

Master Thesis (CM5000)

Vertrouwen in het coronanieuws

Een kwalitatief publieksonderzoek naar de rol van vertrouwen binnen de nieuwsconsumptie van Nederlandse jongeren in de leeftijd van 18-25 jaar ten tijde van de coronacrisis

Naam student Evie Lukassen

Studentnummer 540389

Emailadres 540389el@student.eur.nl

Supervisor Dr. Marc Verboord

Tweede lezer Dr. Bernadette Kester

Master Thesis (CM5000)

Opleiding Master Media & Journalistiek

Faculteit Erasmus School of History, Culture & Communication

Universiteit Erasmus Universiteit Rotterdam

Datum 26 september 2020

Abstract

Halverwege april 2020 woedt het coronavirus al enkele weken door Nederland. Niet alleen de effecten van het coronavirus op de economie en het milieu zijn dan al voelbaar, ook wat het coronanieuws doet met de mentale gezondheid van haar lezers werd steeds meer een punt van aandacht. Zo gaven Nederlandse jongeren aan dat zij door de negatieve focus van het coronanieuws vaak een angstig of somber gevoel kregen. Veel onderzoeken waarschuwen voor de ontwikkeling dat jongeren steeds meer het nieuws vermijden. Hoewel nieuwsvermijding niet altijd intentioneel is, is één van de redenen om het nieuws bewust te vermijden een gebrek aan vertrouwen in nieuwsmedia.

Het doel van dit onderzoek is om inzicht te krijgen in hoe Nederlandse jongeren in de leeftijd van 18-25 jaar hun nieuwsconsumptie ervaren ten tijde van de coronacrisis van 2020. Er zal specifiek aandacht worden besteed aan de rol van vertrouwen, door de focus te leggen op hoe Nederlandse jongeren het nieuws definiëren, welk nieuws zij geloofwaardig achten en waarom, en in hoeverre zij autoriteit toekennen aan nieuwsmedia ten opzichte van andere instituties zoals de overheid en de wetenschap. De volgende onderzoeksvraag is hiervoor opgesteld: Wat is de rol van vertrouwen binnen de nieuwsconsumptie van Nederlandse jongeren in de leeftijd van 18-25 jaar ten tijde van de coronacrisis?

Door middel van een thematische analyse van twaalf semigestructureerde diepte-interviews is gepoogd antwoord te geven op de onderzoeksvraag. Uit deze analyse is naar voren gekomen dat door de grote hoeveelheid aan sensatiegerichte en negatieve berichtgeving van nieuwsmedia omtrent het coronavirus, jongeren deze nieuwsmedia als minder geloofwaardig gingen beoordelen. Waar de jongeren het voor de coronacrisis nog tolereerden dat nieuwsmedia soms meer bezig waren met het verdienen van geld dan met het informeren van burgers, werden jongeren vanwege de grote impact van het coronavirus een stuk kritischer naar de wijze waarop nieuwsmedia berichtten. De afname in geloofwaardigheid lijkt daarbij te hebben bijgedragen aan een afbrokkeling van de autoritaire positie die nieuwsmedia innemen ten opzichte van andere instituties, omdat de jongeren zich steeds vaker gingen wenden tot andere instituties voor objectieve en correctie informatie over het coronavirus.

Op basis van dit onderzoek kan aan nieuwsmedia worden geadviseerd om in tijden van crisis de focus te leggen op het brengen van beknopte maar correcte en objectieve informatie, met verwijzingen naar uitleg en opinie waar mogelijk. Op deze manier behouden nieuwsmedia voor jongeren hun autoritaire positie en zal bijgedragen worden aan de voorkoming van volledige nieuwsvermijding door jongeren. Voor vervolgonderzoek wordt aangeraden de resultaten van dit onderzoek opnieuw te bevragen onder Nederlandse jongeren wanneer er geen sprake is van de coronacrisis. Op die manier kan in kaart gebracht worden of de rol die vertrouwen speelt in de nieuwsconsumptie van jongeren specifiek is voor de coronacrisis, of dat hier ook buiten crisissituaties sprake van is.

Sleutelwoorden: *Geloofwaardigheid – nieuwsconsumptie – jongeren – coronacrisis – journalistieke autoriteit*

Inhoudsopgave

Abstract	1
Voorwoord	4
1 Introductie.....	5
1.1 Inleiding.....	5
1.2 Doel, onderzoeksvraag en deelvragen.....	6
1.3 Wetenschappelijke relevantie.....	6
1.4 Maatschappelijke relevantie	7
1.5 Leeswijzer	8
2 Theoretisch kader	9
2.1 Motivaties voor nieuwsconsumptie	9
2.2 Het wat en het hoe.....	11
2.2.1 Wat is nieuws?.....	11
2.2.2 De kwaliteit van het nieuws	12
2.3 Vertrouwen in het nieuws	13
2.3.1 De paradox van geloofwaardigheid van het nieuws.....	13
2.3.2 Heuristieken om de geloofwaardigheid van informatie te beoordelen	14
2.3.3 Journalistieke autoriteit.....	15
2.3.4 Samenvatting	16
2.4 Het Nederlandse nieuwsmedialandschap	17
2.5 Nieuwsconsumptie als habitus	18
2.6 Nieuws in tijden van corona	19
3 Methode	21
3.1 Doel van het onderzoek	21
3.2 Verantwoording methode.....	21
3.3 Steekproef	22
3.4 Operationalisering.....	23
3.4.1 Datageneratie.....	23
3.4.2 Conceptualisering	24
3.4.3 Data-analyse.....	25
4 Analyse.....	26

4.1 Wat is nieuws?	26
4.1.1 Weten wat er speelt	26
4.1.2 Feiten, feiten, feiten.....	28
4.2 Nieuwsconsumptie tijdens en voor de coronacrisis	29
4.2.1 De nieuwsapplicatie als uitkomst	30
4.2.2 Ieder begin is moeilijk.....	32
4.2.3 Nieuws als gespreksstof.....	34
4.3 De geloofwaardigheid van het nieuws	35
4.3.1 It's all about your reputation	35
4.3.2 Fouten met verstrekkende gevolgen	37
4.3.3 Het belang van zelf kritisch blijven	39
4.4 De autoritaire positie van nieuwsmedia	40
4.4.1 Het overzicht houden	40
4.4.2 Wanneer het nieuws verliest... ..	42
4.5 Samenvatting	44
5 Conclusie en discussie	46
5.1 Antwoord op de deelvragen.....	46
5.2 Antwoord op de onderzoeksvraag.....	47
5.3 Theoretische discussie	48
5.4 Beperkingen en suggesties voor vervolgonderzoek	50
Referenties	53
Appendices.....	57
Appendix A – Topic lijst.....	57
Appendix B – Verantwoording codering.....	58
Appendix B1 – Wat is nieuws?.....	58
Appendix B2 – Nieuwsconsumptie tijdens en voor de coronacrisis	59
Appendix B3 – De geloofwaardigheid van het nieuws	61
Appendix B4 – De autoritaire positie van het nieuws.....	62
Appendix C – Transcripten.....	63
Appendix D – Nieuwsmediadagboeken.....	63

Voorwoord

Beste lezer,

Voor u ligt mijn masterscriptie genaamd 'Vertrouwen in het coronanieuws - Een kwalitatief publieksonderzoek naar de rol van vertrouwen binnen de nieuwsconsumptie van Nederlandse jongeren in de leeftijd van 18-25 jaar ten tijde van de coronacrisis'.

Het begin van mijn scriptieproces zag er totaal anders uit dan het einde van mijn scriptieproces. Halverwege de maand maart brak namelijk de coronacrisis uit, wat zowel van mij als van mijn begeleidend docent Marc Verboord flink wat aanpassingsvermogen vroeg. Zo besloten wij in plaats van middelbare scholieren studenten te gaan interviewen. De middelbare scholieren zouden namelijk gerekruteerd worden via twee middelbare scholen, maar die zaten natuurlijk dicht. Ook is besloten de interviews via *Skype* af te nemen, om zo op de meest veilige manier toch mijn scriptieonderzoek te kunnen voortzetten.

Ook al verliepen de interviews via de digitale weg, ik heb er niet minder plezier aan gehad. Maar liefst twaalf keer kreeg ik de mogelijkheid om voor een uur lang in iemands beleefwereld opgenomen te worden. Ik ontdekte veel gelijkenissen en een paar verschillen in hoe jongeren omgaan met het coronanieuws en welke rol vertrouwen daarin speelt, maar daarover zal u in deze scriptie alles lezen. Ik hoop dat u net zo geniet van wat de respondenten te zeggen hebben als ik dat heb gedaan en ik hoop dat u net zo geïnspireerd raakt door de resultaten als ik dat ben.

Rest mij nog mijn scriptiebegeleider Marc Verboord te bedanken voor zijn waardevolle feedback, zijn capaciteit altijd helder te denken en zijn vertrouwen in mij nooit te verliezen. Ook wil ik mijn lieve ouders en zusje bedanken, omdat zij er op elk moment van dit scriptieproces voor mij zijn geweest. Ik beseftte tijdens het schrijven van deze scriptie wederom dat ik ontzettend veel aan hen heb en dat ik dat nooit voor lief zal nemen. Natuurlijk zijn mijn vrienden ook onmisbaar geweest in deze tijd. Of ik ze nu nodig had als uitlaatklep of als sparringpartner, ze waren er altijd. Het is enkel met mijn naam waarmee mijn diploma zal worden ondertekend, maar u begrijpt dat ik het liefst iedereen die mij heeft geholpen op dat belangrijke papier zou willen zetten.

Geniet van het lezen van deze scriptie!

Evie Lukassen

Nieuwegein, 26 september 2020

1 Introductie

1.1 Inleiding

“1 op 3 jongeren ‘down’ door coronanieuws” (3Vraagt, 2020)

Dit meldt de Nederlandse Publieke Omroep medio april 2020. Het coronavirus woedt al enkele weken door Nederland en de nieuwigheid van het virus, welke gepaard ging met onduidelijkheid en angst, begon langzaam plaats te maken voor onderzoek en reflectie. Waar de effecten van het coronavirus op de economie en het klimaat veelvuldig werden besproken in het nieuws, werd er minder aandacht besteed aan wat deze berichtgeving op zichzelf voor effect kan hebben. Anders gezegd, er werd maar weinig aandacht besteed aan wat de grote hoeveelheid aan – voornamelijk negatief – ‘coronanieuws’ met de mentale gezondheid van haar lezers deed.

Uit het onderzoek van 3Vraagt (2020), onderdeel van het EenVandaag Opiniepanel, bleek echter dat jongeren het gevoel hadden dat zij niet aan het nieuws over het coronavirus konden ontsnappen. Volgens hen ging het in het nieuws teveel over het coronavirus, terwijl andere onderwerpen net zo belangrijk waren en dus ook behandeld zouden moeten worden. Tevens ervoeren jongeren het nieuws over corona als te negatief. Ze voelden zich er angstig en somber door en hadden behoefte aan meer positieve berichtgeving (3Vraagt, 2020).

Niet alleen tijdens de coronacrisis bleek er behoefte te zijn aan positiever nieuws. Ook voor de coronacrisis klom er al kritiek op de negatieve focus van het nieuws. Het was één van de motivaties van Rob Wijnberg om het Nederlandse journalistieke platform *De Correspondent* op te richten (De Correspondent, z.j.). *De Correspondent* brengt journalistiek naar de lezer welke dient als een medicijn tegen de waan van de dag, door te focussen op achterliggende ontwikkelingen en oplossingen en weg te blijven van sensatie en negativiteit. Ook tijdens de coronacrisis benadrukt Rob Wijnberg het belang van zijn platform: waar andere nieuwsmedia volgens hem angst zaaien, blijft *De Correspondent* helder en constructief in haar berichtgeving over het coronavirus (Wijnberg, 2020).

Ook *NU.nl*, een nieuwsmediaplatform dat claimt zo snel mogelijk met het nieuws te komen (NU.nl, 2017), heeft inmiddels een ‘goednieuwspagina’ (NU.nl, z.j.). Blijkbaar voelde een nieuwsmidium dat anders dan *De Correspondent* vooral gefocust is op het laatste nieuws, ook aan dat haar lezers behoefte hadden aan meer nieuws dan enkel dat wat gaat over de negatieve uitzondering. Ook over het coronavirus verschenen op de goednieuwspagina positieve berichten, bijvoorbeeld dat ouderen in verpleeghuizen weer mochten worden bezocht door hun familie (NU.nl, 2020).

Ook jongeren maken veel gebruik van *NU.nl*. De jongeren van nu worden ook wel de internetgeneratie genoemd (Bakker & De Vreese, 2011). Ze kennen amper een tijd voor het internet en spenderen gemiddeld 3 uur per dag op sociale media (Lubbe, 2017). Dit heeft gevolgen voor hoe zij hun nieuws consumeren. Waar eerdere generaties enkel via de radio, de krant en de televisie het nieuws consumeren, zijn jongeren voor hun nieuws voornamelijk op hun smartphone te vinden (Boczkowski et al., 2018; Antunovic et al., 2018). Al scrollend door hun *Facebook* tijdlijn komen jongeren sporadisch met

het nieuws in aanraking (Boczkowski et al., 2018) of consumeren zij gericht het nieuws door middel van een applicatie van bijvoorbeeld de *NOS* of *NU.nl* (Antunovic et al., 2018).

Het nieuws maakt voor jongeren namelijk een standaard onderdeel uit van hun dagelijks leven; het is verweven in de dingen die jongeren routineus doen, zoals sociale media checken wanneer zij op de bus staan te wachten (Antunovic et al., 2018). Er is echter nog maar weinig onderzoek gedaan naar nieuwsconsumptie in tijden van een crisis zoals de coronacrisis. Door de coronacrisis zijn namelijk dagelijkse dingen als reizen met het openbaar vervoer en naar school gaan, weggevallen, waarmee hoogstwaarschijnlijk de nieuwsconsumptie van jongeren ook is veranderd. Dit onderzoek besteedt aandacht aan wat een maatschappij ontwrichtende crisis als de coronacrisis doet met de manier waarop jongeren het nieuws consumeren én hoe zij tegen het nieuws aankijken.

1.2 Doel, onderzoeksvraag en deelvragen

Het doel van dit onderzoek is om inzicht te krijgen in hoe Nederlandse jongeren in de leeftijd van 18-25 jaar hun nieuwsconsumptie ervaren ten tijde van de coronacrisis van 2020. Er zal specifiek aandacht worden besteed aan de rol van vertrouwen, door de focus te leggen op hoe Nederlandse jongeren het nieuws definiëren, welk nieuws zij geloofwaardig achten en waarom, en in hoeverre zij autoriteit toekennen aan nieuwsmedia ten opzichte van andere instituties zoals de overheid en de wetenschap.

De hoofdvraag luidt daarmee als volgt: Wat is de rol van vertrouwen binnen de nieuwsconsumptie van Nederlandse jongeren in de leeftijd van 18-25 jaar ten tijde van de coronacrisis? Door middel van een thematische analyse van twaalf semigestructureerde diepte-interviews zal gepoogd worden antwoord te geven op deze vraag. De volgende deelvragen zijn opgesteld om stapsgewijs te leiden tot een antwoord op de zojuist geformuleerde hoofdvraag.

- Wat is nieuws volgens Nederlandse jongeren?
- Hoe consumeren Nederlandse jongeren hun nieuws ten tijde van de coronacrisis in vergelijking met daarvoor?
- Hoe beoordelen Nederlandse jongeren de geloofwaardigheid van het nieuws ten tijde van de coronacrisis in vergelijking met daarvoor?
- Hoe kijken Nederlandse jongeren aan tegen de autoritaire positie van nieuwsmedia ten opzichte van andere instituties ten tijde van de coronacrisis in vergelijking met daarvoor?

1.3 Wetenschappelijke relevantie

Hoewel genoeg studies naar de nieuwsconsumptiegewoontes van jongeren zeer recent zijn, zijn ook de resultaten van deze onderzoeken vaak al niet meer representatief voor de huidige staat van het (nieuws)medialandschap. De oneindige mogelijkheden van het internet en specifiek van sociale media maken het mogelijk voor nieuwsmediabedrijven snel in te kunnen spelen op de behoeftes van jongeren (Lammikko, 2019). De ontwikkelingen in het nieuwsmedialandschap volgen elkaar in rap tempo op, waardoor op het eerste gezicht vernieuwende resultaten uit voorgaande onderzoeken al weer achterhaald

zijn. Met deze ontwikkelingen in het nieuwsmedialandschap is ook de definitie van wat nieuws is en wat nieuwsconsumptie daarmee behelst constant aan verandering onderhevig (Swart et al., 2017).

Voorgaande onderzoeken hebben voornamelijk de methode van enquêtes gehanteerd (Diehl et al., 2019; Wohn & Ahmadi, 2019), welke voorbedachte ideeën bevatten over de definiëring van nieuws en over hoe nieuwsconsumptiepatronen eruit behoren te zien. Hoewel enquêtes het mogelijk maken op een gestandaardiseerde manier op grote schaal onderzoek te doen (Hasebrink & Domeyer, 2012), bevatten enquêtes doorgaans voorbedachte ideeën over nieuwsconsumptie welke niet automatisch overeen hoeven te komen met de ervaringen van de respondenten (Prior, 2009). Anders gezegd, elke vastgelegde definiëring omtrent nieuwsconsumptie gaat voorbij aan het constant veranderende karakter van het nieuwsmedialandschap.

Dit onderzoek zal door middel van semigestructureerde diepte-interviews aandacht besteden aan hoe Nederlandse jongeren hun nieuwsconsumptie in tijden van de coronacrisis *ervaren*. Zo zal dit onderzoek dat wat nieuwsconsumptie behelst en de definiëring van het nieuws overlaten aan de respondenten, waarmee een bijdrage wordt geleverd aan de actualiteit van dit onderzoek (Swart et al., 2017). Anders gezegd, dit onderzoek zal recht doen aan het alsmaar veranderende nieuwsmedialandschap en dus niet ‘achter de feiten aanlopen’.

1.4 Maatschappelijke relevantie

Een groot aantal onderzoeken waarschuwt voor de ontwikkeling dat jongeren steeds meer het nieuws vermijden (Drok & Hermans, 2016; Edgerly et al., 2018). Hoewel nieuwsvermijding niet altijd intentioneel is (Skovsgaard & Andersen, 2019), is één van de redenen om het nieuws bewust te vermijden een gebrek aan vertrouwen (Tsfati & Cappella, 2003). Volgens Fisher (2018) vindt dit dalende vertrouwen in nieuwsmedia plaats in een context van algemeen dalend vertrouwen in instituties als de politiek, de wetenschap en dus de media. Volgens jongeren doet bijvoorbeeld de sensatiegerichtheid en negatieve focus van deze media af aan hun objectiviteit en betrouwbaarheid (Drok & Hermans, 2016; Lammikko, 2019). Onderzoek heeft uitgewezen dat een gebrek aan vertrouwen in deze media resulteert in een verschuiving van nieuwsconsumptie naar sociale media (Tsfati & Cappella, 2003; Brants & Volmer, 2011). Sociale mediaplatformen zouden namelijk een plek zijn waar elke burger aan de gewenste informatie kan komen en altijd kan discussiëren met andere burgers (Dahlberg, 2001).

Toch is het ook lastig om op het internet en op sociale media aan de juiste informatie te komen. Volgens Coleman (2012) is er namelijk door de enorme hoeveelheid informatie die daar aanwezig is, sprake van een “info-smog” (p. 36). Ook over het coronavirus werd ontzettend veel bericht door nieuwsmedia, wat een dichte mist aan enorm veel informatie op het internet heeft gecreëerd. Het is daardoor moeilijk voor burgers te bepalen welke informatie relevant voor hen is en daarmee ook welke te vertrouwen. Waar het met traditionele media namelijk gemakkelijk was de nieuwsbron te bepalen, is het op sociale media niet altijd duidelijk waar het nieuws vandaan komt (Antunovic et al., 2018). Zeker met de opkomst van het fenomeen desinformatie – ook wel nepnieuws in de volksmond – is de betrouwbaarheid van het nieuws minder vanzelfsprekend (Broersma, 2013).

Ook tijdens de coronacrisis waarde er veel nepnieuws rond op sociale media (Klaassen, 2020). Het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (hierna: RIVM) waarschuwde al snel voor onjuiste adviezen en complottheorieën. Voorbeelden van nepnieuws over het coronavirus zijn veel gedeelde brieven van artsen van gerenommeerde universiteiten die adviseren de adem meer dan 10 seconden in te houden (Bakker, 2020). Wanneer dit lukt zonder veel gehoest, dan is de patiënt coronavrij (Bakker, 2020). De bekendste complottheorie van de coronacrisis is dat het veroorzaakt zou worden door 5G (Verspeek, 2020).

Hiermee rijst niet enkel de vraag hoe jongeren ten tijde van de coronacrisis omgaan met nepnieuws, maar ook hoe in groter opzicht vertrouwen een rol speelt in de nieuwsconsumptie van jongeren. Dit is belangrijk om te weten, want jongeren hebben in meerdere opzichten de toekomst. Niet alleen zijn zij de nieuwsconsumenten van later, zij zijn ook de burgers van later. Met ontwikkelingen van nieuwsvermijding, een dalend vertrouwen in nieuwsmedia en de kwestie van desinformatie op sociale media, staat echter het toekomstige burgerschap van jongeren onder druk. Om een goede burger te kunnen zijn, zo is het idee, dient men namelijk toegang te hebben tot betrouwbare informatie (Coleman, 2012). Ook tijdens een crisis als de coronacrisis is dit van belang, zodat burgers op de hoogte zijn van het verloop van het virus en op juiste wijze de maatregelen kunnen opvolgen. Echter, nu er zoveel nieuws beschikbaar is over het coronavirus en niet alles daarvan even betrouwbaar is, bestaat er het risico dat burgers niet meer vanzelfsprekend voldoende en juist over het coronavirus geïnformeerd zijn (Coleman, 2012). In dit onderzoek zal daar aandacht aan worden besteed, door met Nederlandse jongeren in de leeftijd van 18-25 jaar in gesprek te gaan over wanneer het zij het gevoel hebben dat zij voldoende zijn geïnformeerd en hoe zij de betrouwbaarheid van het nieuws beoordelen.

1.5 Leeswijzer

Deze scriptie is opgedeeld in vijf hoofdstukken. In het volgende hoofdstuk zal ingegaan worden op voorgaand onderzoek naar nieuwsconsumptie onder jongeren. In dit hoofdstuk zal de rol van vertrouwen binnen deze nieuwsconsumptie centraal staan, door in te gaan op aspecten als de geloofwaardigheid van het nieuws en journalistieke autoriteit. Tevens zal aan het eind ingegaan worden op het Nederlandse nieuwsmedialandschap en de casus van de coronacrisis. Het daaropvolgende hoofdstuk wordt de gehanteerde methode besproken, inclusief verantwoording. In het volgende hoofdstuk zal overgegaan worden op de analyse. Dit hoofdstuk is ingedeeld aan de hand van de eerder besproken deelvragen. Per deelvragen zullen thema's worden besproken, van waaruit een samenvattend antwoord op de onderzoeksvraag zal worden gegeven. In het laatste hoofdstuk zal een antwoord worden gegeven op de onderzoeksvraag en zal dit onderzoek in de context van het wetenschappelijk veld worden geplaatst. Tevens zullen gebreken van het onderzoek worden benoemd en zullen suggesties worden gegeven voor vervolgonderzoek.

2 Theoretisch kader

In dit hoofdstuk zal ingegaan worden op voorgaand onderzoek naar nieuwsconsumptie onder jongeren, van waaruit op verschillende aspecten aangaande dit onderwerp theoretische leemtes zullen worden besproken. Deze theoretische leemtes hebben betrekking op de motivaties van jongeren om nieuws te consumeren, de definiëring van het nieuws, de paradox van geloofwaardigheid van het nieuws en journalistieke autoriteit. Deze leemtes zijn respectievelijk in paragrafen opgedeeld. In deze paragrafen zal worden betoogd hoe dit onderzoek deze theoretische leemtes poogt te vullen. Ter afronding van dit hoofdstuk zal het idee van nieuwsconsumptie als habitus en het Nederlandse nieuwsmedialandschap worden besproken. Tevens zal de casus van de coronacrisis worden geïntroduceerd.

2.1 Motivaties voor nieuwsconsumptie

In deze sectie zal besproken worden hoe jongeren hun nieuws consumeren en wat hun motivaties hiervoor zijn. De laatste jaren consumeren jongeren het nieuws voornamelijk via hun mobiele telefoon (Boczkowski et al., 2018; Antunovic et al., 2018; Lamikko, 2019; Diehl et al., 2019). Op hun mobiele telefoon komen zij via sociale media sporadisch met het nieuws in aanraking, maar gaan zij bijvoorbeeld ook bewust op zoek naar nieuws door middel van nieuwsapplicaties. De motivaties die ten grondslag liggen aan nieuwsconsumptie onder jongeren zijn niet enkel de behoefte geïnformeerd te worden, maar ook om de tijd te verdrijven (Boczkowski et al., 2018), geëntertaint te worden (Costera Meijer, 2007) of de sociale behoefte om bij een groep te horen (Costera Meijer, 2007; Boczkowski et al., 2018).

Zoals hierboven besproken, consumeren de meeste jongeren tegenwoordig hun nieuws via hun mobiele telefoon (Antunovic et al., 2018; Lamikko, 2019). Deze nieuwsconsumptie kan zowel niet-intentioneel zijn via sociale media als intentioneel via nieuwsapplicaties. De nieuwsconsumptie van jongeren is vaak niet-intentioneel in de zin dat jongeren sporadisch met het nieuws in aanraking komen en er dus niet bewust naar op zoek gaan (Antunovic et al., 2018; Boczkowski et al., 2018). Volgens Boczkowski et al. (2018) leidt de gewoonte van jongeren om constant hun sociale media te checken tot dat zij uiteindelijk met nieuws in aanraking komen. Aan deze niet-intentionele nieuwsconsumptie ligt daardoor een andere motivatie dan geïnformeerd willen zijn ten grondslag (Boczkowski et al., 2018; Antunovic et al., 2018). Jongeren gaan op sociale media wanneer zij op de bus staan te wachten en dus tijd moeten doden. Tijdens het scrollen door hun sociale media tijdlijnen komen zij met verschillende nieuwsberichten in aanraking. Het nieuws neemt in hun tijdlijn geen prominente plek in; het valt net zo goed of slecht op als berichten van vrienden of bedrijven. Wanneer zij eenmaal een nieuwsbericht voorbij zien komen, hebben jongeren er maar kort aandacht voor (Boczkowski et al., 2018; Antunovic et al., 2018). Dit maakt van nieuwsconsumptie via sociale media doorgaans een oppervlakkige aangelegenheid (Antunovic et al., 2018; Costera Meijer, 2007). Ze 'snacken' het nieuws door headlines te lezen en hier en daar te klikken op een artikel. Met deze oppervlakkige vorm van nieuwsconsumptie hebben jongeren echter het gevoel dat ze voldoende weten om met vrienden of familie mee te kunnen praten over wat er gebeurt in de wereld (Costera Meijer, 2007; Boczkowski et al., 2018). Daarmee ligt aan nieuwsconsumptie onder jongeren ook een sociale motivatie ten grondslag. Door zelf het nieuws te consumeren en in de gaten te houden wat hun

vrienden liken en delen, verschaffen jongeren zich de mogelijkheid mee te praten en hierdoor onderdeel te worden van de groep.

Aan intentionele nieuwsconsumptie, dat wil zeggen dat jongeren bewust op zoek gaan naar nieuws, liggen ook een sociale motivatie en de behoefte de tijd te verdrijven ten grondslag. Echter, bij intentionele nieuwsconsumptie is er wel sprake van een motivatie om geïnformeerd te zijn (Antunovic et al., 2018). Jongeren gaan voornamelijk bewust op zoek naar nieuws via nieuwsapplicaties als die van *NU.nl* of van het *NOS*. Ook al gaan jongeren via nieuwsapplicaties bewust op zoek naar nieuws, dit wil niet zeggen dat jongeren hierdoor hun nieuws grondig consumeren. Even als bij niet-intentionele nieuwsconsumptie lezen jongeren meestal niet meer dan de headlines en hebben zij maar kort aandacht voor een nieuwsbericht (Antunovic et al., 2018). Hiermee rijst de vraag in hoeverre jongeren zich voldoende geïnformeerd voelen over wat er in de wereld gebeurt wanneer zij bewust op zoek gaan naar nieuws, waarop volgend dit nieuws echter voor korte tijd en maar oppervlakkig wordt geconsumeerd.

De korte aandacht die jongeren over het algemeen hebben voor nieuws vertaalt zich ook naar de perceptie van jongeren dat nieuwsvormen als het journaal te langdradig en daarmee oninteressant zijn (Costera Meijer, 2007). Daarom consumeren jongeren liever hun nieuws via nieuwssites, al dan niet via de website of app van bijvoorbeeld het *NOS*. Daar checken ze wat ze interessant of belangrijk achten. Volgens de jongeren uit het onderzoek van Costera Meijer (2007) gaat het *NOS Journaal* te diep in op onderwerpen. Daar hebben de jongeren geen behoefte aan; voor hun gevoel is het 'snacken' van headlines voldoende om het gevoel te hebben dat ze op de hoogte zijn van wat er in de wereld gebeurt (Costera Meijer, 2007). Tevens consumeren jongeren het nieuws omdat zij geëntertaind willen worden (Costera Meijer, 2007). Nieuws consumeren is voor jongeren een manier om te ontspannen en de zorgen even te vergeten.

Het is echter de vraag in hoeverre onder de jongeren van nu de motivaties voor het consumeren van nieuws nog hetzelfde zijn als de jaren daarvoor. In de afgelopen jaren hebben nieuwsmedia namelijk gepoogd op de veranderende nieuwsconsumptiebehoeftes van jongeren in te spelen. Zo maken verschillende nieuwsbedrijven gebruik van de mogelijkheden van sociale media door het posten van micronieuws (Wohn & Ahmadi, 2019). Micronieuws bestaat uit korte samenvattingen van nieuwsberichten, ondersteund door een link naar het volledige nieuwsbericht (Wohn & Ahmadi, 2019). Onderzoek van Wohn & Ahmadi (2019) heeft uitgewezen dat micronieuws voldoet aan de hierboven besproken behoeftes van jongeren wat betreft nieuwsconsumptie, namelijk geïnformeerd willen zijn, iets hebben om over te praten en de tijd te doden. Ook kwam er uit het onderzoek naar voren dat micronieuws voldoet aan de behoefte van jongeren om geëntertaind te worden (Wohn & Ahmadi, 2019).

Een voorbeeld van micro-nieuws in het Nederlandse nieuwsmedialandschap is *NOS Stories*, een Instagram-account van de *NOS* waar kort en bondige nieuwsberichten verschijnen, welke meestal wordt ondersteund met audiovisueel materiaal. Echter, *NOS Stories* vermeldt bij haar berichten geen link naar het volledige nieuwsbericht op *NOS*. Dit roept de vraag op in hoeverre *NOS Stories* met haar content nog in staat is te voldoen aan de behoeftes van jongeren wat betreft nieuwsconsumptie. Voelen jongeren zich voldoende geïnformeerd wanneer zij alleen een korte Instagram-post tot hun beschikking hebben en geen mogelijkheid verschaft krijgen om meer over het nieuwsbericht te weten te komen via een link? Nu kunnen jongeren zelf via *Google* op zoek gaan naar meer informatie, maar dit kan teveel tijd en moeite voor jongeren zijn. Immers, jongeren willen meestal snel het nieuws consumeren. Meer tijd dan het kost om een

headline te lezen willen jongeren niet aan nieuws besteden (Antunovic et al., 2018; Costera Meijer, 2007). De content van *NOS Stories* is niet meer dan een headline, plus wat extra informatie. Daarmee lijkt het te moeten voldoen aan de behoefte van jongeren om geïnformeerd te zijn over wat er in de wereld gebeurt.

In dit onderzoek zal gepoogd worden uitspraak te doen over in hoeverre het huidige nieuwsmedialandschap, met zowel haar reguliere als haar nieuwe nieuwsmediavormen, inmiddels weer voldoet aan de behoeftes van jongeren. Met de komst van nieuwe nieuwsmediavormen lijken de criteria voor wat onder nieuws geschaad kan worden, opgerekt te worden (Swart et al., 2017). In de volgende sectie zal ingegaan worden op de herdefiniëring van nieuws.

2.2 Het wat en het hoe

2.2.1 Wat is nieuws?

Wat nieuws is en wat niet, lijkt intuïtief gewoon duidelijk te zijn. Het is echter moeilijk dit onder woorden te brengen (Swart et al., 2017). Of het nu gaat om sociale media berichten, lokaal nieuws of blogs, alles wordt volgens Swart et al. (2017) al snel onder de noemer 'nieuws' geschaad. Met de opkomst van het internet is allerlei soortige informatie voorhanden, wat het onduidelijk maakt onderscheid te maken tussen wat nieuws is en wat niet (Swart et al., 2017). Tevens is uit onderzoek van Vraga et al. (2016) gebleken dat onderzoekers en jongeren die deelnemen aan onderzoek niet altijd op één lijn zitten over wat als nieuws gecategoriseerd mag worden.

Uit onderzoek van Swart et al. (2017) werd duidelijk dat er op dit moment verschillende ideeën bestaan over wat nieuws is en wat niet. Waar sommigen bijvoorbeeld vasthouden aan de ouderwetse, op genre gebaseerde definiëring van nieuws, dat wil zeggen dat informatie als nieuws gedefinieerd kan worden wanneer het in reguliere nieuwsmedia als de krant en het journaal verschijnt, erkennen anderen dat met de komst van sociale media bijna elke gebeurtenis als nieuws kan worden beschouwd. Toch wordt er over het algemeen nog steeds onderscheid gemaakt tussen nieuws en andere informatie. Nieuws heeft namelijk betrekking op de maatschappij, wat maakt dat bijvoorbeeld persoonlijke Facebook post niet als nieuws gezien kunnen worden (Swart et al., 2017).

Op sociale media verschijnt echter veel *soft news* (Vraga et al., 2016). *Soft news* heeft een human interest insteek en is meer gericht op entertainment dan op informeren. *Soft news* heeft daarmee minder betrekking op de maatschappij en uit het onderzoek van Vraga et al. (2016) bleek dan ook dat het voor jongeren wel duidelijk is dat *hard news*, ofwel politiek en economisch nieuws, als nieuws gezien kan worden, maar over *soft news* was meer onduidelijkheid. Ook *NOS Stories* lijkt de definitie van wat nieuws is op te rekken (Wohn & Ahmadi, 2019). In hoeverre kunnen korte, audiovisuele berichten nog als nieuws gezien worden in plaats van als enkel entertainment? *NOS Stories* bericht echter niet enkel over *human interest* onderwerpen, maar behandelt ook politieke en economische zaken. In die zin heeft het nieuws dat *NOS Stories* maakt betrekking op de maatschappij en zou het daarmee als nieuws gecategoriseerd kunnen worden (Swart et al., 2017).

Hoe jongeren nieuws definiëren, is nog maar weinig onderzocht. Veel onderzoeken bevatten vooropgestelde ideeën over wat nieuws is, wat de complexiteit van nieuwsconsumptie in eerste zin al simplificeert (Swart et al., 2017). In dit onderzoek zal daarom door middel van diepte-interviews de

definiëring van wat nieuws is worden over gelaten aan de respondenten, namelijk Nederlandse jongeren. Er zal in dit onderzoek geen vaste definitie van nieuws worden gehanteerd, maar alles zal onder de categorie nieuws vallen waarvan respondenten aangeven als nieuws te zien. Op die manier zal er in dit onderzoek zo dicht mogelijk bij de ervaringen van respondenten gebleven worden.

2.2.2 De kwaliteit van het nieuws

In de definiëring van nieuws komt daarmee ook een normatief idee over hoe het nieuws eruit zou moeten zien naar voren. Waar moet nieuws aan voldoen volgens jongeren? Wanneer consumeren zij bepaald nieuws niet en wanneer juist wel?

Uit onderzoek is gebleken dat jongeren het belangrijk vinden dat in een nieuwsbericht meerdere perspectieven worden aangehaald (Costera Meijer, 2007) en dat er diverse overtuigingen en culturen worden gerepresenteerd (Drok et al., 2018). Jongeren achten de onderzoeks- en waakhondfunctie van het nieuws zeer waardevol (Drok & Hermans, 2016). Ze vinden het ook belangrijk dat journalisten samenwerken met burgers (Drok & Hermans, 2016). Dit kost echter tijd, maar tegelijkertijd willen jongeren dat het nieuws snel en gratis beschikbaar is (Drok & Hermans, 2016). Hoewel snelheid altijd al belangrijk is geweest voor nieuwsmedia, voelen nieuwsmedia met de opkomst van het internet en de smartphone de druk om zo snel mogelijk nieuws te produceren. Dit heeft gevolgen voor de kwaliteit van dat nieuws. Doordat nieuws zo snel mogelijk online moet, maken journalisten eerder fouten dan voorheen (Laufer 2011). Ook wordt het nieuws gesimplificeerd, is er minder diepgang en wordt er meer gebruik gemaakt van stereotypen (Gibbs and Warhaver 2002). Ook is de focus op sensatie groter en zijn de nieuwsartikelen een stuk korter (Haagerup 2014).

Vanwege de perceptie van jongeren dat reguliere nieuwsmedia te simplistisch en te sensatiegericht zijn, lijken jongeren satirische nieuwsprogramma's zeer te kunnen waarderen (Marchi, 2012). Jongeren willen namelijk weten hoe het echt zit in de wereld, en ze hebben het gevoel dat de reguliere nieuwsuitzendingen op televisie hen dat niet altijd vertellen (Marchi, 2012). Die focussen bijvoorbeeld teveel op sensatie en human interest, in plaats van dat ze uitleg geven over een bepaalde gebeurtenis zoals een terroristische aanslag. Tegelijkertijd weerhouden journalisten zich ervan een positie in te nemen, terwijl jongeren vinden dat journalisten best kritisch mogen zijn. Daarom kijken jongeren graag naar satirische programma's. Die behandelen op een kritische wijze het nieuws, door aandacht te besteden aan de trivialisering van het nieuws en door kritisch te kijken naar gebeurtenissen. Satirische nieuwsprogramma's behandelen de kern van het nieuws, vinden jongeren (Marchi, 2012).

Uit het onderzoek van Drok & Hermans (2016) is naar voren gekomen dat het nieuws dat oppervlakkig is, kort is en gericht is op sensatie erin resulteert dat jongeren de nieuwsmedia die deze nieuwsberichten maken, minder vertrouwen. In het volgende hoofdstuk zal dieper ingegaan worden op de rol van vertrouwen in nieuwsconsumptie.

2.3 Vertrouwen in het nieuws

2.3.1 De paradox van geloofwaardigheid van het nieuws

Zoals eerder benoemd, hebben jongeren minder vertrouwen in nieuwsmedia wanneer deze oppervlakkige, korte en op sensatie gerichte nieuwsberichten plaatsen, oftewel wanneer jongeren de kwaliteit van het nieuws als onder de maat beoordelen (Drok & Hermans, 2016). Toch weerhoudt dit hen er niet van deze nieuwsmedia te consumeren (Tsfati & Cappella, 2005; Costera Meijer, 2007). Daarmee lijkt er sprake te zijn van een paradox, welke verklaard zou kunnen worden door dat wat in de eerste sectie van dit hoofdstuk is besproken, namelijk dat geïnformeerd willen zijn over wat er gebeurt in de wereld voor jongeren niet meer de enige en voornaamste motivatie voor nieuwsconsumptie is (Costera Meijer, 2007; Antunovic et al., 2018; Bockzowski et al., 2018). Uit onderzoek van Tsfati en Cappella (2005) kwam naar voren dat participanten die het nieuws niet vertrouwden deze toch consumeerden wanneer hun 'need for cognition' (p. 252) – ofwel de behoefte jezelf intellectueel uit te dagen – gemiddeld hoog is. Echter, deze 'need for cognition' staat in contrast met de behoefte van jongeren om door het nieuws geëntertaind te worden (Costera Meijer, 2007). Uit onderzoek van Costera Meijer (2007) is naar voren gekomen dat jongeren destijds nieuws consumeerden waarvan zij de kwaliteit echter als laag beoordeelden. Zo vonden Nederlandse jongeren programma's als *Hart van Nederland* en *RTL Boulevard* overdreven en lege programma's, maar toch kijken zij er naar. Reguliere nieuwsprogramma's achtten zij namelijk saai; jongeren willen geëntertaind worden. Dit wil echter niet zeggen dat zij geen waardering hadden voor reguliere nieuwsprogramma's als het *NOS Journaal*. Zij zagen destijds de aanwezigheid van dit soort nieuwsmedia als even vanzelfsprekend en belangrijk als een zorgverzekering of andere sociale zekerheden (Costera Meijer, 2007).

Tegelijkertijd resulteert volgens Tsfati & Cappella (2003) een laag vertrouwen in de reguliere nieuwsmedia in de verplaatsing van nieuwsconsumptie naar andere bronnen zoals sociale media. Daarbij, uit het onderzoek van Kalogeropoulos et al. (2019) kwam naar voren dat nieuwsconsumptie via sociale media correleert met een lage mate aan vertrouwen in reguliere nieuwsmedia. Brants & Volmer (2011) beschrijven zelfs een causale relatie onder de jongere generatie: het lage vertrouwen onder jongeren in reguliere nieuwsmedia heeft hen doen overstappen naar sociale mediaplatformen als voornaamste nieuwsbron. Daarmee lijkt een laag vertrouwen in reguliere nieuwsmedia juist wel in relatie te staan tot vermijding van deze media (Tsfati & Cappella, 2003; Tsfati & Ariely, 2014).

Concluderend, er is nog geen eenduidige relatie aangetoond tussen vertrouwen in nieuwsmedia en het vermijden ervan. Maakt een laag vertrouwen in reguliere nieuwsmedia dat jongeren de overstap maken naar andere nieuwsbronnen als sociale media, of speelt het lage vertrouwen dat zij hebben geen rol omdat zij enkel geëntertaind willen worden in plaats van geïnformeerd? Een verklaring voor het feit dat op deze vraag nog geen antwoord is gevonden, komt volgens Fisher (2018) door het feit dat in onderzoek naar vertrouwen in nieuwsmedia verschillende aspecten van vertrouwen worden bevraagd.

Wanneer onderzoek wordt gedaan naar vertrouwen in nieuwsmedia, wordt eigenlijk veelal bevraagd in hoeverre participanten het nieuws *geloofwaardig* achten ("credibility", Carlson, 2017, p. 107). Onderzoek naar de geloofwaardigheid van het nieuws focust zich op in hoeverre burgers dat wat nieuwsmedia hen vertellen ook echt geloven. Volgens Carlson (2017) wordt nieuws minder geloofwaardig wanneer deze van slechte kwaliteit is. Nieuws van slechte kwaliteit is zoals eerder benoemd nieuws dat

foutief is, maar ook nieuws dat te simplistisch is, te negatief is en teveel gericht is op sensatie (Drok & Hermans, 2016). Het is echter de vraag tot welk punt nieuwsmedia kunnen gaan totdat er scheurtjes beginnen te vertonen in hun geloofwaardigheid. Hebben zij bij een paar slechte nieuwsberichten hun geloofwaardige positie al verspeeld, of dienen nieuwsmedia eerst voor langere tijd structureel nieuwsberichten van slechte kwaliteit te leveren, willen zij minder geloofwaardig gevonden worden? Er lijkt daarmee een relatie te zijn tussen de kwaliteit van nieuwsmedia en de geloofwaardigheid ervan, maar dit is tot dusver nog maar weinig onderzocht.

Echter, in onderzoek naar de geloofwaardigheid van nieuwsmedia worden vaak onbewust verschillende aspecten van geloofwaardigheid bevraagd (Metzger et al., 2003). Geloofwaardigheid kan namelijk betrekking hebben op de geloofwaardigheid van het nieuwsmedium zelf, van de inhoud van het nieuwsbericht of van de bron. Volgens Metzger et al. (2003) hebben deze drie aspecten echter veel overlap met elkaar. Zo speelt in vertrouwen in de inhoud van het bericht bepaalde karakteristieken een rol, zoals de structuur, de schrijfstijl en de accuraatheid van de inhoud (Metzger et al., 2003). Ook vinden jongeren nieuwsberichten die teveel schandaal en entertainment bevatten minder professioneel en minder geloofwaardig (Lammikko, 2019; Hermans & Drok, 2016). In de geloofwaardigheid van de inhoud speelt echter de waargenomen professionaliteit van de nieuwsbron ook een rol (Lammikko, 2019). In de volgende sectie zal worden ingegaan op welke heuristieken doorgaans worden gehanteerd voor het beoordelen van de geloofwaardigheid van informatie (Metzger et al., 2010)

2.3.2 Heuristieken om de geloofwaardigheid van informatie te beoordelen

Voor de komst van het internet waren verschillende vormen van geloofwaardigheid van bron, informatie, organisatie nog goed van elkaar te onderscheiden en te definiëren, maar met de huidige aanwezigheid van het internet en met name sociale media, is het voor gebruikers veel complexer geworden (Metzger et al., 2003). Zo kunnen reguliere nieuwsmediaorganisaties hun berichten op *Facebook* posten, maar dit bericht kan ook weer gedeeld worden door een particuliere gebruiker. Jongeren consumeren bijvoorbeeld nieuws via *Facebook*, maar de bron blijft een regulier nieuwsmedium (Antunovic et al., 2018). Het is daarin echter de vraag wat zij als bron beschouwen en waar zij de geloofwaardigheid van deze bron op baseren.

Volgens Metzger et al. (2010) wordt in de beoordeling van de geloofwaardigheid van informatie gebruik gemaakt van heuristieken. Zeker online worden heuristieken door gebruikers toegepast, omdat zij niet de cognitieve capaciteit en de tijd hebben om de grote hoeveelheid informatie die op het internet aanwezig is systematisch te evalueren. In plaats daarvan hanteren gebruikers heuristieken, welke het beoordelen van de geloofwaardigheid van informatie vergemakkelijken en versnellen. Onder andere de volgende heuristieken worden volgens Metzger et al. (2010) gehanteerd.

Allereerst is informatie geloofwaardig wanneer deze van een bron komt die een zekere reputatie heeft opgebouwd, bijvoorbeeld het *NOS Journaal*. Ten tweede is informatie eerder geloofwaardig wanneer anderen dat ook vinden. Echter, volgens Metzger & Flanagin (2013) rijst met deze heuristiek de vraag in hoeverre geloofwaardigheid dan wordt verward met populariteit. Een bericht dat heel veel wordt gedeeld hoeft niet per se correct te zijn, het kan namelijk ook desinformatie zijn. Desinformatie wordt in de volksmond ook wel nepnieuws genoemd, en laat zich omschrijven als het met intentie verspreiden van

foutief nieuws (“news fabrication”, Tandoc Jr. et al., 2017, p. 7), om daar een bepaald effect mee te bereiken. Het bekendste voorbeeld hiervan zijn de presidentiële verkiezingen van 2016 in de Verenigde Staten, waarbij Russische ‘trollen’ doelbewust nepnieuws verspreidden zodat Donald Trump president zou worden (Harding, 2016).

Als derde heuristiek wordt informatie dat wordt aangeboden op een manier zoals de gebruiker het niet had verwacht, als minder geloofwaardig geacht (Metzger et al., 2010). Hiervan is bijvoorbeeld sprake wanneer het ontwerp van de website waarop de informatie staat niet gebruiksvriendelijk is, of dat er spelfouten of grammaticale fouten in het bericht staan. Zo vinden jongeren het belangrijk dat berichten niet teveel special effecten en video’s bevatten (Lammikko, 2019) en dat bijvoorbeeld hyperlinks werken (Metzger et al. 2003). Tevens wordt bij de vierde heuristiek informatie ook minder geloofwaardig wanneer deze een commerciële agenda lijkt te hebben, bijvoorbeeld een *advertorial* in een tijdschrift (Metzger et al., 2010).

Als vijfde heuristiek voor de beoordeling van de geloofwaardigheid van informatie, checken veel gebruikers bij verschillende bronnen of de informatie overal overeen komt (Metzger et al., 2010). Overeenkomstigheid kan een teken zijn dat de informatie te vertrouwen is. Als laatste wordt informatie ook als geloofwaardig beoordeeld wanneer deze overeenkomt met de eigen overtuigingen. Aangestuurd door algoritmes komen gebruikers via sociale media echter vooral en voornamelijk in aanraking met informatie die aansluit bij hun eigen ideeën, overtuigingen en wereldbeelden (Pariser, 2011). Met dit gegeven zal de laatste heuristiek dus niet opgaan, wat maakt dat gebruikers gebruik zullen moeten maken van de andere heuristieken.

Anders dan hun ouders consumeren jongeren hun nieuws veel meer via sociale media. Hiermee rijst de vraag welke heuristieken jongeren hanteren om dit nieuws te beoordelen op geloofwaardigheid. In dit onderzoek zal hier aandacht aan worden besteed.

2.3.3 Journalistieke autoriteit

Met een trend van dalend vertrouwen in instituties in wat men noemt de “post-truth age” (Carlson, 2018, p. 1879), zagen ook nieuwsmedia hun autoritaire positie afnemen (Carlson, 2017; Vos & Thomas, 2018; Carlson, 2018). Burgers kunnen via het internet aan elk soort informatie komen, welke veelal aansluit bij hun overtuigingen. In de huidige “post-truth age” wordt meer waarde gehecht aan eigen ervaringen en wordt informatie verstrekt door instituties als de overheid, de wetenschap en de journalistiek minder snel gelooft en vertrouwt. Burgers hebben steeds meer het gevoel dat zij het nieuws niet nodig hebben om erachter te komen wat er gaande is in de wereld (Carlson, 2017).

Journalistieke autoriteit betreft het toegekende recht dat de journalistiek de institutie is die anderen mag vertellen wat er in de wereld gebeurt en dus anderen op de hoogte mag brengen van dingen die zij niet weten (Carlson, 2017, p. 107). Daarin kan de journalistiek gezien als een vierde staat, waarin het in de democratie haar functie vervult door de burgers voldoende te informeren zodat zij hun burgerplicht kunnen uitvoeren en door tevens de overheid als een waakhond te controleren (Strömbäck, 2005). Volgens Carlson (2017) krijgen nieuwsmedia en journalisten autoriteit toegekend omdat zij op een professionele wijze te werk gaan. Journalisten hanteren bijvoorbeeld journalistieke standaarden en waarden als

objectiviteit en hoor en wederhoor. De professionele werkwijze van nieuwsmedia wordt ook erkend door instituties als de overheid en de wetenschap, maar ook door andere instanties. Zo zijn ministers verplicht de pers te woord te staan, en gaan zowel de ministers als het publiek ervan uit dat journalisten op de juiste wijze hiervan verslag doen. Doordat journalisten dus op erkende professionele wijze werken en deze werkwijze ook door anderen wordt erkend, behouden zij volgens Carlson (2017) hun autoriteit.

Het toekennen van autoriteit aan nieuwsmedia is daarmee iets anders dan geloven wat er in nieuwsberichten staat (Carlson, 2017). Waar de geloofwaardigheid van het nieuws gaat over in hoeverre de informatie betrouwbaar is, gaat journalistieke autoriteit over de plek die nieuwsmedia innemen in de democratie. Deze plek was tot voor kort uniek, omdat alleen nieuwsmedia in staat waren het publiek te informeren over dingen waarmee zij niet in aanraking komen, maar wat wel belangrijk is om te weten om zo voldoende geïnformeerd hun burgerplicht te kunnen voldoen (Carlson, 2017).

Echter, met de opkomst van het internet zien journalisten de autoriteit die hen wordt toegekend afnemen (Carlson, 2017; Vos & Thomas, 2018). Via het internet kunnen burgers namelijk zelf aan elk soort informatie komen en kunnen zij dus zelf op de hoogte blijven van wat er in de wereld gebeurt, zonder journalisten als gatekeepers (Carlson, 2018). Daar komt bij dat burgers nu ook zelf journalistiek kunnen bedrijven, ook wel burgerjournalistiek genoemd. Burgers posten dan bijvoorbeeld zelf via *Twitter* of *Facebook* live wat er gebeurt of ze gaan zelf op onderzoek uit. Daarmee kennen burgers meer autoriteit toe aan wat zij zelf ervaren en bevinden dan aan wat journalisten hen vertellen (Van Zoonen, 2012). Daar toe in relatie staat dat veel burgers überhaupt meer autoriteit toekennen aan wat zij zelf ervaren, dan aan wat instituties hen vertellen (Van Zoonen, 2012; Carlson, 2018). In de zogenoemde “post-truth age” (Carlson, 2018, p. 1879) zien instituties, mede door het opspelende populisme, hun autoriteit afnemen.

In hoeverre jongeren de autoriteit van het nieuws in twijfel trekken en daarmee haar democratische functie, is echter nog maar weinig onderzocht. In dit onderzoek zal hier daarom aandacht aan besteed worden, waarbij bewust rekening gehouden wordt met het feit dat journalistieke autoriteit geen vaststaand iets is, maar een construct (Carlson, 2017). Het nieuws verkrijgt namelijk niet autoriteit op zichzelf, maar is in bezit hiervan door de machtsstrijd tussen verschillende actoren die constant gaande is. Deze actoren zijn bijvoorbeeld de overheid – en dus politici die de autoriteit van journalisten in twijfel kunnen trekken – maar ook burgers. Onderzoek naar hoe jongeren staan tegenover de autoritaire positie van het nieuws, is daarmee enkel een moment opname van waar de machtsstrijd op dat moment staat. Anders gezegd, “Any study of journalistic authority provides a snapshot—an artifact that makes a moment knowable by freezing time and demarcating space.” (Carlson, 2017, p. 188).

2.3.4 Samenvatting

Samenvattend, in dit onderzoek zal een bijdrage worden geleverd aan de literatuur omtrent nieuwsconsumptie onder jongeren door met gebruik van diepte-interviews de ervaring van de respondenten centraal te stellen. Door de conceptualisering van wat nieuwsconsumptie en nieuws behelst aan de respondenten over te laten, zullen beperkingen van voorgaand onderzoek worden ondervangen. Tevens zal dit onderzoek een toevoeging zijn aan het beperkte onderzoek naar het vertrouwen van jongeren in het nieuws. Tijdens de interviews zal aandacht worden besteed aan hoe Nederlandse jongeren

de kwaliteit van verschillende nieuwsmedia- en nieuwsvormen beoordelen, van waaruit de relatie tot het vertrouwen van dat nieuws zal worden geëxploreerd. Vertrouwen wordt in dit onderzoek gedefinieerd in het licht van de geloofwaardigheid van het nieuws, welke beoordeeld wordt op basis van heuristieken (Metzger et al., 2010), maar ook in het licht van journalistieke autoriteit. Dit onderzoek naar het vertrouwen van jongeren in nieuwsmedia zal niet worden uitgevoerd in een vacuüm, maar zal worden geplaatst in de context van het huidige Nederlandse nieuwsmedialandschap. In de volgende paragraaf zal deze context worden toegelicht.

2.4 Het Nederlandse nieuwsmedialandschap

Voorgaand onderzoek naar nieuwsconsumptie heeft voornamelijk plaatsgevonden onder jongeren uit de Verenigde Staten (b.v. Antunovic et al., 2018; Diehl et al., 2019). Onderzoek naar nieuwsconsumptie onder Nederlandse jongeren is echter beperkt, waarvan veel onderzoek ook nog sterk verouderd is (Costera Meijer, 2007). De verwachting is echter dat nieuwsconsumptie onder Nederlandse jongeren verschilt van dat van Amerikaanse jongeren. Volgens Hallin & Mancini (2014) is er in Nederland, maar ook in Denemarken en in Zweden, namelijk sprake van een democratisch-corporaal mediasysteem.

In Nederland is zelfs na de ontzuiling nog sprake van enig politiek parallelisme. Naast de commerciële omroepen bestaat er namelijk nog een sterke publieke omroep (Hallin & Mancini, 2004). In de Verenigde Staten is volgens Hallin & Mancini (2014) echter sprake van een liberaal mediasysteem, dat wil zeggen dat er een grote focus is op commercie en dat de staat weinig invloed heeft. In de Verenigde Staten zijn lokale kranten meer vertegenwoordigd dan nationale media als *CNN News* of *Fox News*. Daar komt bij dat nationale media in liberale mediasystemen over het algemeen politiek sterker gepolariseerd zijn dan in democratisch-corporale mediasystemen (Hallin & Mancini, 2014).

Volgens Tsifti & Ariely (2014) is het heersende mediasysteem een bepalende factor voor de mate van vertrouwen in nieuwsmedia en mag dit niet zomaar genegeerd worden. Uit onderzoek van Lindell & Sartoretto (2018) is bijvoorbeeld gebleken dat Braziliaanse jongeren een andere houding hebben ten opzichte van de nieuwsmedia in hun land dan Zweedse jongeren. Zo hebben Braziliaanse jongeren minder vertrouwen in nieuws dat verschijnt op televisie, omdat de televisie in Brazilië vooral nieuws en programma's uitzendt welke gericht zijn op sensatie en entertainment. Voor betrouwbaar nieuws maken Braziliaanse jongeren liever gebruik van de krant. Ze hechten daarbij meer waarde aan lokaal nieuws dan aan nationaal of globaal nieuws. Volgens Guerrero & Márquez-Ramírez (2014) is het Braziliaanse mediasysteem daarmee vergelijkbaar met die van de Verenigde Staten.

In Zweden hebben jongeren daarentegen meer vertrouwen in nieuws dat op televisie wordt uitgezonden, omdat in Zweden net als in Nederland sprake is van een sterke publieke omroep (Lindell & Sartoretto, 2018). Deze publieke omroep heeft als taak de burgers te informeren en te onderwijzen (Bardoel & d'Haenens, 2008), wat een bepaalde kwaliteit van het nieuws garandeert. De verwachting is dat onder de Nederlandse jongeren in dit onderzoek sprake is van eenzelfde mate van vertrouwen in nieuws van de publieke omroep als onder Zweedse jongeren. In Nederland is volgens Hallin & Mancini (2014) immers sprake van eenzelfde mediasysteem als in Zweden, namelijk een democratisch-corporaal mediasysteem.

Dit onderzoek zal door de nieuwsconsumptie van Nederlandse jongeren te plaatsen in de context van het democratisch-corporaal mediasysteem een bijdrage leveren aan de beperkte aanwezigheid van onderzoek naar nieuwsconsumptie onder Nederlandse jongeren. Door de context van het mediasysteem een rol te laten spelen in dit onderzoek, zal tevens een extra verklaring worden aangereikt voor hoe Nederlandse jongeren in dit onderzoek hun nieuwsconsumptie ervaren en welke nieuwsmedia zij al dan niet vertrouwen. In dit laatste brengt dit onderzoek het advies van Tsfati & Ariely (2014) om in onderzoek naar vertrouwen in nieuwsmedia het mediasysteem van een land niet te negeren, in de praktijk.

Wat tevens niet genegeerd mag worden, is het feit dat de ene jongere de andere niet is. In de volgende sectie zal ingegaan worden op de rol die sociale klasse speelt in hoe jongeren hun nieuws consumeren en wat hun houding is ten opzichte van het nieuws.

2.5 Nieuwsconsumptie als habitus

Waar bij televisie kijken en andere smaak-gerelateerde, culturele praktijken de rol van sociale klasse al ruimschoots is onderzocht, is dit voor nieuwsconsumptie nog maar beperkt (Lindell & Sartoretto, 2018). Echter, volgens Lindell & Sartoretto (2018) is sociale klasse wel degelijk van invloed op hoe jongeren hun nieuws consumeren en welke plek het nieuws inneemt in hun leven. Nieuwsconsumptie begeeft zich daarmee niet in een isolement, maar kan juist gezien worden als onderdeel van een door sociale context geconstrueerde levensstijl, ofwel een habitus (Bourdieu, 1990, uit Hasebrink & Domeyer, 2012, p. 764).

Zo worden jongeren uit de hogere klasse van de samenleving doorgaans zowel door hun ouders als hun leraren aangespoord het nieuws te volgen (Lindell & Sartoretto, 2018). Ze volgen het nieuws dan ook bijna elke dag. Het nieuws volgen is voor hen een vanzelfsprekendheid, omdat het voor hen tevens als vanzelfsprekend voelt op de hoogte te willen blijven van wat er in de wereld gebeurt. Door op te hoogte te blijven van politiek en economisch nieuws, zowel op nationaal als op internationaal niveau, hebben de jongeren uit de hogere klasse het gevoel onderdeel te zijn van de maatschappij en hierdoor hun burgerplicht te vervullen. Zij weerhouden zich er niet van met hun ouders over dit nieuws te discussiëren en zij keuren sensatiegericht nieuws duidelijk af (Lindell & Sartoretto, 2018).

Jongeren uit de lagere klasse worden echter over het algemeen amper aangespoord het nieuws te volgen (Lindell & Sartoretto, 2018). In hun omgeving wordt het niet als noodzakelijk geacht op de hoogte te blijven van het nieuws, tenzij het hen zeer persoonlijk raakt. Dit is dan ook de reden dat jongeren uit de lagere klasse doorgaans meer belang hechten aan lokaal nieuws. Het meer nationale en internationale nieuws vinden zij voornamelijk saai. De jongeren uit de lagere klasse willen vooral dingen doen die zij leuk vinden, en daar hoort het volgen van het nieuws niet bij. Waar jongeren uit de hogere klasse sensatiegericht nieuws duidelijk afkeuren, is dit voor jongeren uit de lagere klasse niet iets waar zij over het algemeen mee bezig zijn (Lindell & Sartoretto, 2018).

Volgens Lindell & Sartoretto (2018, p. 2057) maken deze verschillen duidelijk dat sociale klasse wel degelijk een rol speelt in hoe jongeren hun nieuws consumeren en wat hun houding is ten opzichte van het nieuws. In dit onderzoek zal daarom de sociale klasse waar de respondenten zich in begeven worden meegenomen worden als een mogelijke verklaring voor de gevonden resultaten.

Voor dit onderzoek wordt niet enkel gekeken naar wat de jongeren studeren, maar ook welke rol hun ouders spelen in hun leven. Volgens Marchi (2012) hebben jongeren namelijk veel vertrouwen in de mening van hun ouders. Er is in deze gedigitaliseerde wereld zoveel nieuws aanwezig, waardoor het voor jongeren niet altijd makkelijk is om die nieuwsberichten te vinden die voor hen relevant zijn of die zij interessant achten. Ouders kunnen in de nieuwsselectie van jongeren helpen door te dienen als nieuwsfilters, waarin zij nieuws aandragen waarvan zij het gevoel hebben dat hun kind dat interessant vindt. Niemand kent uiteraard jongeren beter dan hun ouders. Jongeren blijven ook nog steeds vasthouden aan de nieuwsconsumptiegewoontes van hun ouders (Antunovic et al., 2018). Zo zijn zij sneller geneigd het journaal te kijken als hun ouders dat ook doen, dan wanneer hun ouders dat niet doen.

2.6 Nieuws in tijden van corona

Tijdens het schrijven van dit onderzoek brak het coronavirus uit. Net zoals tijdens de SARS-uitbraak (Berry et al., 2007), berichtten nieuwsmedia over niets anders dan over het coronavirus en de maatregelen die zijn genomen om het virus te bestrijden. Net als tijdens de SARS-crisis lijkt er een zogenoemde 'health hype' (Signorielli, 1993, uit Berry et al., 2007, p. 36) rondom het coronavirus te ontstaan. Dit betekent dat het nieuws betreffende het coronavirus veelal wordt opgeblazen en gesimplificeerd, en vooral gefocust is op entertainment (Berry et al., 2007).

In dit onderzoek zal de coronacrisis als een casus worden beschouwd waarbinnen kwesties rondom de kwaliteit van het nieuws, de geloofwaardigheid van het nieuws en journalistieke autoriteit nog steeds van belang zullen zijn. Er zal gekeken worden naar hoe jongeren hun nieuwsconsumptie ervaren in tijden van corona en in hoeverre deze ervaring verschilt van voor de coronacrisis. De kans is bijvoorbeeld groot dat jongeren tijdens de aanwezigheid van het coronavirus meer het journaal kijken dan voorheen. Ook zullen zij misschien meer frequent naar talkshows kijken. *Op1*, de talkshow van de Nederlandse publieke omroep, zag tijdens de coronacrisis haar kijkersaantallen flink stijgen (Fortuin, 2020). Blijkbaar hebben burgers meer behoefte aan nieuws in tijden van crisis. Dit is echter tot dusver nog maar weinig onderzocht.

De verwachting is dat de kwaliteit en geloofwaardigheid van het nieuws door jongeren nog steeds als belangrijk wordt geacht, maar het is de vraag hoe belangrijk. Zo stellen Metzger en Flanagin (2013) de vraag op welke momenten het voor gebruikers belangrijk is dat informatie geloofwaardig is. Anders gezegd, in welke situatie speelt de geloofwaardigheid van informatie een voorname rol? Immers, zoals eerder besproken worden ongeloofwaardige nieuwsmedia alsnog geconsumeerd, omdat bijvoorbeeld de motivatie voor entertainment (Costera Meijer, 2007) of 'need for cognition' (Tsfati & Cappella, 2005) hoger is. De verwachting is dat in tijden van crisis de motivatie om geïnformeerd te zijn de boventoon voert, maar dit is echter nog maar weinig onderzocht. In dit onderzoek zal daar daarom aandacht aan worden besteed.

Tevens rijst de vraag wat tijden van crisis doen met de mate van autoriteit die aan journalisten wordt toegekend. Het nieuws is namelijk meer dan ooit het instituut dat burgers op de hoogte houdt van wat zij op geen andere manier te weten kunnen komen (Carlson, 2017). Waar burgers zelf nog aan informatie over meer triviale onderwerpen kunnen komen, is zoiets complex als het coronavirus misschien maar moeilijk te begrijpen zonder tussenkomst van gatekeepers, in dit geval de journalisten.

Journalisten laten in de berichtgeving over het coronavirus vaak experts aan het woord, om zo hun geloofwaardigheid kracht bij te zetten (Berry et al., 2007). Echter, volgens Berry et al. (2007) wakkeren deze experts al snel angst aan onder het publiek. Uit de inhoudsanalyse van Britse kranten die hebben bericht over het SARS virus uit 2003, is naar voren gekomen dat experts in die berichtgeving veel minder genuanceerd zijn over de gevaren en gevolgen van een virus dan niet-experts (Berry et al., 2007). Dit is een interessant resultaat, kijkend naar hoe het Nederlandse medialandschap op dit moment eruit ziet. Veel gebeurtenissen worden namelijk in talkshows geduid door vaste gasten, die vaak weinig tot geen verstand hebben van het te bespreken onderwerp (Katan & Straniero-Sergio, 2001). Dit is in strijd met de resultaten van Berry et al. (2007), waar dit dus precies andersom is. Dit kan verklaard worden door het verschil in mediasystemen tussen Groot-Brittannië en Nederland. Waar Groot-Brittannië vooral commercieel gedreven media heeft, heeft Nederland zoals eerder besproken een sterke publieke omroep (Hallin & Mancini, 2004).

In dit onderzoek zal aandacht worden besteed aan hoe jongeren in tijden van de coronacrisis hun nieuwsconsumptie ervaren. Hierin zal onderzocht worden in welke mate jongeren tijdens deze coronacrisis belang hechten aan dat het nieuws van goede kwaliteit is en dat het geloofwaardig is. Ook zal onderzocht worden in hoeverre het nieuws volgens jongeren in tijden van crisis nog een autoritaire positie inneemt. De specifieke keuze voor de coronacrisis als casus, maakt dat de resultaten van dit onderzoek wat betreft nieuwconsumptie onder jongeren niet te generaliseren zijn voor 'gewonere tijden'. Toch geeft dit onderzoek een specifieke inkijk in hoe jongeren hun nieuwsconsumptie ervaren wanneer nieuws belangrijker is dan ooit.

3 Methode

In dit hoofdstuk zal het design en de methode van dit onderzoek uiteen worden gezet. Deze uiteenzetting bevat het doel van het onderzoek, een verantwoording van de methodekeuze en de steekproef en de operationalisering. Dit laatste heeft betrekking op de conceptualisering, de datageneratie en de data-analyse.

3.1 Doel van het onderzoek

Het doel van dit onderzoek is om inzicht te krijgen in hoe Nederlandse jongeren in de leeftijd van 18-25 jaar hun nieuwsconsumptie ervaren in tijden van de coronacrisis van 2020. Er zal specifiek aandacht worden besteed aan de rol van vertrouwen in deze consumptie, door de focus te leggen op hoe Nederlandse jongeren het nieuws definiëren, welk nieuws zij geloofwaardig achten en waarom, en in hoeverre zij autoriteit toekennen aan de journalistiek. Om inzicht te kunnen krijgen in deze complexe aspecten van nieuwsconsumptie zal voor dit onderzoek de methode van semigestructureerde diepte-interviews worden gehanteerd (Holstein & Gubrium, 1997; Hermanowicz, 2002). Door gebruik te maken van diepte-interviews, met een topiclijst als leidraad, kan de volledige ruimte worden gegeven aan hoe Nederlandse jongeren betekenis geven aan hun nieuwsconsumptie.

3.2 Verantwoording methode

In dit onderzoek zullen semigestructureerde diepte-interviews als methode worden gehanteerd (Holstein & Gubrium, 1995; 1997). Door middel van deze methode kan onderzoek worden gedaan naar hoe respondenten betekenis toekennen aan bepaalde ervaringen, in dit geval het consumeren van nieuws in tijden van corona en de rol die vertrouwen in deze nieuwsconsumptie speelt.

Daaraan toegevoegd speelt ook de context van het interview een rol in hoe jongeren betekenis geven aan hun nieuwsconsumptie (Holstein & Gubrium, 1995; Charmaz, 2014). Volgens Charmaz (2014) neemt niet enkel de respondent zijn of haar persoonlijkheid en achtergrond mee naar het interview, de onderzoeker doet dit net zo goed. De onderzoeker is daarmee ook van invloed op het verloop van het interview en daarmee de datageneratie. Anders dan bij enquêtes, is het afnemen van diepte-interviews geen proces van vraag en antwoord, maar komen onderzoeker en respondent samen tot betekenisvorming.

Door gebruik te maken van diepte-interviews als methode, zullen de resultaten echter minder te generaliseren zijn voor de populatie van Nederlandse jongeren dan wanneer enquêtes als methode worden gehanteerd (Hasebrink & Domeyer, 2012). Hoewel enquêtes het mogelijk maken op een gestandaardiseerde manier op grote schaal onderzoek te doen, maakt echter deze gestandaardiseerde wijze dat de complexiteit van nieuwsconsumptie tijdens het onderzoek onder de oppervlakte blijft. Zo kan vooraf bijvoorbeeld worden aangenomen dat jongeren nieuws willen consumeren omdat zij op de hoogte willen blijven van wat er in de wereld gebeurt, terwijl aan deze motivatie ook weer een bepaalde aanname ten grondslag kan liggen. Anders gezegd, waarom hebben jongeren het gevoel dat ze op de hoogte willen of moeten blijven van het nieuws? In welke sociale, culturele en historische context begeven zij zich welke maakt dat op de hoogte blijven van wat er in de wereld gebeurt een belangrijk goed is? Hoewel enquêtes

de mogelijkheid bieden te vragen naar het waarom, verschaffen enquêtes niet de mogelijkheid de complexiteit van nieuwsconsumptie naar het oppervlak te halen, te analyseren en te verklaren (Hasebrink & Domeyer, 2012).

Tevens bevatten enquêtes voorbedachte ideeën over nieuwsconsumptie welke niet automatisch overeen hoeven te komen met de ervaringen van de respondenten (Prior, 2009). De keuzemogelijkheden in enquêtes zijn voor de respondenten maar beperkt, waardoor zij vooral zullen bepalen welk antwoord het meest aansluit bij hun nieuwsconsumptie in plaats van zelf een antwoord te bedenken. Enquêtes bevatten daarmee sturende vragen en antwoorden, waardoor voorbijgegaan wordt aan de unieke, betekenisvolle maar complexe praktijk die nieuwsconsumptie heet (Hasebrink & Domeyer, 2012).

3.3 Steekproef

Voor dit onderzoek zullen twaalf Nederlandse jongeren in de leeftijd van 18 tot en met 25 jaar worden geïnterviewd. De vorming van deze steekproef is op basis van sociale generatie. Zij die tot dezelfde sociale generatie behoren hebben gemiddeld dezelfde leeftijd en zijn geboren in een vergelijkbare historische en culturele context (Mannheim, 1970). De fenomenen en problemen waar een sociale generatie tijdens het opgroeien en volwassen leven mee te maken krijgt, komen voor de leden min of meer overeen (Mannheim 1970).

De respondenten zijn op “non-probability” (Ritchie et al., 2003, p. 79) wijze gerekruteerd, wat betekent dat niet elke respondent evenveel kans heeft gerekruteerd te worden. Door bijvoorbeeld door middel van “snowball sampling” (Robinson, 2014, p. 31) te rekruteren, zullen respondenten geworven worden die zich allen in een soortgelijke sociale context begeven. Om iets te kunnen zeggen over de rol van sociale context in de nieuwsconsumptie van jongeren, is voor dit onderzoek gekozen voor een zo divers mogelijke steekproef. Door echter wel de minimale criteria aan te houden dat de respondenten Nederlands moeten zijn en tussen de 18 en 25 jaar, zal de externe validiteit van dit onderzoek gewaarborgd worden (Boeijs, 2002). Onderstaande tabel weergeeft persoonlijke informatie van de respondenten, namelijk geslacht, leeftijd, opleiding en woonplaats.

Tabel 1: Gegevens respondenten

	Geslacht	Leeftijd	Opleiding	Woonplaats*
Respondent 1	Man	23	Toegepaste psychologie (HBO) en studenten-coaching (post-HBO)	Groningen, Groningen
Respondent 2	Vrouw	18	Media & Vormgeving (MBO)	Neede, Achterhoek, Gelderland
Respondent 3	Man	22	Rechten (WO bachelor)	Gouda, Zuid-Holland
Respondent 4	Vrouw	22	Hogere hotelschool (HBO)	Hilversum, Utrecht
Respondent 5	Man	23	Software engineering (HBO)	Silvolde, Achterhoek, Gelderland
Respondent 6	Vrouw	21	Diergeneeskunde (WO bachelor)	Utrecht, Utrecht (uit Harpersbroek, Overijssel)

Respondent 7	Man	24	Communicatie (HBO)	Utrecht, Utrecht (uit Zeeland)
Respondent 8	Man	24	Communicatie- en informatiewetenschappen (WO bachelor)	Utrecht, Utrecht (uit Vianen, Utrecht)
Respondent 9	Vrouw	21	Biomedische Wetenschappen (WO bachelor)	Utrecht, Utrecht (uit Oss, Noord-Brabant)
Respondent 10	Vrouw	22	Sustainable development (WO master)	Utrecht, Utrecht
Respondent 11	Vrouw	21	Biomedische wetenschappen (WO bachelor)	Utrecht, Utrecht (uit Zwolle, Overijssel)
Respondent 12	Vrouw	18	Business Administration (WO bachelor)	Varsseveld, Achterhoek, Gelderland

*Huidige woonplaats. Geboorteplaats staat tussen (...).

3.4 Operationalisering

3.4.1 Datageneratie

De respondenten zullen voorafgaand aan het interview worden verzocht een zogenoemd nieuwsmediadagboek bij te houden (Hasebrink & Domeyer, 2012). Respondenten dienen voor één doordeweekse dag en voor één dag in het weekend voor elk moment dat zij volgens hun gevoel het nieuws consumeren, het volgende te noteren:

- Type medium (Facebook, nieuwsapp, journaal, etc.)
- Type device (mobiele telefoon, laptop, televisie, etc.)
- Tijd
- Plaats
- Duur
- Nieuwsbron (website, post op Facebook van een nieuwsbron, Instagramverhaal, etc.)
- Onderwerp(en) van het nieuws
- Situationele context (gezelschap, gemoedstoestand, etc.)
- Motivatie om nieuws te gaan consumeren

Het nieuwsdagboek zal worden gebruikt tijdens het interview. Dit element is toegevoegd omdat het terughalen van mediaconsumptie in zijn algemeenheid erg lastig blijkt te zijn (Prior, 2009). Door gebruik te maken van een nieuwsmediadagboek tijdens het interview zal worden bijgedragen aan de representativiteit van de interviews en daarmee van het onderzoek. Daaraan toegevoegd is het gebruik van een nieuwsmediadagboek in combinatie met een interview een goede manier om zowel naar onbewuste

gewoontes als bewuste ervaringen te vragen (Flick, 1992). Kort gezegd, het nieuwsmediadagboek zal tijdens het interview het praten over nieuwsmediagebruik vergemakkelijken (Hasebrink & Domeyer, 2012).

In totaal zijn er twaalf interviews afgenomen van gemiddeld een uur lang. De interviews zijn afgenomen via *Skype*, omdat het door de coronacrisis zowel onverstandig als vrijwel onmogelijk was naar de respondenten toe te gaan. De interviews zijn opgenomen en naderhand getranscribeerd, om op deze manier zo accuraat en zorgvuldig mogelijk de data te kunnen analyseren (Atkins & Wallace, 2015). De transcripten zijn te vinden in appendix C. Ook is aan elk transcript een beschrijving van de interviewsituatie toegevoegd, om zo de unieke context van de interactie tussen de interviewer en de respondent mee te kunnen nemen in het onderzoek (Charmaz, 2014).

Voorafgaand aan de interviews zijn de respondenten individueel op de hoogte gesteld van het doel van het onderzoek waaraan zij meewerken. Tevens is de respondenten verzekerd dat zij te allen tijde zich mogen terugtrekken uit het onderzoek en dat zij tijdens het interview een vraag niet hoeven te beantwoorden wanneer zij dat niet willen. Ook is hen om toestemming gevraagd voor het audiovisueel opnemen van het interview. Door middel van een formulier van geïnformeerde toestemming hebben alle respondenten akkoord gegeven op het voorgaande. Alle respondenten is de mogelijkheid geboden hun eigen transcript in te zien. Uiteindelijk zijn alle respondenten anoniem in dit onderzoek verwerkt.

3.4.2 Conceptualisering

Het uitgangspunt van dit onderzoek is, zoals eerder benoemd, het idee dat nieuwsconsumptie te complex is om te bevragen via enquêtes, waarin gewoonlijk voorbedachte definities en ideeën over nieuwsconsumptie staan. Zowel wat nieuwsconsumptie voor jongeren behelst als wat de definitie van nieuws is, zal in dit onderzoek worden overgelaten aan de respondenten. De nieuwsconsumptiegewoontes van jongeren zullen tijdens de interviews worden besproken aan de hand van het nieuwsmediadagboek, welke in de vorige sectie is toegelicht. Dit onderzoek heeft echter ook een sterke focus op de rol van vertrouwen binnen nieuwsconsumptie. De volgende concepten staan hierin centraal: de kwaliteit van het nieuws, de geloofwaardigheid van het nieuws en journalistieke autoriteit.

In dit onderzoek zal nieuws van goede kwaliteit worden beschouwd wanneer deze zich houdt aan journalistieke waarden die door jongeren worden gewaardeerd. De verwachting is dat zij de waakhondfunctie van de journalistiek, het aanhalen van meerdere perspectieven en de poging tot diepgang, waarbij het nieuws zich weerhoudt van oppervlakkigheid, negativiteit en sensatiegerichtheid, als belangrijke journalistieke waarden zien.

De geloofwaardigheid van het nieuws heeft in dit onderzoek betrekking op de geloofwaardigheid van de informatie, de bron en/of het medium. In de beoordeling van deze geloofwaardigheid hanteren jongeren bepaalde heuristieken. In dit onderzoek zal daarom de geloofwaardigheid van het nieuws worden benaderd als iets wat de respondenten zelf beoordelen. De lage kwaliteit van het nieuws wordt beschouwd als iets dat in deze beoordeling door jongeren zou kunnen worden meegenomen.

Waar de geloofwaardigheid van het nieuws gaat over in hoeverre de verstrekte informatie betrouwbaar is, betreft journalistieke autoriteit de plek die nieuwsmedia inneemt in de samenleving ten

opzichte van andere instituties. Dit heeft betrekking op in hoeverre nieuwsmedia een belangrijke en onmisbare functie vervullen, maar ook of het de autoriteit heeft om burgers te vertellen hoe de wereld eruit ziet en wat er in deze wereld gebeurt.

Tijdens het afnemen van de interviews zal gebruik worden gemaakt van een topiclijst, welke te vinden is in appendix A. Deze topiclijst gaat zowel in op het nieuwsmediadagboek als op de hiervoor besproken concepten. In de topiclijst met vragen staan tevens *probes* vermeld. Deze 'doorvraag-vragen' gaan in op gedetailleerde aspecten van de daarvoor gestelde vraag. Volgens Hermanowicz (2002) kan hierdoor doorgevraagd worden naar de achterliggende motivaties van bepaalde uitingen. Zo geeft Hermanowicz (2002) het voorbeeld van een Amerikaan die aangeeft "pretty happy" (p. 485) te zijn met zijn baan. Volgens Hermanowicz (2002) is het daaropvolgend zaak allereerst door te vragen naar het waarom, maar ook te vragen naar wat maakt dat de Amerikaan *pretty happy* zegt, en niet *fairly happy* of *really happy*.

3.4.3 Data-analyse

De gegenereerde data van de interviews zal worden geanalyseerd aan de hand van een thematische analyse (Boeije, 2002; 2014). De data zal op systematische wijze open, axiaal en vervolgens selectief gecodeerd worden. Vanuit deze codering zullen thema's worden gevormd aangaande de nieuwsconsumptie van jongeren ten tijde van de coronacrisis en de rol die vertrouwen hierin speelt. Open coderen betreft het verzamelen en het bottom-up toekennen van codes aan relevante fragmenten uit de data (Boeije, 2014). Vervolgens zal door middel van axiaal coderen, met de kennis van het open coderen en met de theorie in het achterhoofd, de codes worden geherformuleerd, worden samengevoegd of in meerdere codes worden opgedeeld. Vanuit hier zullen de eerste dominante thema's zich aandoen. Door middel van selectieve codering zal uiteindelijk tot de definitieve, dominante thema's gekomen worden (Boeije, 2014).

Het proces van open, axiaal en selectief coderen is echter geen lineair proces, maar zal worden onderworpen aan constante vergelijking (Boeije, 2002). Dit betekent dat bij nieuwe data constant zal worden afgevraagd in hoeverre deze passen in de daarvoor gevormde codes, van waaruit er geschaafd zal worden aan deze bestaande codes en er codes zullen worden toegevoegd of weggehaald. Door op deze wijze te coderen, zal bijgedragen worden aan de interne validiteit van het onderzoek (Boeije, 2002). Door de constante vergelijking tussen de data en de codes zal de variëteit van de data worden erkend, waardoor niet voorbij zal worden gegaan aan de complexiteit van nieuwsconsumptie onder Nederlandse jongeren en de rol van vertrouwen daarin ten tijde van de coronacrisis.

4 Analyse

In dit hoofdstuk zullen de resultaten van de analyse worden besproken. Dit zal worden gedaan aan de hand van de deelvragen. Per deelvraag zullen de thema's die tijdens de analyse naar voren zijn gekomen worden benoemd en uiteengezet, waarbij deze zullen worden onderbouwd met quotes uit de twaalf getranscribeerde interviews. Er zal op de volgende manier naar de quotes worden gerefereerd: (transcriptnummer. paginanummer). Voorbeeld: (9.45). Aan het eind van dit hoofdstuk zal een voorlopig antwoord worden gegeven op de onderzoeksvraag. De verantwoording van de codering is te vinden in appendix B.

4.1 Wat is nieuws?

Voordat ingegaan kan worden op de nieuwsconsumptiegewoontes van jongeren tijdens de coronacrisis en wat de rol van vertrouwen daarbinnen is, zal eerst worden uitgeweid over wat Nederlandse jongeren als nieuws beschouwen en waar nieuws volgens hen voor dient. Door met de deelvraag 'Wat is nieuws volgens Nederlandse jongeren?' te beginnen, worden de daarop volgende deelvragen in de context van het huidige nieuwsmedialandschap geplaatst. Het nieuwsmedialandschap is immers constant aan verandering onderhevig en daarmee ook de definitie van nieuws.

De volgende thema's zijn tijdens de analyse naar voren gekomen. Allereerst brengt volgens jongeren het nieuws hen op de hoogte van actuele gebeurtenissen en ontwikkelingen. Ten tweede zien jongeren het nieuws als iets dat enkel feiten brengt, waarin het nieuws zich weerhoudt van het verkondigen van een mening hierover.

4.1.1 Weten wat er speelt

Volgens Nederlandse jongeren brengt het nieuws hen op de hoogte van nieuwe, actuele gebeurtenissen en ontwikkelingen. Wanneer een gebeurtenis niet meer actueel is, verschillen de jongeren echter van mening. Waar voor de één iets al geen nieuws meer is als het twee dagen oud is, is het voor de ander ook nog nieuws wanneer iets twee weken geleden is gebeurd. Hieruit wordt duidelijk dat het idee van actualiteit geen vaststaand iets is, maar meer een gevoelskwestie. Voor één respondent is iets zelfs nieuws wanneer zij het nog niet weet, zelfs al gaat het over een gebeurtenis van weken geleden.

De jongeren zouden echter onder andere wetenschappelijke onderzoeken, weetjes over koffie en mode en vlogs niet onder nieuws schaden. Dit lijkt een willekeurige lijst, maar de voorbeelden die de respondenten aanhalen hebben allemaal het volgende gemeen: het nieuws is niet te specifiek over zowel oppervlakkige als complexe onderwerpen. Anders gezegd, het nieuws bericht volgens jongeren over onderwerpen die voor elke burger relevant, interessant én te begrijpen zijn. Zo zijn wetenschappelijke onderzoeken te moeilijk, uitleg over een economisch model te diepgaand en weetjes over koffie en mode vindt niet iedereen interessant. Het nieuws bericht volgens de jongeren eerder over thema's die elke burger aangaan, zoals economie en milieu, zonder dat het nieuws hier te diep op in gaat.

Respondent 1: [Nieuws is voor mij] nieuwe informatie over een bepaald onderwerp. Maar dat is natuurlijk super breed. Ja, nieuws gaat voor mij over dat soort algemene, actuele thema's. Dat is voor mij nieuws. En als er een soort van onderzoek naar gedaan is. (...) Want vlogs is bijvoorbeeld geen nieuws. Het is wel een soort van nieuws, maar het gaat over een persoon, over het leven van iemand, dus dat is geen... Maar corona is natuurlijk een onderwerp, dat is natuurlijk nieuws, of economie is dan ook nieuws. (1.9)

Voor de ene jongere doet het nieuws niet meer dan berichten over wat er is gebeurd, terwijl voor de andere jongere er nog iets meer moeite door nieuwsmedia gedaan moeten worden om iets 'nieuws' te maken. Zo moeten volgens sommige jongeren de gebeurtenissen nog wel geduid worden. Er moet onderzoek naar worden gedaan, er moet worden uiteengezet waar het door kwam en wat eraan te doen is, en het liefst moet er van verschillende gerelateerde gebeurtenissen een samenvatting gegeven worden. Vooral dit laatste kenmerk wordt door jongeren vaak aangehaald wanneer zij nieuws proberen te omschrijven.

Respondent 4: Ja, nieuws vind ik toch echt wat formeler. Die, nou ja, nu dus al die feiten van corona deelt en echt van alle punten dat laat zien. En eerst was het dat ze gewoon voor jou even samenvatten wat er in de wereld speelde en in Nederland en wat je eigenlijk wel moest weten. Gewoon de belangrijkste dingen op een dag. (4.46)

Hoewel de jongeren het fijn vinden dat het nieuws hen op de hoogte brengt van het belangrijkste nieuws van de dag, hebben zij het gevoel dat ze het grote nieuws via een andere weg ook wel te horen krijgen. Naar hun mening hoeven zij daar niet per se het nieuws voor te volgen. Zogenoemd *breaking news* en andere grote ontwikkelingen zijn volgens hen niet te missen, omdat er bijvoorbeeld met vrienden over gesproken wordt of omdat er bij hun ouders thuis de radio aan staat. Ook voor het nieuws dat voor hen relevant is, bijvoorbeeld wanneer de universiteiten weer open gaan, hoeven jongeren voor hun gevoel niet naar op zoek. Het vindt hen wel.

Respondent 11: (...) [Ik heb] dan toch wel dat ik het [nieuws] in een gesprek vaak wel meekrijg of dat ik het op de radio bij mijn ouders nog wel hoor, (...), maar ik ga niet actief op zoek naar dat soort nieuws. Dus dan ja, dan heb ik er veel minder behoefte aan omdat ik denk dat het belangrijke wat ik nodig heb op een andere manier nog wel binnen krijg. (11.117)

Hoewel de jongeren het gevoel hebben dat zij het nieuws toch wel via via te horen krijgen, betekent dit echter niet dat zij het niet belangrijk vinden op de hoogte te blijven. In tegendeel, meerdere jongeren geven aan dat zij, ook al volgen zij het nieuws niet intensief, het toch belangrijk vinden om te weten wat er gaande is in de wereld. Volgens jongeren voorziet het nieuws in hun behoefte te weten wat er speelt.

Respondent 9: Ik denk mensen op de hoogte stellen van wat er allemaal aan de hand is. Dus dat mensen dus wel meekrijgen wat er gaande is en wat er allemaal in landen gebeurt of hier in Nederland. Want je bent gewoon op

één plek en ik weet op dit moment ook niet wat er ergens in Groningen allemaal gebeurt, dat krijg je op het nieuws te zien. (9.100)

Voor de volgende deelvraag zal verder ingegaan worden op hoe jongeren via het nieuws op de hoogte proberen te blijven, maar voor deze deelvraag is het belangrijk aan te kaarten dat het voor de jongeren heel gewoon voelt om op de hoogte te willen blijven van het nieuws. Het waarom konden jongeren echter niet meteen formuleren.

Interviewer: Ja. En waarom vind je dat dan, waarom denk je jeetje je moet hier echt wat beter van op de hoogte zijn?

Respondent 10: Ja, ik weet niet. Ik vind het dan gewoon een beetje gek als er iets heel ergs gebeurt in ons land of aan de andere kant van de wereld of er gaan mensen dood of er zijn allemaal problemen, misschien ook wel die over mijzelf gaan maar dat ik het dan niet weet. Ik vind dat wel iets wat ik dan moet weten. Ik weet, ja waarom wil ik dat? Vind ik belangrijk. Ja, waarom vind ik dat belangrijk? Nou ja, ik denk wel dat er dus iets is in de wereld, of wat te maken heeft met mijzelf of met mijn ouders, dat je daar wel een beetje op de hoogte van bent. (10.103)

Uiteindelijk werd door de jongeren het antwoord gegeven dat het gewoon hoort, dat het normaal is om je bezig te houden met de ontwikkelingen en de problemen van Nederland en van de wereld. De jongeren die tot deze uiting kwamen, volgen een hbo of wo opleiding. Dit geeft de suggestie dat in ieder geval onder hoogopgeleide jongeren de behoefte op de hoogte te willen blijven een sociaal geconstrueerde behoefte is. Als je nergens wat vanaf weet, of zoals de jongeren het noemen 'onder een steen hebt geleefd', wordt je door andere hoogopgeleide jongeren namelijk raar aangekeken en wordt er uitleg verwacht. Je valt buiten de groep als je bijvoorbeeld de aanslagen in Parijs niet hebt meegekregen.

Respondent 7: Ik weet niet zo goed hoe ik dat moet zeggen... Omdat het een soort van normaal is of dat het hoort of zo, je woont in Nederland, ik vind het dan normaal dat je een beetje weet wat er gebeurt om je heen. Op de hoogte zijn van dingen. (...). Ligt eraan hoe nieuw of groots het is, weet je wel. Als je van, even kijken, als voorbeeld, weet je nog in Parijs, die aanslagen en zo. (...). Ik had op een gegeven moment een meisje bij mij, op school of zo, die niet echt doorhad dat dat was gebeurt of zo. Dan denk ik ja, sorry, maar dan leef je wel een beetje onder een steen heb ik het idee. (7.67)

4.1.2 Feiten, feiten, feiten

Volgens jongeren geeft het nieuws vooral feiten. Het nieuws dient zich daarin te weerhouden van het geven van meningen. Zodra er meningen worden gegeven, is het volgens jongeren geen nieuws meer. Dit relateert sterk aan de normatieve ideeën die jongeren van het nieuws hebben. Zo vinden jongeren dat het nieuws objectief en neutraal moet blijven; het is niet aan het nieuws een mening te vormen. Dit vinden zij omdat

het nieuws daarmee de maatschappij niet dient. Wanneer het nieuws meningen zou gaan delen, zou het onrust en onduidelijkheid veroorzaken onder burgers.

Respondent 12: (...) [Als] je allemaal uiteenlopende meningen gaat geven, daar heb je gewoon niks aan. Je kan het er mee eens zijn of niet, maar met feiten, daar hoef je geen mening over te vormen of zo, het is gewoon zo. Ik vind dat belangrijker dan dat ik meningen van anderen hoor waar ik het toch misschien niet of wel mee eens ben. Ik heb dan liever dat ik er zelf een mening over vorm of zo, gewoon een korte mening, dan dat ik een uitgebreid iets hoor van iemand anders. (12.131)

Wanneer nieuwsmedia zich weerhouden van het geven van meningen, beschouwen de jongeren deze nieuwsmedia als objectief. De Nederlandse nieuwsmedia zijn daarin volgens sommige jongeren veel objectiever dan Amerikaanse nieuwsmedia. Amerikaanse nieuwsmedia zijn namelijk volgens hen meer gericht op sensatie en werken zij veel sterker polarisering in de hand dan Nederlandse nieuwsmedia doen.

Respondent 3: (...) Bijvoorbeeld soms als die politieke spelletjes beginnen in Amerika, want dat volg ik wel gewoon heel erg, als er presidentsverkiezingen zijn, dan zie je al heel gauw aan welke kant ze staan. En in Nederland heb ik dat idee niet, het is veel meer neutraler. Bijvoorbeeld als we in Nederland een minister president moeten kiezen, dan is het van hoe veel zetels zijn waar binnen gekomen en that's it. Daar doen ze niet van die politiek getinte uitspraken naar mijn idee.

Interviewer: En wat vind je daarvan, dat ze het op die manier aanpakken, de Nederlandse nieuwsmedia?

Respondent 3: Ja, beter. (...). Want dan krijg je net zoals in Amerika, en dat hoor je wel vaker, dat mensen heel erg wantrouwend zijn naar de overheid omdat de overheid heel vaak een hand heeft in kranten en dergelijke omdat het een politiek spel is. (3.36)

Het nieuws heeft dus als functie de feiten te bespreken en het dient zich daarmee te weerhouden van het geven van meningen. Hieruit blijkt dat objectiviteit een belangrijke waarde van het nieuws is voor de jongeren. In de volgende deelvragen zal hier verder op worden ingegaan.

4.2 Nieuwsconsumptie tijdens en voor de coronacrisis

Voor de deelvraag 'Hoe consumeren Nederlandse jongeren hun nieuws ten tijde van de coronacrisis in vergelijking met daarvoor?' zijn de volgende thema's naar voren gekomen. Allereerst is gebleken dat voor jongeren nieuwsapplicaties de uitkomst zijn voor hoe zij hun nieuws het liefst consumeren. Ten tweede is gebleken dat vooral aan het begin van de coronacrisis jongeren zeer de behoefte hadden geïnformeerd te zijn en daardoor het nieuws intensief volgden, maar dat zij het nieuws over het coronavirus al snel te veel en te weinig positief vonden. Gedurende de coronacrisis vielen de jongeren hierdoor steeds meer terug in hun oude nieuwsconsumptiepatroon van nieuws consumeren op momenten dat zij even niets te doen hebben. Als laatste is gebleken dat het nieuws voor jongeren ook als gespreksstof kan dienen.

4.2.1 De nieuwsapplicatie als uitkomst

De meeste jongeren consumeren hun nieuws via hun mobiele telefoon. De jongeren hebben hun mobiele telefoon altijd wel op zak en kunnen dus op elk gewenst moment even het nieuws checken. Dit doen zij voornamelijk via nieuwsapplicaties als die van *NOS* of *NU.nl*. Vooral op momenten dat jongeren niks anders te doen hebben, pakken zij hun mobiele telefoon erbij. Ze consumeren hun nieuws tijdens de pauze op het werk of wanneer ze in bed liggen. Het nieuws is echter voor jongeren niet enkel puur ter tijdverdrijf. Zij vinden het wel degelijk belangrijk om op de hoogte te blijven, maar ze maken er maar amper tijd voor vrij.

Respondent 8: En dat ik zo'n NOS app, die open ik als ik in de bus zit of zo, of in de trein, of als ik niks te doen heb. Als ik leukere dingen kan gaan doen, dan open ik ook niet zo snel die NOS app denk ik. Ik ga niet echt zitten om die NOS app te openen. (8.91)

Jongeren lezen liever geen lange artikelen. De jongeren consumeren namelijk voornamelijk het nieuws op momenten dat zij niets te doen hebben, en deze momenten zijn er vooral om even tussendoor bij te komen of om uit te rusten van een drukke dag. Alle twaalf jongeren uit dit onderzoek studeren nog. Zij zullen hierdoor de hele dag al veel moeten lezen, wat waarschijnlijk maakt dat zij niet ook nog de energie en concentratie hebben om lange nieuwsartikelen te gaan lezen.

Respondent 10: Ja, ik denk dat dat ook bijvoorbeeld wel de reden is dat ik dan eerder korte artikelen lees dan lange, omdat je daar dus wel even je aandacht voor moet hebben. Dus de lange lees ik dan wel als ik het echt heel interessant [vind], dus als het echt iets aangaat van mijn studie of dat het nu heel erg speelt, dan neem ik [er] wel de tijd voor om het langer te lezen, maar daardoor denk ik dat op het moment dat ik aan het ontspannen ben het nieuws lees, niet zo snel lange artikelen zou lezen. (10.104)

De jongeren vinden het vooral belangrijk op de hoogte te blijven van het nieuws uit hun directe omgeving. Dit nieuws heeft immers eerder impact op hen dan nieuws uit een andere provincie of uit een ander land. Ook als het gaat om nieuws rondom het coronavirus is dit het geval. Vooral de angst dat er iets met hen of met hun naasten kan gebeuren is de motivatie voor jongeren om bijvoorbeeld de sterfte- en ziekenhuisopnamecijfers uit hun omgeving goed in de gaten te houden.

Respondent 2: [Ik] woon dan in Neede (...). Daar waren een paar besmettingen en daar wonen ook vrienden en vriendinnen van mij. (...) [Dat] interesseert me dan wel een beetje, want het is gewoon dicht bij elkaar in de buurt. Maar echt als het dan bijvoorbeeld over Amerika gaat, (...), het is wel interessant, maar ik hoef het niet van zo'n klein plekje [iets] te weten, ik zou het meer interessant vinden als er iets in de buurt is of zo.

I: Waarom zou je daar eerder op klikken?

R: (...) [Het] is ook helemaal niet leuk wat er in China of in Italië of zo gebeurt. Maar toch, je woont hier en je bent hier dichterbij en straks gebeurt er iets met een dierbare of met jezelf, dat is wel vervelender dan wanneer het met iemand is die in Italië woont die je eigenlijk helemaal niet kent, zeg maar. (2.15)

Het meeste nieuws consumeren de jongeren via de nieuwsapplicaties die zij op hun telefoon hebben geïnstalleerd. Vooral de nieuwsapplicaties van *NOS* of *NU.nl* worden veelvuldig door jongeren gebruikt. Volgens jongeren zijn deze nieuwsapplicaties fijn in gebruik omdat ze overzichtelijk zijn en beknopt het nieuws bespreken, waardoor de jongeren weinig moeite hoeven te doen om te weten wat het nieuws van de dag is.

Interviewer: Oké. En waarom vind je die *NU.nl* nieuwsapp het leukst?

Respondent 1: Omdat het overzichtelijk is en beknopt. De manier waarop ze het vertellen spreekt mij heel erg aan, hoe ze het schrijven. Dus dit is lekker makkelijk ook. Gewoon een app. Even tussendoor kan het. Ja, ik hoef er geen krant voor te pakken of naar één of andere website te gaan. (1.1)

Voor de meeste jongeren is de krant erbij pakken of via hun laptop naar een nieuwswebsite gaan te veel moeite. Nieuwsapplicaties als die van *NOS* of *NU.nl*, maar ook *Facebook* of *Instagram*, openen jongeren op hun mobiele telefoon echter wel bewust – al is het om de tijd te doden. Op deze applicaties laten zij zich echter meevoeren door wat zij sporadisch tegenkomen, waarbij zij uiteindelijk voornamelijk klikken op nieuwsberichten die hen interessant lijken. Interessante nieuwsberichten zijn voor hen nieuwsberichten die bijvoorbeeld gaan over hun leeftijdsgroep, over hun studie of over persoonlijke interesses als voetbal of De Verenigde Staten. Toch is deze gewekte interesse niet het enige waar jongeren zich door laten overhalen op een nieuwsbericht te klikken, ook de headline en de afbeelding van het nieuwsbericht spelen een rol. Opvallend genoeg hoeft het onderwerp van het nieuwsbericht niet per se hun interesse te hebben. Sommige jongeren vinden het geen probleem om er pas in de eerste alinea van het geopende nieuwsbericht achter te komen of ze het artikel daadwerkelijk willen lezen of niet.

Respondent 3: Uhm, denk toch wel als het een pakkende titel heeft. Maar daar ligt mijn interesse vaak niet. Maar als het een pakkende titel heeft, klik ik er soms toch ook wel op. En dan lees je die eerste alinea, en dan kan ik heel snel voor mezelf al een onderscheid maken of ik het interessant vind om verder te lezen of niet. (3.31)

Uiteindelijk lezen de meeste jongeren enkel nieuwsartikelen die hen interessant lijken. Tijdens de coronacrisis hoefden de meeste jongeren niet naar school en kwam hun bijbaantje tijdelijk te vervallen. Ook zagen ze hun vrienden amper nog. Hierdoor hielden ze tijd over, wat al snel bij de jongeren resulteerde in verveling. Uitgaande van het onderzoek van Costera Meijer (2007) en Boczkowski et al. (2018) was de verwachting dat jongeren wanneer zij zich vervelen minder selectief worden in welk nieuws zij willen consumeren. Dit bleek uiteindelijk voor maar één enkele respondent het geval. Hij consumeert soms nieuwsartikelen puur om de tijd sneller te laten gaan, zelfs wanneer hij niet geïnteresseerd is in het onderwerp. Dat hij dan toch nog op de hoogte blijft van wat er gaande is in de wereld, is dan mooi meegenomen.

Respondent 3: Ja, veel meer, ik ben veel meer geïnteresseerd ja. Ja, is gewoon stukje op de hoogte willen blijven toch. Ja, ik weet niet. Het is vaak ook een stukje verveling hoor. Dat denk ik denk van ja ik ben nu wel een beetje verveeld op mijn telefoon. En dan ga ik gewoon even snel kijken en dan lees ik echt alles door. Dat gaat van entertainment tot aan uh Sylvie Meis die nog niet getrouwd is. (3.28)

Voor de manier waarop jongeren hun nieuws willen consumeren bieden nieuwsapplicaties dus uitkomst. De nieuwsapplicaties van *NOS* en *NU.nl* kunnen op elk moment dat de jongeren even niets te doen hebben via de mobiele telefoon geraadpleegd worden. In een overzichtelijke applicatie komen jongeren al scrollend met het nieuws uit de buurt of dat wat hun interesse heeft in aanraking. Zo kunnen jongeren op een gemakkelijke manier op de hoogte blijven, zonder dat ze daar voor hun gevoel moeite voor hoeven te doen.

4.2.2 Ieder begin is moeilijk

Aan het begin van de coronacrisis volgden de meeste jongeren het nieuws intensief. Anders dan voorheen, waar het nieuws vooral werd gebruikt om de tijd te doden, wilden jongeren aan het begin van de coronacrisis graag geïnformeerd worden. Volgens jongeren was het coronavirus nieuw en onvoorspelbaar, maar raakte het hoe dan ook iedereen.

Respondent 1: Ja, omdat er toch wel iets gaande is wat op ons allemaal invloed heeft. (...). En anders is het een beetje algemeen nieuws, maar nu gaat het over iedereen, over ons allemaal. (1.3)

Het maakte dat veel jongeren aan het begin van de coronacrisis obsessief met het coronanieuws bezig waren. Ze volgden het snelle stijgen van de sterftcijfers op de voet en wilden geen enkele aankondiging van de overheid missen. Hoewel de jongeren zeer graag op de hoogte wilden blijven van alle ontwikkelingen, merkten ze dat ze tegelijkertijd stress ervaarden door het coronanieuws.

Respondent 4: (...) En aan het begin was ik gewoon, omdat het nog zo nieuw was, en je zag het alleen maar stijgen, dacht ik, op de IC hebben ze het ineens over 2400 bedden die ze willen hebben, terwijl vorige week waren 1200 nog genoeg. Zo was ik dan [daar] de hele tijd om aan het stressen. (4.40)

De interviews van dit onderzoek zijn echter afgenomen toen het coronavirus al een paar weken in Nederland was. Voor de jongeren was op dat moment de nieuwigheid van het coronavirus eraf en dat komt ook naar voren in hun nieuwsconsumptiegedrag. De jongeren merkten dat het volgen van het nieuws over het coronavirus hen eerder kwaad dan goed deed, wat voor veel jongeren erin resulteerde dat zij het coronanieuws veel minder gingen volgen. De jongeren vonden namelijk dat nieuwsmedia te weinig positief nieuws over het coronavirus brachten. Dit is echter in wezen anders dan dat jongeren het nieuws te negatief vonden. Nieuwsmedia mochten volgens jongeren namelijk zeker negatieve berichten brengen, het ging door het coronavirus immers ook zeer slecht met Nederland. Daarna hadden de jongeren echter behoefte aan positief nieuws, zodat zij de ernst van het coronavirus ook weer wat konden relativiseren.

Respondent 2: (...) [Vooral] als het gewoon veel meer negatieve dingen is, dan daarna juist gewoon beetje het positieve van maar we hebben mensen die beter zijn of iedereen wie nu thuisblijft doet het goed. Gewoon dat meer aankaarten van weet je dat doen jullie allemaal goed, we kunnen het. (...) Niet dat het dan heel veel is, niet 50/50, maar dat het positieve nog wel extra aankomt van we kunnen het wel en dat soort dingen. (...) [Anders] hoor je ook alleen maar, zoals ook nu in de supermarkt, hoor je ook alleen maar van die negatieve dingen en mensen worden daar ook gewoon negatief van en niet zo blij. (2.21)

Hoewel een te negatieve focus op zichzelf al genoeg zou kunnen zijn om jongeren ervan te weerhouden het nieuws te consumeren (Drok & Hermans, 2016), veroorzaakte de enorme hoeveelheid aan coronanieuws uiteindelijk dat jongeren minder obsessief het nieuws gingen volgen in vergelijking tot het begin van de coronacrisis. De jongeren probeerden aan het coronanieuws te ontkomen omdat ze er angstig door werden, maar het coronanieuws bleek overal te zijn.

Respondent 6: Je ontkomt er niet aan, want overal waar je kijkt, bijvoorbeeld op Facebook lees je het alleen maar, als je de tv aanzet dan gaat het (...) de hele dag alleen maar over het coronavirus. Als je naar buiten gaat en je hoort mensen praten in een supermarkt of waar dan ook, dan gaat het daar alleen maar over. Dus ik denk dat je er op die manier niet echt aan ontkomt. (6.66)

Ook op *Facebook* bleken de jongeren niet te kunnen ontkomen aan het nieuws rondom het coronavirus. Volgens sommige jongeren waarde er op *Facebook* echter vooral nieuws van slechte kwaliteit rond. Deze jongeren geven hiervoor de verklaring dat er geen 'filter' zit op *Facebook*; iedereen mag er berichten plaatsen. Dat maakt de berichten al snel van slechte kwaliteit en daarmee minder betrouwbaar. De nieuwsmedia plaatsen daarentegen niet zomaar alles, wat hen volgens de jongeren betrouwbaarder maakt dan *Facebook*.

Respondent 8: Facebook is altijd maar een beetje van alles bij elkaar gegooid, wordt allemaal op één grote berg gegooid, allemaal verschillende bronnen. Ja, de algemene betrouwbaarheid van Facebook ligt denk ik gewoon een stuk lager dan van de NOS. (...) Het is niet echt gefilterd, die berichten. Er kan van alles op Facebook gegooid worden. Bij de NOS is dat natuurlijk niet mogelijk, omdat ze daar zelf bepalen wat ze erop gooien. (8.84)

De meeste jongeren keurden het af dat nieuwsmedia aan het begin van de coronacrisis voornamelijk over het coronavirus berichtten en daarbij andere problemen en ontwikkelingen links lieten liggen. Volgens de jongeren waren echter de andere problemen in de wereld niet ineens verdwenen en zijn deze misschien wel net zo belangrijk als het coronavirus. In de overvloed aan berichtgeving over het coronavirus stoorden veel jongeren zich eraan dat het coronanieuws amper in perspectief werd geplaatst. Het coronavirus werd volgens de jongeren door nieuwsmedia opgeblazen, waardoor niet alleen zij, maar de gehele maatschappij er angstig van zou worden.

Respondent 10: [Er] worden soms dingen heel erg opgeblazen vind ik. Of nou ja, wordt het soms lastig om er reëel over te zijn of zo. Want als je een bericht krijgt van er zijn 100 mensen gestorven, dan raakt dat je heel erg, terwijl als je het relatief zou zien, het misschien wel meevalt. En bijvoorbeeld doordat de luchtkwaliteit in China nu zoveel beter is, zijn er meer mensenlevens gespaard gebleven dan die er zijn gestorven aan corona zeg maar. (10.112)

Er waren echter nog meer redenen voor de jongeren om gedurende de coronacrisis het nieuws steeds minder te gaan volgen. Zo voelden zij zich machteloos in de strijd tegen het coronavirus, waardoor het voor hun gevoel geen zin had het coronanieuws te volgen.

Interviewer: En waarom lees je het dan niet elke dag, waarom hoeft dat niet voor jou?

Respondent 2: Ja, omdat ik het, ja, omdat je er eigenlijk niks tegen kunt doen. Het enige wat je kunt doen is thuis zitten (...) [en] gewoon je ding doen. [Je] kunt er vrij weinig wat aan doen. En dan denk ik ja je kunt er wel elke dag over lezen, maar dat helpt niet. Dat vermindert het niet. Dus ja, wat heb je er dan aan? (2.13)

Gedurende de coronacrisis maakte de behoefte van jongeren om het coronanieuws op de voet te volgen langzaam plaats voor hun oude nieuwsconsumptiegewoontes. Waar aan het begin van de coronacrisis geïnformeerd willen zijn over de ontwikkelingen van het coronavirus en de maatregelen van de overheid de voornaamste motivatie was voor jongeren om het nieuws te consumeren, was tijdens het afnemen van de interviews inmiddels de gewoonte het nieuws te consumeren om de tijd te doden al weer van kracht. De jongeren merkten ook dat nieuwsmedia inmiddels ook weer over andere onderwerpen berichtten. Net zoals het coronavirus normaal ging voelen, berichtten de nieuwsmedia volgens jongeren ook weer wat meer zoals voorheen. Oftewel, voor zowel de jongeren als de nieuwsmedia was de allereerste urgentie van het coronavirus eraf. De jongeren waren daar in ieder geval zeer opgelucht over.

Respondent 3: [Ik merkte] op een gegeven moment wel van nou ik ben nu op zich wel klaar voor ander nieuws of zo. Omdat je het zoveel te zien kreeg en er zoveel over hoorde. En ja, aan het begin wel. Maar nu wen ik daar dus ook een beetje aan. Maar nu is ook alles wat meer, ja, we zitten al zeven weken in deze situatie, dus ik ben er nu ook gewoon wat meer aan gewend en je ziet nu ook wel vaker weer dat [nieuwsmedia] ook over andere dingen praten en zo. (3.99)

4.2.3 Nieuws als gespreksstof

Uit de analyse is naar voren gekomen dat voor jongeren het nieuws niet enkel fungeert om in hun vrije tijd op de hoogte te blijven van wat er in de wereld gebeurt, maar dat het nieuws, zoals de literatuur ook suggereerde (Costera Meijer, 2007; Boczkowski et al., 2018), ook wordt gebruikt als gespreksstof. Het nieuws blijkt iets waar op veel momenten over gepraat wordt, zoals op school of tijdens het avondeten. Vooral tijdens de coronacrisis ging het bij sommige families van de jongeren nergens anders meer over. Bij veel jongeren begonnen voornamelijk de ouders over wat ze hadden meegekregen van het coronanieuws.

Ze attendeerden hun kinderen erop wat er in het nieuws was geweest, maar deden dat volgens de jongeren al vrij snel te obsessief. Dat leidde bij jongeren af en toe tot ergernis. Het ging volgens hen in het nieuws al zoveel over het coronavirus dat zij geen behoefte hadden dit nog eens na te bespreken.

Respondent 12: Hij vindt het altijd wel leuk om uit te dagen, maar nu zegt ie dingen als oh het vaccin kan er zo komen of zo. En dan probeer ik wel de discussie aan te gaan van hoe weet je dat dan? Ja is gewoon zo. Daar kan ik gewoon heel slecht tegen. (...) En dan zeg ik ook heel vaak van kan het niet gewoon even over iets anders gaan? Of als we aan het avondeten zitten van waarom hebben we het nooit meer ergens anders over? (12.131)

De jongeren volgen het coronanieuws zodat zij met anderen mee kunnen praten. Praten over het nieuws is voor jongeren een manier om hun sociale contacten te onderhouden. Zoals eerder besproken, voelt het voor jongeren niet goed wanneer anderen het idee hebben dat zij niets van het nieuws hebben meegekregen en dus 'onder een steen hebben geleefd'. Het nieuws dient voor jongeren dus als gespreksstof, waarbij het tijdens de coronacrisis natuurlijk vooral over het coronavirus en alle ontwikkelingen eromheen ging. Het coronavirus was nieuw en onbekend, wat maakte dat niet alleen het nieuws intensief gevolgd werd, maar dat er ook hevige discussies over werden gevoerd.

Respondent 3: Omdat het een nieuwe ontwikkeling was. Allemaal spannend, nieuw. Interessant. Ik wilde er alles van weten. Zodat je mee kan praten met alle maatschappelijke discussies die hier plaatsvinden. Maar uhm, dus ja, we hadden het ook elke avond aan de eettafel erover. Verschrikkelijk, maar we hadden het er elke avond over. Kan je net zo goed maar weten waar het over gaat. (3.33)

4.3 De geloofwaardigheid van het nieuws

Voor de deelvraag 'Hoe beoordelen Nederlandse jongeren de geloofwaardigheid van het nieuws ten tijde van de coronacrisis in vergelijking met daarvoor?' zijn tijdens de analyse de volgende thema's naar voren gekomen. Allereerst blijken de heuristische die betrekking hebben op reputatie en commercie (Metzger et al., 2010) door veel jongeren te worden gehanteerd wanneer zij de geloofwaardigheid van het nieuws proberen te beoordelen. Ten tweede vinden jongeren dat het coronanieuws correct dient te zijn, omdat dit nieuws een grote impact heeft op de maatschappij. Als laatste benadrukken veel jongeren dat zij het belangrijk vinden ook zelf kritisch te zijn naar het nieuws.

4.3.1 It's all about your reputation

Veel jongeren beoordelen nieuwsberichten als geloofwaardig wanneer deze van nieuwsmedia komen met een gevestigde reputatie. Jongeren kennen een goede reputatie toe aan nieuwsmedia om verschillende redenen. Allereerst hebben zij het gevoel dat een nieuwsmedium geloofwaardige berichten plaatst wanneer dit nieuwsmedium door veel mensen wordt geconsumeerd, zoals de *NOS* of *NU.nl*.

Respondent 4: In ieder geval dat vertrouwen voel ik wel heel erg, zeker naar het NOS Journaal, dat gewoon wat ze zeggen, dat dat klopt, dat ze dat gecheckt hebben en dat ja, dat je niet volgende week hoort van oh ja het waren toch niet zoveel doden, het waren er 200 meer.

I: En hoe komt dat dat je ze gelooft?

R: Uhm.... Ja, goeie vraag eigenlijk. Is gewoon altijd zo geweest. Ik denk omdat heel veel mensen altijd daar naar kijken en daarop hun mening baseren. (4.41)

Het lijkt alsof jongeren er vanuit gaan dat nieuwsmedia als de *NOS* niet zomaar worden geconsumeerd door heel veel mensen, maar dat daar een reden voor is. Een reden die door jongeren vaak wordt genoemd, is dat de nieuwsmedia met een goede reputatie over het algemeen op een objectieve en neutrale wijze verslag doen. Deze nieuwsmedia weerhouden zich van het geven van meningen en blijven weg van sensatie en negativiteit. Deze laatste elementen worden vaak gekoppeld aan de commerciële focus van nieuwsmedia. Nieuwsmedia die teveel sensatiegerichte nieuwsberichten plaatsen en daarbij bijvoorbeeld gebruik maken van *clickbaits*, zijn volgens jongeren eerder gericht op het verdienen van geld dan op het informeren van burgers. Dit maakt volgens jongeren de informatie die commerciële nieuwsmedia verspreiden minder geloofwaardig, wat relateert aan de vierde heuristiek van Metzger et al. (2010). Zo noemen jongeren steevast het *NOS* als objectieve nieuwsbron, maar keuren zij *De Telegraaf* vaak af. *De Telegraaf* is qua grootte dan wel vergelijkbaar met de *NOS*, toch geloven sommige jongeren de berichtgeving van *De Telegraaf* niet snel. Deze jongeren hebben van hun ouders en vanuit hun opleiding meegekregen dat *De Telegraaf* onbetrouwbaar is, en de *NOS* niet. *De Telegraaf* hanteert namelijk vaak *clickbaits* en voorziet lezers eerder in hun behoefte aan sensatie dan aan goede informatie. Volgens jongeren wordt *De Telegraaf* daarmee een nieuwsmedium dat vooral gericht is op commercie en daarmee niet zozeer op het informeren van burgers. Wanneer jongeren iets willen weten over een bepaald onderwerp, zullen zij sneller voor *NOS* of *NU.nl* gaan dan voor *De Telegraaf*. Dit vertaalt zich in dat zij enkel de nieuwsapplicatie van *NOS* of *NU.nl* op hun mobiele telefoon hebben staan, of dat wanneer zij een algemene nieuwsapplicatie gebruiken, zij niet vaak op artikelen van bijvoorbeeld *De Telegraaf* zullen klikken.

Respondent 9: Soms zie je dan ook bronnen ertussen [staan] en dan merk ik toch wel onbewust dat ik meer naar bijvoorbeeld NRC of NU.nl neig dan bijvoorbeeld de Telegraaf. Want de Telegraaf [maakt] wel vaak een beetje [gebruik van] provocerende titels en zo, en dan denk ik oh ja ze proberen sensatie te krijgen zeg maar. Dus dan ga ik vaker naar NU.nl en NOS en dergelijke. (9.93)

Geconcludeerd kan worden dat volgens jongeren nieuwsmedia die zijn gefocust op geld verdienen zich minder bezig houden met het plaatsen van objectieve berichtgeving. Objectiviteit wordt daarmee lijnrecht tegenover commercie en sensatie geplaatst. Het is dan ook dat jongeren nieuwsmedia die voor hun gevoel niet de reputatie hebben vooral achter het geld aan te zitten, eerder als geloofwaardig achten.

Respondent 11: Ik lees dan NOS en NU.nl omdat ik denk dat zijn wel nieuwssites die dat heel neutraal brengen. Die niet zoveel belang hebben bij bijvoorbeeld honderdduizend mensen moeten dit berichtje zien want dan

krijgen wij meer geld, dat idee heb ik bij hun iets minder dan bij andere dingen. Dus dan heb ik wel het gevoel dat dat vrij, soort van zakelijk gebracht wordt en dat het daardoor wel wat feitelijker is dan bijvoorbeeld De Telegraaf. Die gaan ook wel leuke kopjes maken om het interessant te maken en dat had ik bij, ik had toch het gevoel dat het NOS iets meer neutraal nieuws was. (11.115)

4.3.2 Fouten met verstreckende gevolgen

Uit de analyse is gebleken dat het voor jongeren verschilt wanneer zij het belangrijk vinden dat een nieuwsbericht correct is en dat nieuwsmedia betrouwbare informatie van goede kwaliteit verstrekken. Hiervoor is het coronavirus een goed voorbeeld. Voor jongeren is het namelijk vooral tijdens de coronacrisis van belang dat het nieuws van betrouwbare bronnen komt en dat hierdoor de burgers met juiste informatie worden geïnformeerd. Het nieuws dat over het coronavirus gaat, heeft volgens veel jongeren namelijk een grote impact op de maatschappij. Hoe groter de impact, hoe crucialer het volgens jongeren is dat de informatie klopt. Zo maakt het voor jongeren bijvoorbeeld niet uit wanneer een nieuwsbericht over een net geopende ijssalon niet helemaal correct is, maar maakt het hen wel uit wanneer het nieuws verkeerde sterfte- en ziekenhuisopnamecijfers van het coronavirus geeft. Onjuiste informatie over het coronavirus heeft volgens jongeren namelijk verstreckende gevolgen voor de maatschappij. Het kan ervoor zorgen dat mensen verkeerd gaan handelen, wat uiteindelijk niet zal bijdragen aan de bestrijding van het virus. Het is daarom volgens jongeren belangrijk dat het nieuws dat over het coronavirus gaat correct is.

Respondent 8: Ja, als ik het nieuws echt belangrijk vind en de juiste informatie wordt niet gegeven, dan is dat wel gelijk een directe breuk in het vertrouwen van zo'n bron.

Interviewer: En wat maakt dan dat nieuws belangrijk is?

Respondent 8: Nou corona is natuurlijk, hoe leg je dat uit, dat is wel echt iets heel ingrijpends in de maatschappij. Of er een nieuwe ijssalon in Utrecht is geopend, prima. (...) Ja, dat is niet, tuurlijk dat is ook nieuws, maar het heeft niet zo'n hoge nieuwswaarde als wanneer de winkels weer opengaan na corona. Dat is iets waar je zelf ook direct heel erg mee te maken hebt, dus daarom wil je ook dat dat nieuws klopt en dat die bronnen betrouwbaar zijn. (8.85)

Toch merken jongeren dat er veel speculatief nieuws over het coronavirus wordt verspreid, welke achteraf soms incorrect blijkt zijn. Zo ontvangen jongeren via *WhatsApp* vaak nieuws dat al snel bestempeld wordt als nepnieuws. Dit nieuws komt dan niet van een bron waar zij bekend mee zijn, maar het komt bijvoorbeeld uit de Verenigde Staten of van een complottheorieën-website. De jongeren zien zelf snel genoeg dat dit nieuws niet klopt, maar sommige jongeren geven aan bang te zijn voor de gevolgen van deze misinformatie wanneer dit bijvoorbeeld bij ouderen terechtkomt. Ook hier geldt dus weer: het is belangrijk dat het nieuws over het coronavirus correct is.

Respondent 4: Maar dat dat bijvoorbeeld ook in WhatsApp werd doorgestuurd dat één of andere universiteit in Amerika had gezegd dat je heel veel water moest drinken want dan gaat dat virus naar je maag en dan is het er niet. Gewoon dat je, ook ik, na vwo en hotelschool, nog denk: zou dat echt zo zijn? En dat vind ik wel, ik denk dat ik daar zelf niet zoveel last van heb, maar mijn opa en oma als die dat soort dingen doorgestuurd krijgen, dan denk ik ja, dat is wel lastig. Hoe moet je hun uitleggen dat ja, dat sommige nieuws gewoon niet klopt? (4.42)

Jongeren komen echter niet enkel via *WhatsApp* in aanraking met speculatieve berichten. Volgens veel jongeren plaatsen reguliere nieuwsmedia als *NOS*, *Algemeen Dagblad* of *NU.nl* ook speculatieve en vooral onduidelijke berichtgeving. Dit zorgt volgens jongeren voor veel onrust en verwarring bij henzelf en onder de rest van Nederland. Hoe gek de jongeren er soms ook van worden, ze zeggen dat ze zeker kunnen begrijpen dat het nieuws rondom het coronavirus tegenstrijdig of onduidelijk kan zijn. Het coronavirus is volgens de jongeren namelijk nieuw en urgent, en dat maakt dat onderzoeksresultaten elkaar in hoog tempo opvolgen. Wat de ene week nog de conclusie was, wordt volgens de jongeren de week erop al weer ontkracht. Dat scheidt verwarring, maar daar is niets aan te doen volgens de jongeren. Een jongere vindt het echter wel belangrijk dat dingen rondom het coronavirus die wel keer op keer bevestigd worden, dat nieuwsmedia die wel blijven herhalen. Zo kunnen nieuwsmedia de burgers houvast geven in al die tegenstrijdige berichtgeving over het coronavirus.

Interviewer: [Wat] maakt het dan onvermijdelijk dat die onduidelijkheid er is?

Respondent 9: Nou ja, eerder omdat het gewoon zo nieuw is. En dan onderzoeken worden gedaan die vinden dan iets en die noemen dat dan ook direct, maar het kan ook gewoon zo maar zijn dat één onderzoek iets vindt en dan doen ze meer onderzoek en dan blijkt het toch niet zo te zijn. (...) [Dan] komt dat ook weer in het nieuws te staan. En dat kan bij mensen soms voor verwarring zorgen denk ik (...). En daarom vind ik het ook wel belangrijk dat ze dan bepaalde dingen die wel zeker zijn wel gewoon blijven herhalen, voor die duidelijkheid, om die dan te krijgen. (9.95)

Wat volgens jongeren in ieder geval niet voor duidelijkheid zorgt, is wanneer nieuwsmedia zich focussen op sensatie. Zo zijn de jongeren er niet van gediend wanneer nieuwsmedia gebruik maken van misleidende titels of wanneer zij bijvoorbeeld minister president Mark Rutte in een slecht daglicht plaatsen. Nieuwsmedia gaan volgens de jongeren met zulk soort berichtgeving voorbij aan hun functie de burgers tijdens de coronacrisis zo goed mogelijk te informeren, doordat zij de aandacht weghalen van wat echt belangrijk is, zoals de overheidsmaatregelen, of doordat zij valse hoop geven. Dit is kwalijk volgens de jongeren, want zeker tijdens de coronacrisis zal men elk hoopgevend nieuwsbericht graag voor waar aannemen.

Respondent 12: [Ik] vind dat je [in de titel] al de realiteit in moet zetten. [Niet om mensen] te trekken, maar het is gewoon zo. Het is ook niet iets waar je mensen hun aandacht mee mag trekken. (...) Het is gewoon wel iets heel ergs. Ik vind niet dat je daar gewoon aandacht voor mag trekken en mee mag pronken (...) [of] gewoon

misleidende dingen over mag zeggen. (...) Omdat ik ook denk dat je er mensen mee kan kwetsen, die het heel moeilijk hebben. Dan komen er zulke hoopgevende dingen en andere misleidende quotes. (12.127)

4.3.3 Het belang van zelf kritisch blijven

Ook al hebben jongeren kritiek op de sensatiegerichte en onduidelijke berichtgeving van sommige nieuwsmedia, zij vinden niet dat de volledige verantwoordelijkheid bij de nieuwsmedia ligt. Veel jongeren vinden het belangrijk om ook zelf kritisch te blijven naar het nieuws en dus niet alles zomaar voor waar aan te nemen. Deze overtuiging komt vanuit het gevoel dat ze nooit honderd procent zeker kunnen weten dat het correct is wat nieuwsmedia beweren, wat betekent dat je altijd waakzaam moet blijven wanneer je het nieuws consumeert. Dit betekent echter niet dat de jongeren in alle gevallen kritisch zijn naar het nieuws. Jongeren zijn vooral kritisch naar nieuwsberichten die gaan over onderwerpen waar zij veel verstand van hebben, bijvoorbeeld sport of milieu.

Respondent 5: Ik denk zeker wel dat als ik niet genoeg verstand heb van een onderwerp, dan geloof ik het sneller. Dus uh, ja, als ik ergens wat vanaf weet, dan ben ik gewoon kritischer en zal ik ook vast wel eens bij mezelf denken van ja, ik weet niet of dat wat mensen nou zeggen of dat echt klopt, dus dan, het is niet alsof ik dat zo vaak doe. Ik ben in die zin misschien wel kritischer dan de gemiddelde nieuwslezer en dan nog houd ik mij helemaal niet vaak bezig of het wel klopt, want dat kost echt een hoop tijd. (5.56)

Zoals bij het eerste thema van deze deelvraag is besproken, hanteren jongeren heuristische om de geloofwaardigheid van informatie te beoordelen. De reputatie van de nieuwsbron en in hoeverre deze nieuwsbron op commercie is gericht, is voor veel van de jongeren leidend. Toch duurt het even voor de jongeren komen tot waarom zij een nieuwsmedium vertrouwen. Het is eerst en vooral een gevoelskwestie, die soms moeilijk onder woorden te brengen blijkt te zijn.

Interviewer: Je gaat er vanuit dat het klopt [van de NOS], hoezo ga je daar vanuit?

Respondent 8: Ja, omdat het toch de meeste officiële nieuwsinstantie van Nederland is. (...) Maar zeker voor dingen over het coronavirus, dan is de NOS wel mijn go to nieuwsbron. (...) [Omdat] het toch, het voelt toch als de meest betrouwbare nieuwsbron die er is. Ja waarom, ik weet niet, omdat ze de grootste zijn denk ik. (8.83)

Volgens veel jongeren is het nieuws rondom het coronavirus iets waar burgers kritisch naar zouden moeten zijn. Zoals eerder besproken, wordt veel coronanieuws volgens de jongeren niet in perspectief geplaatst met bijvoorbeeld andere ziektes. Het coronanieuws voelt voor veel jongeren als opgeblazen en volgens hen kunnen mensen daar angstiger van worden dan nodig is.

Respondent 10: Wat ik ook nog vind van coronanieuws (...) is dat het best wel weinig wordt gerelativeerd. (...) Bijvoorbeeld er gaan elke dag al 3500 mensen dood, en nu zijn het er 3600. (...) Want als je een bericht krijgt van

er zijn 100 mensen gestorven, dan raakt dat je heel erg, terwijl als je het relatief zou zien, het misschien wel meevalt. (...)

I: Ja, snap ik. Want waarom vind je het dan belangrijk dat het gerelativeerd moet worden?

R: Ik denk dat het zeker nu, omdat het heel erg nieuws is en er natuurlijk best wel veel mensen aan dood gaan, dat mensen daar heel erg van schrikken en het heel erg groot gaan zien, wat ook wel moet want dat is het ook. Maar het moet zeg maar niet te ver gaan. (10.112)

Kort gezegd willen jongeren graag kritisch zijn naar het nieuws, zeker wanneer het gaat om het nieuws rondom het coronavirus. De jongeren hebben echter het gevoel dat het niet altijd mogelijk is voor hen om kritisch te zijn. Er is voor hen ook niet altijd reden toe kritisch te zijn: grote nieuwsmedia met een goede reputatie waarbij het hen niet alleen om geld draait, zijn volgens de jongeren over het algemeen gewoon te vertrouwen.

4.4 De autoritaire positie van nieuwsmedia

Voor de laatste deelvraag 'Hoe kijken Nederlandse jongeren aan tegen de autoritaire positie van nieuwsmedia ten opzichte van andere instituties ten tijde van de coronacrisis in vergelijking met daarvoor?' zijn de volgende thema's gevonden. Allereerst is gebleken dat jongeren nieuwsmedia zien als het instituut dat een samenvattend overzicht geeft van wat er gaande is in de wereld. Ten tweede lijken nieuwsmedia het in de coronacrisis te verliezen van de wetenschap en de overheid. Dit wil niet zeggen dat nieuwsmedia door jongeren niet als betrouwbare bron worden gezien, maar dat jongeren om verschillende redenen ten tijde van de coronacrisis toch meer autoriteit toekennen aan andere instituties dan het nieuws.

4.4.1 Het overzicht houden

Wanneer jongeren werd gevraagd waar zij het nieuws voor nodig hebben, gaven veel van hen het antwoord dat het nieuws hen een overzicht verschaft van de belangrijkste gebeurtenissen en ontwikkelingen. Er gebeurt volgens jongeren namelijk zoveel dat het voor hen moeilijk te bepalen is wat relevante informatie is voor hen en wat niet. Zo geven jongeren aan dat wanneer zij bijvoorbeeld een overzicht willen krijgen van de bosbranden in Australië, dat zij dan niet verschillende bronnen gaan raadplegen, maar dat zij het nieuws hiervoor gebruiken. Hieruit kan geconcludeerd worden dat nieuwsmedia jongeren ondersteunen zich een weg te banen door de ontstane info-smog van alle informatie die op het internet aanwezig is (Coleman, 2012).

De meeste jongeren realiseren zich echter niet dat het nieuws voor hen selecteert wat belangrijk is en wat niet. De aanname is bij veel jongeren namelijk dat het nieuws hen op een presenteerblaadje aanbiedt wat de belangrijkste gebeurtenissen en ontwikkelingen zijn. Dat heeft het nieuws dan niet bepaald, dat is gewoon zo. Toch kaartte een enkele jongere aan dat het nieuws wel degelijk selecteert, al wordt dit niet als iets negatiefs gezien.

Respondent 8: En het zal ongetwijfeld ook wel gebeuren, ik weet niet in welke mate, maar natuurlijk wordt bepaalde informatie bewust of onbewust niet getoond. En dan kan je daarover discussiëren of dat allemaal kwaadwillende redenen heeft, maar het nieuws kiest gewoon informatie om jou te tonen en er zal altijd informatie achterblijven. (8.83)

Ook tijdens de coronacrisis gebeurde er ontzettend veel. De sterfte- en ziekenhuisopnamecijfers veranderden met het uur, de overheidsmaatregelen volgden elkaar in rap tempo op en ook de wetenschap publiceerde aan de lopende band onderzoeksresultaten. Hierover gaven jongeren aan dat als het nieuws er niet was geweest, zij zelf op zoek hadden moeten naar al deze informatie. Zij zouden dan verschillende sites moeten raadplegen, zoals die van het RIVM of van het Centraal Bureau voor de Statistiek (hierna: CBS), en dat zou ontzettend veel tijd kosten. Zoals eerder is besproken, willen jongeren niet teveel tijd kwijt zijn aan hun behoefte op de hoogte te blijven. Het nieuws geeft volgens jongeren dan ook een fijn overzicht van alles wat er gaande is tijdens de coronacrisis.

Doordat het nieuws een overzicht brengt van wat er in de wereld gaande is, vervult het nieuws volgens jongeren een unieke functie. Losse bedrijven zoals het RIVM hebben namelijk alleen hun eigen informatie, die volgens een jongere ook minder leuk is om te lezen dan het nieuws. Tevens zijn de werknemers van het RIVM volgens een andere jongere niet opgeleid om het nieuws te brengen, terwijl journalisten dat natuurlijk wel zijn.

Respondent 4: Kijk, het nieuws vat alles samen van het RIVM, van de ziekenhuizen, van dat coördinatie centrum en zo vatten ze alles samen. En het RIVM heeft natuurlijk alleen zijn eigen feitjes.

Interviewer: Dus het is eigenlijk fijn dat het nieuws dat soort dingen samenvat (...)?

Respondent 4: Ja.

Interviewer: Dan zou je er ook zelf naar op zoek moeten dan eigenlijk?

Respondent 4: Ja, dat gevoel zou ik dan wel hebben. Als RIVM het zelf doet dat je dan ze moet gaan googelen. En dat jij dan de actie moet zetten. (4.47)

Het nieuws geeft volgens jongeren beknopte samenvattingen van wat er in de wereld gaande is, zonder daarvoor al te veel de diepte in te gaan. Wanneer jongeren echter na het consumeren van een kort nieuwsbericht voor hun gevoel nog niet genoeg weten, zien zij altijd de mogelijkheid zelf meer informatie op te zoeken. Jongeren blijken daar dus wel moeite voor te willen doen: voor de belangrijkste nieuwtjes willen zij niet alle websites van bijvoorbeeld het RIVM of het CBS af, maar wanneer zij één specifiek onderwerp of gebeurtenis heel interessant vinden en daar meer over willen weten, dan zijn zij best bereid daar moeite voor te doen en het bijvoorbeeld te gaan googelen.

Respondent 2: Gewoon kort en krachtig, maar wel gewoon duidelijk waarom ze werden begraven daar en dat ze dus ook overleden waren door corona zeg maar.

Interviewer: En had je toen ook het gevoel dat je voldoende wist over dat onderwerp, door dat berichtje?

Respondent 2: Uhm, nee, niet dat ik dacht van wow ik weet heel veel informatie. Maar ik vond het wel genoeg, ik hoefde er niet meer over te weten. Maar ik weet wel, als ik er meer over had willen weten, had ik het ook wel kunnen op zoeken of zo. (2.15)

Voor veel jongeren is het nieuws consumeren via één nieuwsbron dan ook voldoende om het gevoel te hebben dat zij op de hoogte zijn van de belangrijkste dingen. Zij gebruiken dan vaak, zoals eerder is besproken, de nieuwsapplicatie van *NOS* of *NU.nl*.

Respondent 10: Maar als ik over mijn eigen gevoel spreek, dan denk ik dat als ik de NOS app bekijk, dat ik dan wel uhm... in elk geval een compleet beeld heb van wat er speelt in de wereld. En dan niet per se dat alle verschillende opinies dan zijn besproken, maar dat ik wel weet wat er is. (10.110)

Het feit dat jongeren voor hun gevoel het nieuws nodig hebben voor een overzicht van de belangrijkste gebeurtenissen en ontwikkelingen, zegt iets over hoe jongeren graag hun nieuws consumeren. Zoals eerder besproken, blijven jongeren graag op de hoogte van wat er in de wereld gaande is, maar willen zij hier niet al te veel moeite voor doen. Het nieuws vertelt hen wat er is gebeurd en wat de jongeren daarvan zouden moeten weten. Het enige wat de jongeren nog hoeven te doen, is af en toe hun nieuwsapplicatie openen.

4.4.2 Wanneer het nieuws verliest...

In het vorige thema is besproken waar jongeren voor hun gevoel het nieuws voor nodig hebben en hoe hun behoefte op de hoogte te blijven van wat er in de wereld gebeurt niet kan worden vervuld door andere instituties als de overheid of het RIVM. Echter, de jongeren bleken tijdens de coronacrisis meer behoefte te hebben aan uitleg, expertise en wetenschappelijke onderbouwing van de ontwikkelingen omtrent het coronavirus. Zij wilden er zeker van zijn dat de informatie over het coronavirus correct is.

Voordat de coronacrisis begon, was het voor jongeren namelijk voldoende om beknopte informatie te krijgen over recente gebeurtenissen en ontwikkelingen, zoals in de vorige deelvragen is besproken. Het coronavirus is echter voor jongeren zo'n onbekend en tegelijkertijd maatschappij-ontwrichtend fenomeen, dat zij informatie willen die zonder twijfel correct is. Veel jongeren gaven aan dat zij meer vertrouwen hebben in de experts die aanschuiven bij talkshows, in de directe berichtgeving van onderzoeksinstituten als het RIVM of het CBS of in de persconferenties van de overheid, dan in het nieuws. Anders gezegd, de jongeren kennen meer autoriteit toe aan primaire bronnen wanneer het gaat om informatie omtrent het coronavirus dan aan een secundaire bron, zoals het nieuws. Een secundaire bron heeft namelijk de informatie van de primaire bron geïnterpreteerd, wat volgens de jongeren het risico op incorrectheid vergroot. En dat is nu precies wat de jongeren niet willen: bij zoiets impactvols als het coronavirus willen ze er zeker van kunnen zijn dat de informatie correct is.

Interviewer: En stel er wordt iets verteld bij het NOS, of je leest iets op het NOS en dan zie je later een talkshow, en ze zeggen dan twee tegenstrijdige dingen, wat zou je dan eerder geloven denk je?

Respondent 10: Ja, dat vind ik wel een goeie. Als er echt een expert aan de tafel zit denk ik wel die. Maar misschien heeft de NOS ook wel de data van een expert, maar dat ja, maar toch denk ik wel de expert die dan aan tafel zit. (...) Ik denk omdat het dan toch weer een primaire bron is. Dat je ziet dit is een expert die vertelt dat aan mij zeg maar. (10.113)

Zoals bij de tweede deelvraag is besproken, gingen de nieuwsconsumptiepatronen van de jongeren gedurende de coronacrisis steeds meer lijken op hoe deze eruit zagen voor de coronacrisis. Ze consumeren af en toe het nieuws wanneer zij daar tijd voor hebben en wanneer zij een interessant nieuwsartikel voorbij zien komen. Wat echter door de jongeren nog steeds net zoveel wordt gevolgd als aan het begin van de coronacrisis, zijn de persconferenties van de Nederlandse overheid. Volgens de jongeren wordt er op de persconferenties verteld wat zij per se moeten weten over het coronavirus. Dit geeft sommige jongeren het gevoel dat zij na het kijken van de persconferentie niet ook nog het nieuws hoeven te volgen om op de hoogte te zijn van de laatste ontwikkelingen omtrent het coronavirus.

Respondent 12: Ik keek überhaupt niet zoveel nieuws. Het is nu dat ik wel meer nieuws kijk dan normaal. Maar dat komt wel vooral doordat mijn ouders het nu kijken. En als ik informatie binnenkrijg is het wel meer door hun denk ik dat ze zeggen hee heb je dat al gehoord in het nieuws? Dan dat ik het zelf echt volg. Behalve persconferenties, die wel. Dat kijk ik wel gewoon echt, omdat dat wel echt een ding is. Het voelt als een soort samenvatting van wat er al is gebeurd en wat gaat komen. (12.125)

Dat jongeren meer autoriteit toekennen aan andere instituties wanneer het gaat om informatie omtrent het coronavirus, betekent echter niet dat de jongeren tijdens de coronacrisis helemaal geen autoriteit meer toekennen aan nieuwsmedia. De jongeren vinden bijvoorbeeld de informatie die experts bij talkshows delen een welkome aanvulling op het nieuws dat zij al hebben geconsumeerd. De experts brengen meer diepgang als het gaat om het duiden en begrijpen van de ontwikkelingen omtrent het coronavirus. Anders dan bij andere onderwerpen willen jongeren blijkbaar tijdens de coronacrisis wel meer tijd besteden aan het op de hoogte blijven van het verloop van de coronacrisis. Voor de coronacrisis waren beknopte nieuwsberichten namelijk gewoon voldoende.

Respondent 7: [Talkshows geven] Net dat extraatje waardoor je er zelf over na gaat denken en waardoor je capabel wordt qua zelf conclusies trekken uit het nieuws. Dus dat je niet blindelings alles maar gelooft en daaruit conclusies trekt en daarop je leven gaat baseren. Maar al het nieuws wat je tot je krijgt ook kan analyseren en je conclusies uit kan trekken, niet alles blindelings overneemt.

Interviewer: Nee, precies. Is dat voor jou dan ook een reden om die talkshows bijvoorbeeld te volgen?

Respondent 7: Ja, dat zou dan een verdiepende aanvulling zijn op het nieuws wat ik krijg. (7.80)

In de quote hierboven komt naar voren dat de jongere graag talkshows kijkt zodat hij met de verkregen informatie kritischer naar het nieuws kan kijken. Zoals bij de vorige deelvraag is besproken, vinden jongeren het belangrijk zelf kritisch te blijven naar wat het nieuws hen allemaal vertelt. De voornaamste

reden hiervoor is dat nieuwsmedia volgens jongeren niet altijd aan objectieve berichtgeving doen, maar ook vaak genoeg sensatiegerichte nieuwsartikelen plaatsen met een negatieve insteek, waarbij enige relativisering al snel ontbreekt. Ook tijdens de coronacrisis was dit het geval. De jongeren vinden het echter belangrijk dat nieuwsmedia tijdens de coronacrisis de burgers goed informeert en probeert te voorkomen dat er angst, valse hoop of onduidelijkheid wordt gecreëerd. Wanneer nieuwsmedia echter wel teveel sensatiegerichte en negatieve berichtgeving plaatsen of bijvoorbeeld over de gevolgen van het coronavirus gaan speculeren, dan doet dit voor de jongeren de autoritaire positie van nieuwsmedia ten opzichte van andere instituties afbrokkelen. Nieuwsmedia dienen dan volgens de jongeren simpelweg de maatschappij niet meer, terwijl experts van wetenschappelijke instituties als het RIVM en de overheid nog steeds met objectieve en correcte informatie komen. Zo keurt de volgende jongere het af dat nieuwsmedia minister president Rutte tijdens een persconferentie in een slecht daglicht proberen te zetten.

Respondent 11: Ik denk dat ik wel heel veel vertrouwen heb in de overheid, dus dan denk ik van nou die mensen weten wel waar ze het over hebben en die hebben daar heus wel over nagedacht. Want ik heb wel het gevoel dat politici nu echt heel goed doordacht spreken en heel goed weten wat ze wel en niet moeten zeggen. En dan gaan [die journalisten] dus precies vragen van ja vorige week zei u dit en nu zegt u dit en wat heeft u daar dan over te zeggen? (...) Vind ik een beetje flauw, dat is toch helemaal niet waar het nu om moet gaan eigenlijk? Het moet juist gaan om de informatie die hij geeft en niet over waarom hij iets zo zegt en wat hij vorige week heeft gezegd, want dat is zo'n snelle verandering helemaal niet van toepassing eigenlijk.

Interviewer: Nee, precies. En je vindt dat het nieuws daar ook op die manier mee om zou moeten gaan?

Respondent 11: Ja, want dan denk ik ook inderdaad dat het ook minder moeilijk is misschien voor gewoon de hele samenleving, voor alle mensen om te begrijpen wat er gebeurt, want dan houd je het gewoon heel zakelijk. De informatie, in ieder geval.

Interviewer: Scheppen zij nu verwarring dan, het nieuws?

Respondent 11: Nou, ja, weet ik niet. Soms wel, want het lijkt een beetje sensatie zoeken, weet je wel. Zodat je natuurlijk het leukste of het interessantste artikel hebt om te lezen, zodat daar natuurlijk meer mensen op af komen. (11.116)

Bij zoiets impactvols als het coronavirus hebben jongeren blijkbaar meer behoefte aan correcte en gedegen informatie van experts en de overheid. De beknopte, sensatiegerichte en vaak negatieve berichtgeving van het nieuws volstaat voor jongeren dan niet meer, wat ten tijde van de coronacrisis de autoritaire positie van nieuwsmedia ten opzichte van andere instituties in het gedrang brengt.

4.5 Samenvatting

Bovenstaande analyse is zoals aangegeven gestructureerd aan de hand van de deelvragen. Het volgende kan als samenvatting gezien worden van de thema's die voor de deelvragen naar voren zijn gekomen.

De meeste jongeren consumeren hun nieuws via de nieuwsapplicaties van *NOS* of *NU.nl* die op hun mobiele telefoon zijn geïnstalleerd. Het nieuws volgen via nieuwsapplicaties is voor jongeren een

makkelijke manier om op de hoogte te blijven, omdat zij op elk gewenst bij het nieuws kunnen komen. Vooral tijdverdrijf is voor jongeren een motivatie het nieuws te consumeren, al wilden zij aan het begin van de coronacrisis ook vooral geïnformeerd worden. Het coronavirus was toen namelijk nieuw en onbekend, maar het had sowieso een grote impact op de jongeren, op hun naasten en op de maatschappij. Het coronanieuws was volgens de jongeren echter vaak te negatief en sensatiegericht, wat dit nieuws voor hen minder geloofwaardig maakte. Dit was dan ook de reden dat zij tijdens de coronacrisis meer autoriteit toekenden aan andere instituties dan het nieuws, zoals het RIVM of de overheid.

5 Conclusie en discussie

In dit hoofdstuk zal een antwoord worden geformuleerd op de onderzoeksvraag 'Wat is de rol van vertrouwen binnen de nieuwsconsumptie van Nederlandse jongeren in de leeftijd van 18-25 jaar ten tijde van de coronacrisis?'. Dit zal worden gedaan door eerst beknopte antwoorden op de deelvragen te formuleren, van waaruit een overkoepelend antwoord op de onderzoeksvraag zal worden gegeven. Tevens zal worden gereflecteerd op wat dit onderzoek bijdraagt aan de al bestaande theorie. Als laatste zullen de beperkingen van dit onderzoek worden besproken en zullen suggesties voor vervolgonderzoek worden gedaan.

5.1 Antwoord op de deelvragen

Wat is nieuws volgens Nederlandse jongeren?

Volgens Nederlandse jongeren gaat het nieuws over nieuwe, actuele gebeurtenissen en ontwikkelingen. Jongeren verschillen echter in wat zij als actueel zien. Waar voor de één een gebeurtenis van twee dagen geleden al geen nieuws meer is, is voor de ander iets nieuws wanneer zij het nog nooit heeft gehoord, ook al gaat het over een gebeurtenis van twee weken geleden. Tevens brengt het nieuws volgens jongeren de feiten, en dus geen meningen. Jongeren vinden het belangrijk het nieuws te volgen, maar zij hebben tevens het gevoel dat zij het meest belangrijke nieuws ook wel via andere wegen te horen krijgen.

Hoe consumeren Nederlandse jongeren hun nieuws ten tijde van de coronacrisis in vergelijking met daarvoor?

De meeste jongeren consumeren hun nieuws via nieuwsapplicaties van NOS of NU.nl. Ze consumeren nieuws bij hen uit de buurt, wat hun interesse heeft of waar een aantrekkelijke titel boven staat. De jongeren openen de nieuwsapplicaties op hun mobiele telefoon wanneer zij even niets te doen hebben. Voor jongeren was voordat de coronacrisis begon tijdverdrijf namelijk de voornaamste motivatie om het nieuws te consumeren. Aan het begin van de coronacrisis bleek dat voor jongeren de motivatie om geïnformeerd te zijn over het coronavirus groter was dan om de tijd ermee te doden, wat erin resulteerde dat de jongeren het coronanieuws intensief gingen volgen. Zij realiseerden zich echter al snel dat er teveel over het coronavirus werd bericht door nieuwsmedia en dat deze berichtgeving ook nog eens negatief en sensatiegericht was. De jongeren merkten dat ze er gevoelens van angst en machteloosheid van kregen, wat maakte dat zij gedurende de coronacrisis het nieuws steeds minder gingen volgen. Het nieuws diende voor jongeren gewoon weer om de tijd te doden. Het nieuws diende voor jongeren zowel voor als tijdens de coronacrisis tevens als gespreksstof.

Hoe beoordelen Nederlandse jongeren de geloofwaardigheid van het nieuws ten tijde van de coronacrisis in vergelijking met daarvoor?

Volgens de jongeren kan je er nooit honderd procent vanuit gaan dat het nieuws te vertrouwen is, wat erin resulteert dat zij graag kritisch willen zijn naar het nieuws. Vanwege gebrek aan kennis en tijd is dit niet altijd mogelijk voor hen, waardoor zij heuristische hanteren om de geloofwaardigheid van informatie te

kunnen beoordelen. Nieuwsberichten zijn volgens jongeren wanneer deze van nieuwsmedia komen met een goede opgebouwde reputatie, welke zij hebben opgebouwd door vooral aan objectieve, niet-sensatiegerichte berichtgeving te doen. Volgens de jongeren is vooral de NOS een geloofwaardige nieuwsbron. Zeker tijdens de coronacrisis vinden jongeren het belangrijk dat nieuwsmedia correcte, objectieve en vooral duidelijke berichten plaatsen. Het coronavirus is volgens jongeren namelijk nieuw en onbekend, maar heeft het hoe dan ook invloed op iedereen.

Hoe kijken Nederlandse jongeren aan tegen de autoritaire positie van nieuwsmedia ten opzichte van andere instituties ten tijde van de coronacrisis in vergelijking met daarvoor?

De jongeren hebben voor hun gevoel het nieuws nodig omdat het nieuws op overzichtelijke maar beknopte wijze hen vertelt wat er gaande is in de wereld. De jongeren kunnen dat voor hun gevoel niet zelf uitzoeken. Er gebeurt volgens de jongeren allereerst teveel, waardoor zij niet kunnen bepalen wat voor hen belangrijk is om daarvan te weten. Het nieuws bepaalt dat voor hen. Het nieuws brengt daarmee gemak, iets wat de jongeren erg kunnen waarderen. Ze willen namelijk niet teveel moeite doen om op de hoogte te blijven, het moet vooral makkelijk gaan en weinig tijd kosten. Ten tweede hebben jongeren het gevoel dat andere instituties zoals het RIVM hen niet kunnen vertellen wat er gaande is in de wereld, omdat andere instituties simpelweg enkel nieuws brengen over hun eigen organisatie.

Echter, tijdens de coronacrisis bleek de behoefte voor jongeren om geïnformeerd te zijn groter dan voor de coronacrisis. Waar beknopte samenvattingen over recente gebeurtenissen en ontwikkelingen van het nieuws eerst volstonden, hadden de jongeren tijdens de coronacrisis meer behoefte aan diepgaande informatie. Ze wilden meer weten dan enkel de kleine feitjes, omdat het coronavirus iets was wat op hen en op iedereen om hen heen een enorme impact had. Experts bij talkshows gaven daarin welkome diepgang, maar ook de persconferentie werd door jongeren elke keer trouw gekeken.

Het nieuws liet hen namelijk tijdens de coronacrisis vaak genoeg in de steek. Volgens de jongeren was het nieuws niet alleen te vaak negatief, nieuwsmedia speculeerden ook teveel en richtten zich soms meer op sensatie dan op het overbrengen van correcte informatie. Het lijkt daarom alsof voor de jongeren de autoritaire positie van nieuwsmedia hierdoor afbrokkelt, omdat nieuwsmedia met hun berichtgeving over het coronavirus niet altijd de maatschappij dienen. Andere instituties als het RIVM of de overheid brachten volgens de jongeren echter wel altijd correcte en gedegen informatie, waardoor zij tijdens de coronacrisis liever naar deze instituties luisterden.

5.2 Antwoord op de onderzoeksvraag

De onderzoeksvraag van deze scriptie luidde als volgt: Wat is de rol van vertrouwen binnen de nieuwsconsumptie van Nederlandse jongeren in de leeftijd van 18-25 jaar ten tijde van de coronacrisis? In de formulering van een antwoord op deze onderzoeksvraag kan het volgende gezegd worden.

Tijdens de coronacrisis bleek voor jongeren geïnformeerd te zijn over de ontwikkelingen omtrent het coronavirus een grotere motivatie om het nieuws te volgen dan om de tijd te verdrijven. Ook al voelde het coronavirus voor de jongeren als nieuw en onbekend, het was voor hen zeker dat het virus van grote impact zou zijn op hen, op hun naasten en op de maatschappij. Vanwege de grote impact van

het coronavirus vonden de jongeren het van groot belang dat nieuwsmedia objectieve en correcte informatie verspreidden. Dit maakte dan ook dat de jongeren extra kritisch waren naar hoe nieuwsmedia berichtten, omdat verkeerde of slechte berichtgeving volgens de jongeren al snel kon leiden tot angst, valse hoop en onduidelijkheid. Niet alleen bij henzelf, maar ook onder andere Nederlandse burgers. Kort gezegd, de jongeren verwachtten tijdens de coronacrisis dat het nieuws haar informerende taak serieus nam. De jongeren waren dan ook teleurgesteld over het feit dat nieuwsmedia veelal vervielen in sensatiegerichte of te negatieve berichtgeving over het coronavirus. Dit deed volgens de jongeren af aan de geloofwaardigheid van hun berichtgeving, wat erin resulteerde dat jongeren voor informatie omtrent het coronavirus zich gingen wenden tot andere instituties als het RIVM of de overheid.

Waar het voor jongeren vóór de coronacrisis nog volstond om kort en sporadisch het nieuws te consumeren via nieuwsapplicaties van *NOS* of *NU.nl*, was dit tijdens de coronacrisis niet meer voldoende. De jongeren hadden bijvoorbeeld behoefte aan meer duiding bij de ontwikkelingen omtrent het coronavirus, waardoor zij gingen luisteren naar experts die aanschoven bij talkshows. Ook hadden de jongeren behoefte aan de zekerheid dat de informatie omtrent het coronavirus daadwerkelijk correct was. Ook al hebben de jongeren veel vertrouwen in voornamelijk de *NOS*, vanwege haar sterke reputatie en objectieve berichtgeving, toch hebben zij het gevoel dat zij nieuwsmedia niet volledig kunnen vertrouwen. Dit gevoel maakte dat jongeren tijdens de coronacrisis trouw bij elke persconferentie voor de televisie zaten en dat zij experts eerder gingen geloven dan het nieuws. Anders gezegd, het was niet enkel meer aan het nieuws om de jongeren te vertellen hoe het er voor stond met het coronavirus.

Geconcludeerd kan worden dat door de grote hoeveelheid aan sensatiegerichte en negatieve berichtgeving van nieuwsmedia omtrent het coronavirus, jongeren deze nieuwsmedia als minder geloofwaardig gingen beoordelen. Waar de jongeren het voor de coronacrisis nog tolereerden dat nieuwsmedia soms meer bezig waren met het verdienen van geld dan met het informeren van burgers, werden jongeren vanwege de grote impact van het coronavirus een stuk kritischer naar de wijze waarop nieuwsmedia berichtten. De sensatiegerichtheid en negatieve focus van nieuwsmedia maakte dan ook dat jongeren hun berichtgeving als minder geloofwaardig gingen achten. De afname in geloofwaardigheid lijkt daarin bij te dragen aan een afbrokkeling van de autoritaire positie die nieuwsmedia innemen ten opzichte van andere instituties. De jongeren gingen zich immers wenden tot andere instituties voor objectieve en correcte informatie over het coronavirus. Dit betekent echter niet dat jongeren het nieuws gingen vermijden, maar volgens de jongeren was het niet enkel meer aan de nieuwsmedia hen te vertellen hoe de wereld er tijdens de coronacrisis van 2020 uit zag.

5.3 Theoretische discussie

Het doel van dit onderzoek was om inzicht te krijgen in hoe Nederlandse jongeren in de leeftijd van 18-25 jaar hun nieuwsconsumptie ervaren ten tijde van de coronacrisis van 2020 en specifiek welke rol vertrouwen daarin speelt. Hoewel er zeker overeenkomsten met voorgaand onderzoek zijn gevonden, heeft dit onderzoek ook nieuwe bevindingen opgeleverd.

Een mogelijke verklaring uit de theorie voor het feit dat jongeren nieuws consumeren waarvan zij echter de kwaliteit als laag beoordelen, was dat voor jongeren voor nieuwsconsumptie andere motivaties

dan geïnformeerd willen worden zwaarder wegen (Boczkowski et al., 2018; Costera Meijer, 2007). Uit dit onderzoek is naar voren gekomen dat wanneer jongeren het nieuws consumeren om de tijd te verdrijven, zij in die tijd alsnog artikelen willen lezen die hen interessant lijken. De vrije tijd die jongeren hebben op een dag is blijkbaar kostbare tijd, welke zij niet lijken te willen verspillen aan het lezen van nieuwsartikelen die zij eigenlijk niet interessant vinden. Zelfs tijdens de coronacrisis, waarin jongeren meer vrije tijd hadden dan voorheen, was dit niet anders.

Ook al consumeren de jongeren uit dit onderzoek vooral het nieuws wanneer zij niets te doen hebben, dit betekent echter niet dat zij niet op de hoogte willen blijven. Deze behoefte lijkt vooral een sociaal geconstrueerde behoefte. De jongeren wilden namelijk niet dat anderen dachten dat zij niets wisten van wat er in de wereld gaande is en ook gaven zij aan dat het 'hoort' om op de hoogte te blijven. Afgezien van één respondent zijn alle respondenten in dit onderzoek hoog opgeleid. Een mogelijke verklaring hiervoor is op basis van voorgaand onderzoek van Lindell & Sartoretto (2018). Zij suggereerden dat voornamelijk jongeren uit de hogere klasse het belangrijk vinden op de hoogte te blijven van het nieuws (Lindell & Sartoretto, 2018).

Sommige jongeren gaven tevens aan dat zij *De Telegraaf* geen geloofwaardig nieuwsmedium vinden. De krant zou te sensatiegericht zijn en eerder bezig zijn met het verdienen van geld dan met het informeren van burgers. Deze attitude is iets wat de jongeren zowel vanuit hun ouders als vanuit hun opleiding hebben meekregen. Echter, de jongeren die *De Telegraaf* geen geloofwaardig nieuwsmedium vinden, zijn allen hoogopgeleid, met een studie in de richting van communicatie of gezondheid. Hoewel deze opleidingen niet gegeneraliseerd kunnen worden tot 'linkse' opleidingen, is het de vraag of jongeren die een opleiding richting bedrijfskunde of economie volgen hetzelfde denken over *De Telegraaf*. Zowel deze constatering als de bevinding dat op de hoogte willen blijven onder hoogopgeleide jongeren een sociaal geconstrueerde behoefte is, geeft wederom de bevestiging dat het in publieksonderzoek inderdaad belangrijk is de sociale achtergrond van de respondenten mee te nemen in de analyse (Hasebrink & Domeyer, 2012).

Onderzoek van Carlson (2017; 2018) deed verwachten dat jongeren het nieuws niet meer nodig hebben om op de hoogte te blijven van wat er in de wereld gebeurt, omdat in dit digitale tijdperk jongeren zelf aan elk soort informatie kunnen komen. Echter, de jongeren in dit onderzoek hebben voor hun gevoel nog steeds het nieuws nodig voor een overzicht van de belangrijkste gebeurtenissen en ontwikkelingen. Het feit dat elk soort informatie op internet staat, maakt dat jongeren het nieuws *juist* nodig hebben. Het nieuws baant voor hen namelijk een weg door de info-smog (Coleman, 2012) en het vertelt de jongeren wat ze moeten weten. Echter, zoals Drok & Hermans (2016) al hadden bevonden, brokkelt de autoritaire positie die jongeren aan nieuwsmedia toekennen af wanneer nieuwsmedia teveel negatieve of sensatiegerichte berichten plaatsen. Zeker tijdens de coronacrisis hadden de jongeren in dit onderzoek behoefte aan correcte en objectieve informatie, wat maakte dat zij meer vertrouwen hadden in instituties als het RIVM en de overheid dan in nieuwsmedia. Uit deze bevinding komt tevens een nog niet eerder aangetoonde factor naar voren die bepalend is voor in hoeverre jongeren het belangrijk vinden dat nieuwsmedia aan correcte berichtgeving doen. Volgens de jongeren in dit onderzoek is het vooral belangrijk dat nieuws met een grote maatschappelijke impact, zoals nieuws omtrent het coronavirus, te vertrouwen is. Hieruit kan geconcludeerd worden dat niet alle incorrecte, sensatiegerichte of negatieve

berichtgeving direct een bijdrage levert aan de afname van de autoritaire positie van nieuwsmedia, maar dat dit afhangt van de impact van de onderwerpen waarover wordt bericht, zoals het coronavirus.

Uit dit onderzoek kwam tevens naar voren dat jongeren de informerende functie van het nieuws als een belangrijke functie zien, al werd dit niet expliciet door de jongeren aangehaald. Echter, doordat de jongeren in dit onderzoek negatieve, speculatieve, sensatiegerichte of incorrecte berichtgeving van nieuwsmedia afkeurden, gaven de jongeren antoniemen voor wat het nieuws dan wel behoort te doen: correcte en objectieve nieuwsberichten plaatsen waarmee burgers worden geïnformeerd, in plaats van dat zij angstig of verward van het nieuws raken.

Het feit dat de jongeren in dit onderzoek vooral de informerende functie van het nieuws belangrijk vinden, en bijvoorbeeld niet zozeer de waakhondfunctie van het nieuws aanhalen (Drok & Hermans, 2016), zegt ook iets over het vertrouwen dat jongeren hebben in andere instituties zoals de wetenschap en de overheid. Zeker tijdens de coronacrisis hechtten de jongeren zoals besproken veel waarde aan wat het RIVM of de overheid hen vertelt, zelfs meer dan aan wat het nieuws te melden heeft. Beide factoren zijn getuigen van het feit dat de jongeren een sterk vertrouwen hebben in wetenschappelijke instituties en de overheid, wat de waarschuwingen van Fisher (2018) tegenspreekt. Het nieuws is volgens jongeren blijkbaar niet nodig om te controleren of andere instituties wel de juiste beslissingen maken of om misstanden aan het licht te brengen. Het is blijkbaar voor jongeren voldoende dat nieuwsmedia enkel berichten over welke beslissingen deze instituties hebben gemaakt.

Een nieuwsbron waar jongeren unaniem autoriteit aan toekennen is de *NOS*. Het nieuwsmedium van de Nederlandse Publieke Omroep wordt door jongeren stevast als objectief, neutraal en daarmee als geloofwaardig bestempeld. Zoals Lindell & Sartoretto (2018) al suggereerden, hebben jongeren uit eenzelfde mediasysteem als dat van Zweden, zoals Nederland, veel vertrouwen in de publieke omroep. Dit komt ook naar voren in hoe jongeren over het nieuws uit de Verenigde Staten spraken. Volgens de jongeren is het nieuws in de Verenigde Staten namelijk veel minder objectief en werken de nieuwsmedia door hun politieke kleur daar polarisering in de hand.

In hoeverre het nieuws geloofwaardig is, bleek voor jongeren ook vaak genoeg een gevoel dat maar moeilijk onder woorden te brengen is. Wanneer jongeren spraken over de sensatiegerichtheid van bijvoorbeeld *De Telegraaf*, moesten zij zoeken naar voorbeelden waaruit bleek dat *De Telegraaf* inderdaad sensatiegericht is. Zoals Prior (2009) al beweerde, is het voor respondenten doorgaans moeilijk terug te halen welk nieuws zij hebben geconsumeerd, laat staan wat zij daarvan vonden. Sommige jongeren pakten tijdens de interviews dan ook hun nieuwsmediadagboek erbij, waardoor zij specifieke voorbeelden konden aanwijzen waarin zij bijvoorbeeld kritisch waren geweest naar de objectiviteit van een nieuwsbericht. Met deze kennis kan geconcludeerd worden dat het een waardevolle aanvulling aan dit onderzoek is geweest om de jongeren vooraf aan het interview een nieuwsmediadagboek bij te laten houden (Hasebrink & Domeyer, 2012).

5.4 Beperkingen en suggesties voor vervolgonderzoek

In dit onderzoek stonden de nieuwsconsumptie-ervaringen van de respondenten centraal. Voorgaande onderzoeken deden hier immers minder recht aan door de methode van enquêtes te hanteren. Voor dit

onderzoek zijn semigestructureerde interviews als methode gebruikt, waarbij werd geïnterviewd aan de hand van een topic lijst (Hermanowicz, 2002). De ruimte bieden aan de ervaringen van de respondenten was voor dit onderzoek de belangrijkste waarde. Echter, dit resulteerde er indirect in dat tijdens het afnemen van de interviews niet altijd werd teruggegaan naar de topic lijst. Hierdoor ging niet elk interview over exact dezelfde aspecten wat betreft vertrouwen in het nieuws. Normaliter zou de interne validiteit van het onderzoek daarmee in het gedrang komen. In dit onderzoek zijn echter een groot aantal overkoepelende thema's gevonden, wat de bevindingen van dit onderzoek desondanks waardevol maakt.

Hoewel de topic lijst duidelijk was gestructureerd, bleek tijdens de interviews dat er naar teveel aspecten gevraagd diende te worden. Hierdoor kon er op sommige aspecten niet verder doorgevraagd worden, omdat de onderzoeker zich ervan bewust was dat zij in de korte tijd van een uur nog vele andere aspecten met haar respondenten moest bespreken. Een goed advies voor vervolgonderzoek is dan ook om maar op één element van dit onderzoek te focussen, bijvoorbeeld journalistieke autoriteit. Dit zal de ruimte bieden om tijdens de interviews meer de diepte in te kunnen gaan. Dit betekent echter niet dat tijdens de interviews van dit onderzoek geen ruimte was voor diepgang. Zo gaven de respondenten tijdens de interviews aan dat zij verbaasd waren over hoe lang er over het nieuws gepraat kon worden en dat zij over dingen hadden nagedacht waar zij voor het interview nog nooit bij stil hadden gestaan. De volgende quote geeft dit op een mooie wijze weer.

Respondent 10: Ja, ik weet niet. Ik vind het dan gewoon een beetje gek als er iets heel ergs gebeurd in ons land of aan de andere kant van de wereld of er gaan mensen dood of er zijn allemaal problemen, misschien ook wel die over mijzelf gaan maar dat ik het dan niet weet. Ik vind dat wel iets wat ik dan moet weten. Ik weet, ja waarom wil ik dat? Vind ik belangrijk. Ja, waarom vind ik dat belangrijk? Nou ja, ik denk wel dat er dus iets is in de wereld, of wat te maken heeft met mijzelf of met mijn ouders, dat je daar wel een beetje op de hoogte van bent. (10.103)

Voor dit onderzoek is een heterogene steekproef samengesteld wat betreft leeftijd en geboorte- en woonplaats. Echter, qua opleidingsniveau bleek de steekproef vrij homogeen te zijn. Afgezien van één respondent, waren alle respondenten in dit onderzoek hoog opgeleid. Voor vervolgonderzoek is het daarom interessant te kijken naar lager opgeleide jongeren, voortbouwend op het onderzoek van Lindell & Sartoretto (2018). Volgens Lindell & Sartoretto (2018) verschillen jongeren uit de lage klasse van jongeren uit de hoge klasse namelijk niet alleen in hoe zij hun nieuws consumeren, maar ook in hoeverre zij vertrouwen hebben in bepaalde nieuwsmedia.

Voor dit onderzoek is de coronacrisis als casus gekozen. In dit onderzoek is aandacht besteed aan wat een crisisperiode doet met hoe jongeren de geloofwaardigheid van het nieuws beoordelen en in hoeverre nieuwsmedia voor hen een autoritaire positie innemen ten opzichte van andere instituties. Sommige bevindingen, zoals het feit dat jongeren het coronanieuws steeds minder gingen volgen omdat zij het gevoel hadden er toch niets aan te kunnen doen, zijn nog niet eerder naar voren gekomen in de literatuur. Dit gevoel was voor jongeren echter specifiek voor de coronacrisis, waarmee de vraag rijst in hoeverre dit ook geldt voor periodes buiten crisistijd. Voor vervolgonderzoek wordt dan ook aangeraden

om de nieuwe bevindingen, zoals besproken in de theoretische discussie, opnieuw te bevragen bij jongeren wanneer er geen sprake is van een crisis zoals de coronacrisis. Op die manier kan in kaart worden gebracht of de rol die vertrouwen speelt in de nieuwsconsumptie van jongeren specifiek is voor de coronacrisis, of dat hier ook buiten crisissituaties sprake van is.

In crisistijd gaan de dingen nu eenmaal anders, ook wat betreft het nieuws. Op basis van dit onderzoek kan dan ook het advies gegeven worden aan nieuwsmedia om zich tijdens een periode van crisis te focussen op het brengen van beknopte maar correcte en objectieve informatie, met verwijzingen naar uitleg en opinie waar mogelijk. Door de impact van het coronavirus is er voor sensatiegerichte en negatieve berichtgeving dus even geen plaats. Allereerst omdat volgens jongeren nieuwsmedia daarmee hun onmisbare functie de burgers te informeren niet vervullen en ten tweede omdat daarmee de al instabiele autoritaire positie van nieuwsmedia nog meer aan het wankelen gebracht zal worden. Voor nu vermijden Nederlandse jongeren het nieuws nog niet, maar het is aan nieuwsmedia hun aanpak aan te passen, voordat de autoritaire positie die zij voor jongeren innemen ten opzichte van andere instituties daadwerkelijk omvalt.

Referenties

- 3Vraagt. (2020, 21 april). *1 op 3 jongeren 'down' door coronanieuws*. Geraadpleegd op 11 mei 2020, van <https://www.npo3.nl/3vraagt/1-op-3-jongeren-down-door-coronanieuws>
- Antunovic, D., Parsons, P., & Cooke, T. R. (2018). 'Checking' and googling: Stages of news consumption among young adults. *Journalism*, *19*(5), 632-648.
- Bakker, S. (2020, 16 maart). *Dit zijn de onjuiste corona-adviezen die nu rondgaan op sociale media*. Geraadpleegd op 21 mei 2020, van <https://www.nu.nl/coronavirus/6037908/dit-zijn-de-onjuiste-corona-adviezen-die-nu-rondgaan-op-sociale-media.html>
- Bakker, T. P., & De Vreese, C. H. (2011). Good news for the future? Young people, internet use, and political participation. *Communication Research*, *38*, 451-470.
- Bardoel, J., & d'Haenens, L. (2008). Reinventing public service broadcasting in Europe: Prospects, promises and problems. *Media, Culture & Society*, *30*(3), 337-355.
- Berry, T. R., Wharf-Higgins, J., & Naylor, P. J. (2007). SARS Wars: An examination of the quantity and construction of health information in the news media. *Health Communication*, *21*(1), 35-44.
- Boczkowski, P. J., Mitchelstein, E., & Matassi, M. (2018). "News comes across when I'm in a moment of leisure": Understanding the practices of incidental news consumption on social media. *New Media & Society*, *20*(10), 3523-3539.
- Brants, K., & Voltmer, K. (2011). Introduction: Mediatization and de-centralization of political communication. In K. Brants & K. Voltmer (Eds.), *Political communication in postmodern democracy* (pp. 1-18). Basingstoke, Verenigd Koninkrijk: Palgrave Macmillan.
- Broersma, M. (2013). A refractured paradigm: Journalism, hoaxes and the challenge of trust. In C. Peters & M. J. Broersma (Eds.), *Rethinking journalism: Trust and participation in a transformed news landscape*. Londen: Routledge.
- Carlson, M. (2017). *Journalistic authority*. Amsterdam, Nederland: Amsterdam University Press.
- Carlson, M. (2018). The information politics of journalism in a post-truth age. *Journalism Studies*, *19*(13), 1879-1888.
- Coleman, S. (2012). Believing the news: From sinking trust to atrophied efficacy. *European Journal of Communication*, *27*(1), 35-45.
- Costera Meijer, I. (2007). The paradox of popularity. *Journalism Studies*, *8*(1), 96-116.
- Dahlberg, L. (2001). The Internet and democratic discourse: Exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere. *Information, Communication & Society*, *4*(4), 615-633.
- De Correspondent (z.j.). *Manifest*. Geraadpleegd op 10 mei 2020, van <https://decorrespondent.nl/manifest>
- Diehl, T., Barnidge, M., & Gil de Zúniga, H. (2019). Multi-platform news use and political participation across age groups: Toward a valid metric of platform diversity and its effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *96*(2), 428-451.
- Drok, N., & Hermans, L. (2015). Is there a future for slow journalism? *Journalism Practice*, *10*(4), 539-554.
- Drok, N., Hermans, L., & Kats, K. (2017). Decoding youth DNA: The relationship between social

- engagement and news interest, news media use and news preferences of Dutch millennials. *Journalism*, 19(5), 699–717.
- Ederly, S., Vraga, E. K., Bode, L., Thorson, K., & Thorson, E. (2018). New media, new relationships to participation. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95, 192-212.
- Fisher, C. (2018). What is meant by trust in the news? In K. Otto & A. Köhler (Eds.), *Trust in media and journalism: Empirical perspectives on ethics, norms, impacts and populism in Europe* (pp. 19-38). Wiesbaden, Duitsland: Springer VS.
- Fortuin, A. (2020, 20 maart). *Op1 is plots het anker van de NPO*. Geraadpleegd op 14 april 2020, van: <https://www.nrc.nl/nieuws/2020/03/20/op1-is-plots-het-anker-van-de-npo-a3994394>
- Gibbs, C. & Warhaver, T. (2002). *Getting the whole story*. New York: The Guilford Press.
- Guerrero, M. A., & Márquez-Ramírez, M. (2014). The “captured-liberal” model: Media systems, journalism and communication policies in Latin America. *The International Journal of Hispanic Media*, 7, 1-12.
- Haagerup, U. (2014). *Constructive journalism: Why negativity destroys the media and democracy – and how to improve journalism of tomorrow*. Rapperswil, Zwitserland: InnoVatio Publishing.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. New York: Cambridge University Press.
- Harding, L. (2016, 26 februari). *What we know about Russia's interference in the US election*. Geraadpleegd op 14 april 2020, van: <https://www.theguardian.com/us-news/2016/dec/16/qa-russian-hackers-vladimir-putin-donald-trump-us-presidential-election>
- Hasebrink, U., & Domeyer, H. (2012). Media repertoires as patterns of behaviour and as meaningful practices: A multimethod approach to media use in converging media environments. *Journal of Audience & Reception Studies*, 9(2), 757-779.
- Kalogeropoulos, A., Suiter, J., Udris, L., & Eisenegger, M. (2019). News media trust and news consumption: Factors related to trust in news in 35 countries. *International Journal of Communication*, 13, 3672-3693.
- Katan, D., & Straniero-Sergio, F. (2001). Look who's talking. *The Translator*, 7(2), 213–237.
- Klaassen, N. (2020, 2 maart). *Nepnieuws even 'viraal' als corona: complotten en propaganda rond het virus*. Geraadpleegd op 11 mei 2020, van <https://www.ed.nl/tech/nepnieuws-even-viraal-als-corona-complotten-en-propaganda-rond-het-virus~ad342c10/>
- Kohring, M., & Matthes, J. (2007). Trust in news media. *Communication Research*, 34(2), 231–252.
- Lammikko, M. (2019). *An exploration of Generation Z's habits and needs considering news consumption* (Scriptie). Van: <https://kth.diva-portal.org/smash/get/diva2:1359263/FULLTEXT01.pdf>
- Laufer, P. (2011). *Slow news: A manifesto for the critical news consumer*. Corvallis, Oregon: Oregon State University Press.
- Lindell, J., & Sartoretto, P. (2017). Young people, class and the news. *Journalism Studies*, 19(14), 2042–2061.
- Lubbe, M. (2017, 17 oktober). *Jongeren meer dan drie uur per dag op smartphone*. Geraadpleegd op 4 februari 2020, van: <https://eenvandaag.avrotros.nl/panels/opiniepanel/alle-uitslagen/item/jongeren-meer-dan-drie-uur-per-dag-op-smartphone/>
- Mannheim, K. (1970). The problem of generations. *Psychoanalytic Review*, 57(3), 378-404.

- Marchi, R. (2012). With Facebook, blogs, and fake news, teens reject journalistic “objectivity”. *Journal of Communication Inquiry*, 36(3), 246–262.
- Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (2013). Credibility and trust of information in online environments: The use of cognitive heuristics. *Journal of Pragmatics*, 59, 210–220.
- Metzger, M. J., Flanagin, A. J., Eyal, K., Lemus, D. R. & Mccann, R. M. (2003). Credibility for the 21st century: Integrating perspectives on source, message, and media credibility in the contemporary media environment. In P. J. Kalbfleisch, (Red.), *Communication yearbook 27* (pp. 307-350). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Metzger, M.J., Flanagin, A.J., Medders, R., 2010. Social and heuristic approaches to credibility evaluation online. *Journal of Communication*, 60(3), 413-439.
- NU.nl (2017, 4 september). *Over NU.nl*. Geraadpleegd op 21 mei 2020, van <https://www.nu.nl/over-nu/4907513/over-nunl.html>
- NU.nl (2020, 20 mei). *Goed nieuws: Weer bezoek in verpleeghuizen | Brits corona-icoon geridderd*. Geraadpleegd op 21 mei 2020, van <https://www.nu.nl/opmerkelijk/6052555/goed-nieuws-weer-bezoek-in-verpleeghuizen-brits-corona-icoon-geridderd.html>
- NU.nl (z.j.). *Goed nieuws*. Geraadpleegd op 21 mei 2020, van <https://www.nu.nl/tag/Goed%20nieuws>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Londen: Penguin Group.
- Prior, M. (2009). Improving media effects research through better measurement of news exposure. *The Journal of Politics*, 71(3), 893-908.
- Signorielli, N. (1993). *Mass media images and impact on health: A sourcebook*. Californië: Greenwood Press.
- Skovsgaard, M., & Andersen, K. (ter perse). Conceptualizing news avoidance: Towards a shared understanding of different causes and political solutions. *Journalism Studies*, 1-18. to participation? A closer look at youth news repertoires and political participation.
- Stichting Kijkonderzoek. (2019). *Jaar top 100 exclusief sport*. Geraadpleegd op 14 april 2020, van: <https://kijkonderzoek.nl/component/kijkcijfers/file,n1-0-1-p>
- Strömbäck, J. (2005). In search of a standard: Four models of democracy and their normative implications for journalism. *Journalism Studies*, 6(3), 331–345.
- Swart, J., Peters, C., & Broersma, M. (2016). Navigating cross-media news use. *Journalism Studies*, 18(11), 1343–1362.
- Tandoc, E. C., Jr., Lim, Z. W., & Ling, R. (2017). Defining “Fake News”. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.
- Tsfati, Y., & Ariely, G. (2014). Individual and contextual correlates of trust in media across 44 countries. *Communication Research*, 41(6), 760-782.
- Tsfati, Y., & Capella, J. N. (2003). Do people watch the what they do not trust? Exploring the association between news media scepticism and exposure. *Communication Research*, 30, 5, 504-529.
- Tsfati, Y., & Cappella, J. N. (2005). Why do people watch news they do not trust? The need for cognition as a moderator in the association between news media skepticism and exposure. *Media Psychology*, 7(3), 251–271.
- Van Zoonen, L. (2012). I-Pistemology: Changing truth claims in popular and political culture. *European Journal of Communication*, 27(1), 56–67.

- Verspeek, P. (2020, 16 april). *Analyse: Corona en het grote 5G-complot*. Geraadpleegd op 21 mei 2020, van <https://www.rijnmond.nl/nieuws/194467/Analyse-Corona-en-het-grote-5G-complot>
- Vos, T. P., & Thomas, R. J. (2018). The discursive construction of journalistic authority in a post-truth age. *Journalism Studies*, 19(13), 2001–2010.
- Vraga, E. K., Bode, L., Smithson, A.-B., & Troller-Renfree, S. (2016). Blurred lines: Defining social, news, and political posts on Facebook. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(3), 272–294. Californië: Greenwood Press.
- Wijnberg, R. [Rob Wijnberg]. (2020, 19 maart). Corona in context: een gids die je helpt de pandemie te begrijpen [Facebook status update]. Van <https://www.facebook.com/watch/?v=212350856780944>.
- Wohn, D. Y., & Ahmadi, M. (2019). Motivations and habits of micro-news consumption on mobile social media. *Telematics and Informatics*, 44, 101262.

Appendices

Appendix A – Topic lijst

Afhankelijk van welke aspecten in het nieuwsmediadagboek opvallen, kan naar de volgende aspecten gevraagd worden.

- Medium: Via welk medium kom je het liefst aan je nieuws? Waarom? En in welke vorm wordt het nieuws daarop aangeboden?
 - Device: Via welk device kom je het liefst aan je nieuws?
 - Nieuwsbron: Via welke sites of bronnen kom je het liefst aan je nieuws?
 - Weet je altijd waar je nieuws vandaan komt, dus wat de oorspronkelijke bron is? Controleer je dat wel eens? Ook wanneer anderen het je doorsturen?
 - Onderwerp(en): Wat waren de onderwerpen?
 - Over welke onderwerpen lees je het liefst?
 - Welke onderwerpen vind je minder interessant? Lees/kijk/luister je daar dan ook geen nieuws over?
 - Welke nieuwsonderwerpen zijn onmisbaar volgens jou?
 - Motivatie (sociale motivatie, tijdverdrijf, geïnformeerd willen zijn, ontspanning, entertainment, etc.): Waarom ging je op die momenten het nieuws lezen/luisteren/kijken? Was je je daar überhaupt bewust van? Wat is voor jou de voornaamste reden om nieuws te consumeren?
 - Duur: Hoe lang besteed je meestal aan nieuws? Hoe ziet dat er dan uit, lees je bijvoorbeeld alleen de headlines of ga je er echt voor zitten?
 - Wanneer heb je het gevoel dat je genoeg weet?
1. Voor onderstaande topics kan ook worden teruggegrepen op het mediadagboek;
 2. Vragen met betrekking tot de casus van de coronacrisis staan in de tekstboxen.

Als je zo naar je mediadagboek kijkt, verschilt het dan heel erg van hoe je nieuws zou consumeren als er geen sprake was van de coronacrisis?

Definitie van nieuws

Wat is nieuws volgens jou? Wanneer is iets geen nieuws meer? Is dat altijd duidelijk volgens jou? Maakt het nog uit wie het plaatst en op welk medium?

Wat is de functie van nieuws volgens jou?

Nieuwskwaliteit en -geloofwaardigheid

Welke onderwerpen moet het nieuws behandelen vind jij, en op welke manier moet het nieuws dat dan behandelen?

Wat vind je tijdens deze coronacrisis belangrijk dat het nieuws behandelt? Is dat anders dan wanneer er geen coronacrisis zou zijn?

Waar moet het nieuws sowieso aan voldoen volgens jou?

Kijk je ook wel eens naar satirische nieuwsprogramma's als Zondag met Lubach?

Wat vind je van de huidige staat van hoe het nieuws er in Nederland nu uit ziet? Wat is er al goed? Wat kan beter of is eigenlijk gewoon slecht?

Hoe doen de Nederlandse nieuwsmedia het tijdens deze coronacrisis? Wat is er al goed, wat kan beter of is er zelfs slecht?

Geloof je alles wat je leest/kijkt/luistert? Wanneer niet, wanneer wel? Ben je er bezig met dat een nieuwsbericht ook niet waar kan zijn? Hoe check je of het waar is?

Hoe zit dat tijdens deze coronacrisis?

Journalistieke autoriteit

Aan wie is het volgens jou om te vertellen hoe de wereld eruit ziet? Zouden journalisten dat moeten doen, of kan elk willekeurig persoon dat? Hoe zit dat met bedrijven? Hoe zit dat met experts en andere gasten die aanschuiven bij talkshows?

Heb je het nieuws nodig voor je gevoel? Kun je je ook voorstellen dat je het nieuws niet nodig hebt?

Heb je het nieuws tijdens deze coronacrisis juist meer of minder nodig? Waarom?

Appendix B – Verantwoording codering

Appendix B1 – Wat is nieuws?

Thema of selectieve code	Axiale codes	Open codes of quotes ter illustratie
Weten wat er speelt	Nieuws is nieuwe, actuele informatie	“Ja, voor mijn gevoel is dat dan niet echt nieuws omdat het niet over de actualiteiten gaat. Maar gewoon leuke weetjes, inderdaad, het voelt meer als een beetje vrije tijd.” (Respondent 4)
	Nieuws gaat over gebeurtenissen en ontwikkelingen	“Ik denk dat nieuws in bredere zin dan wel zou zijn dat je uhm, op de hoogte wordt gebracht van

		gebeurtenissen die er nu spelen en waarom en wat we eraan zouden kunnen doen.” (Respondent 10)
	Nieuws geeft je een samenvatting over wat er is gebeurd	“Uhm... Ja volgens mij is de definitie van nieuws is iets beschrijven wat net gebeurt is, en dat doet het. Dus ik denk daarom ook. (Respondent 7)
	Het hoort om op de hoogte te willen blijven	“Nou, het is niet de hoofdreden, maar het is wel dat ik dan soms denk van jeetje, dat er zoiets aan de hand is en dat ik daar gewoon helemaal niks van weet. Dan denk ik soms wel van nou dan moet ik wel iets meer op de hoogte zijn. Het is niet per se dat ik niet mee kan praten maar het is wel dat ik vind dat ik wel een beetje op de hoogte moet zijn daarvan. Ja.”
	Het echte belangrijke nieuws hoor je wel via via	“Nee, ik denk omdat ik voor mijn gevoel dan genoeg meekrijg als ik gewoon met mensen erover praat of dat ik het toevallig een keer tegenkom, dat dat genoeg is.” (Respondent 11)
<i>Et cetera</i>	<i>Et cetera</i>	<i>Et cetera</i>

Appendix B2 – Nieuwsconsumptie tijdens en voor de coronacrisis

Thema of selectieve code	Axiale codes	Open codes of quotes ter illustratie
De nieuwsapplicatie als uitkomt	Nieuws alleen tijdens ontstane vrije momenten	“Maar ik wil sowieso ook wel een beetje op de hoogte zijn van het nieuws, maar dan is dat wel een goed moment of zo, als je heel even niks anders aan het doen bent kun je heel even kijken wat er nog is gebeurd. Het is niet dat ik er een vast moment op de dag voor heb dat ik even het nieuws ga

		kijken of zo. Maar meer een beetje op momenten dat het dan uitkomt." (Respondent 10)
	Liever geen lange nieuwsartikelen lezen	"Ik lees het wel altijd een beetje scannend. Meestal scroll ik even door, kijk ik hoe lang het is [lacht]. En dan of ik het helemaal ga lezen of dat ik even de cijfers kijk of dat er grafiekjes staan. Ja. I: Wanneer is een artikel dan te lang denk je? Volgens jou? R: Als je na 3 keer scrollen nog niet bij het einde bent." (Respondent 4)
	Hoe dichterbij, hoe relevanter	"Nee, alles wat met Nederland te maken heeft dat, ik denk ook wel dat het meer op mij, het staat dichterbij huis. Staat dichterbij je bed, dus dan heb je al snel, wil je ervan op de hoogte zijn. Althans, dat idee heb ik." (Respondent 3)
	De aantrekkingskracht van titels en afbeeldingen	"Nou bijvoorbeeld, het staat hier bovenaan. Of nou ja, het staat er nu niet meer maar net wel. "Hoogste aantal besmettingen in China sinds 6 weken." Dan denk ik oh what the fuck, hoe kan dat dan? Dat is dan een vraag die ik mezelf stel en dan klik ik erop." (Respondent 1)
	Het belang van interesse	"Ik heb wel vaker dus inderdaad dat het nieuws dat richting mijn interessegebieden gaat dat dat mij wel meer trekt. En dat ik daar dus zelf ook over probeer na te denken." (Respondent 9)
	Sporadisch nieuws tegenkomen op nieuwsapplicaties	"Nou ja soms is het gewoon dat ik op Facebook er langs scroll. En soms is het dat ik mijn telefoon aanklik en dat je zo in je berichten-

		reeks een melding ziet van NU.nl. Dus uh, het is niet dat ik dan echt heel bewust naar nieuws toe ga, maar dat ik er langs scroll of zo'n melding zie." (Respondent 4)
<i>Et cetera</i>	<i>Et cetera</i>	<i>Et cetera</i>

Appendix B3 – De geloofwaardigheid van het nieuws

Thema of selectieve code	Axiale codes	Open codes of quotes ter illustratie
Het belang van een goede reputatie	Nieuwsmedia zijn geloofwaardig wanneer zij door veel mensen worden geconsumeerd	"Uhm.... Ja, goeie vraag eigenlijk. Is gewoon altijd zo geweest. Ik denk omdat heel veel mensen altijd daar naar kijken en daarop hun mening baseren." (Respondent 4)
	Nieuwsmedia zijn geloofwaardig wanneer zij voornamelijk objectief zijn	"Vooral omdat ik denk, er wordt weinig mening gegeven in hoe zij nieuws verspreiden. Dus feitelijk, waar het op staat, dit is gezegd of gehoord en verder niet zo van nou dit betekent dus dit en dit. Ze hangen er niet meteen conclusies aan of gevolgen, zeg maar, dan komt dat wel over alsof het nog voor je eigen interpretatie is, dus ook dat ze het niet voor de mensen waar ze over vertellen invullen." (Respondent 11)
	Nieuwsmedia zijn geloofwaardig wanneer zij niet te commercieel zijn	"Want als mensen betalen om een artikel op Facebook te zetten, dan komt het gewoon zonder dat je erom gevraagd hebt in je nieuwsfeed te staan. Dat soort nieuws zit niemand op te wachten. En toch zullen er mensen zijn die dat als de waarheid zien, en dat is jammer." (Respondent 5)
	Nieuwsmedia zijn geloofwaardig wanneer zij zich weerhouden van sensatie	"Dus ze zullen wel enigzins informatie hebben, maar het gaat daar meer om het sensatiebeluste deel. Dus als ze NU.nl of AD.nl of NOS.nl een item maakt over weet ik veel, de politiek, dan gaat het bij PowNed niet over politiek, maar

		bijvoorbeeld over wat er met Geert Wilders is gebeurd in de politiek. Dat soort dingen.” (Respondent 3)
<i>Et cetera</i>	<i>Et cetera</i>	<i>Et cetera</i>

Appendix B4 – De autoritaire positie van het nieuws

Thema of selectieve code	Axiale codes	Open codes
Het nieuws voor het overzicht	Het nieuws geeft overzicht van de belangrijkste dingen	“Ik denk niet dat er heel veel mensen zijn zoals ik die gewoon de hele dag die live blog open lieten staan en daar de hele dag naar kijken. Normaal als je dan naar de NOS gaat denk ik wel dat je meteen de belangrijkste dingen die je zou moeten daarover wel tot je kunt nemen. Ik denk dat dat wel heel handig is.” (Respondent 11)
	Het nieuws geeft een samenvatting zodat je zelf niet op zoek hoeft	“Maar stel dat ik een onderwerp kies om iets over te schrijven, dan lees ik ook wel denk ik in het begin wel nieuwsberichten om een beetje te weten wat er aan de hand is en wat er dan en dan is gebeurd, dus een beetje voor de grote lijn.” (Respondent 10)
	Het nieuws heeft een simplificerende functie	“Ja, maar sommige dingen zijn natuurlijk ook lastig te simplificeren. Je kunt niet alles in Jip en Janneke taal zetten en het nog steeds duidelijk maken. Dus dat is natuurlijk ook wel lastig. En dat is misschien ook wel waar sommige informatie verloren gaat, dat je gewoon sommige dingen niet uit kunt leggen zonder dat het een beetje ingewikkeld moet zijn.” (Respondent 11)
	Zelf op zoek naar meer informatie bij interesse	“Want de mensen met wie ik werk, of in ieder geval de ondernemers met wie ik werk, die zijn daar ook niet geïnteresseerd in. Die zijn alleen maar

		geïnteresseerd in hoe krijg ik geld. En het woord geld is heel magisch voor hun. Dus alleen dat is van belang voor mij omdat uit te zoeken. En daarvoor heb ik veel meer handvaten bij Rijksoverheid.nl. En bij NU.nl komt dat niet echt naar voren. Ja, het komt wel naar voren, maar dat is meestal sub 15 dus nee, liever RVO.nl of Rijksoverheid.nl, dat soort dingen.” (Respondent 3)
	Via één nieuwsbron weet je voldoende	“R: Ja, je wil dan toch dat complete plaatje hebben. I: En wanneer heb je dan het gevoel dat je het complete plaatje hebt? R: Gewoon als ik dat bericht op de NOS heb gelezen, ik heb dan wel het idee dat zij alles vertellen of zo. Als ik iets op de NOS app heb gelezen, heb ik altijd wel het idee dat ik er alles van heb gelezen. Omdat ik hun dan het meeste vertrouwen of zo.” (Respondent 8)
	Het nieuws interpreteert en selecteert	“Stel dat iets wordt geschreven op basis van een artikel of een persconferentie of wat dan ook, kan het zo maar zijn dat de ene persoon andere dingen eruit pikt dan de ander en dat die dus wel, dat ze het over hetzelfde hebben maar verschillende aspecten ervan bespreken.” (Respondent 9)
<i>Et cetera</i>	<i>Et cetera</i>	<i>Et cetera</i>

Appendix C – Transcripten

De twaalf transcripten zijn te vinden een aparte bijlage bij dit bestand.

Appendix D – Nieuwsmediadagboeken

De twaalf nieuwsmediadagboeken zijn te vinden in een aparte bijlage bij dit bestand.