Onze casus: een nieuw platform

Wij willen een nieuw platform maken i.p.v. het herontwerpen van een bestaand platform.

De doelgroep van dit platform worden studenten. Wij ondervinden dat de doelgroep (waar wij zelf ook deel van uitmaken) zich niet zoveel met nieuws bezig houdt. Dit komt door diverse redenen. Vaak ontbreekt de benodigde concentratie om langere artikelen te lezen, helemaal als hier persoonlijke interesse voor ontbreekt. Daarnaast krijgen studenten vaak het gevoel dat zij te veel informatie binnen krijgen, waarvan het vaak ook negatief is. Dit verslechtert hun mentale welzijn. Hierin willen wij verandering brengen door nieuws te presenteren op zo'n manier dat een stuk beter op te nemen is: door ervoor te zorgen dat artikelen kort maar krachtig blijven.

De stakeholders bestaan vooral uit studenten, want het doel is dat het een open source platform wordt waar studenten zelf ook artikelen schrijven. Het is ontwikkeld door studenten en voor studenten. Zo wordt ervoor gezorgd dat nieuws wat meer verspreid wordt, met oog voor de persoonlijke interesses.

Kijk naar hoe andere nieuwsplatforms het doen !

Vragen voor de interviews

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?

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 gegoooid. 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.

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.