

**Het informatie- en het audio-effect:
Nieuwsmedia en de punitiviteitskloof in Nederland**

Een experimenteel onderzoek naar in hoeverre er sprake is van een informatie- dan wel audio-effect bij vergelijking van een nieuwsbericht, een achtergrondartikel en een podcast in het kader van de perceptie van mensen ten aanzien van de straf die volgens hen passend zou zijn voor de verdachte in een strafzaak

Naam Student: Renée de Coninck
Studentnummer: 616408

Begeleider: Dr. (Raymond) RA Harder

Master Media Studies - Media & Journalistiek
Erasmus School of History, Culture and Communication
Erasmus University Rotterdam

Master Thesis
Juni 2022

**Het informatie- en het audio-effect:
(Nieuwe) mediaproducties en de punitiviteitskloof in Nederland**

ABSTRACT

“De rechter straft te laag”: in Nederland bestaat er al jaren een verschil in de straf die de rechter oplegt in een strafzaak en de straf die burgers passend achten in die strafzaak. Dit verschil wordt ook wel ‘de punitiviteitskloof’ genoemd. In de literatuur wordt onderzocht welke factoren bijdragen aan het vergroten of het verkleinen van deze punitiviteitskloof. Zo zou het verschil in de hoeveelheid informatie zorgen voor een verkleining van deze kloof wanneer een nieuwsbericht en een strafdossier met elkaar worden vergeleken. Dit wordt in de literatuur ook wel het informatie-effect genoemd. In deze thesis werd het bestaan van deze punitiviteitskloof benaderd vanuit het perspectief van de nieuwsmedia. Er werd gefocust op mogelijke verklaringen voor het bestaan van de punitiviteitskloof door in te gaan op wat maakt dat een gebeurtenis ‘nieuws’ is en wat de effecten zijn van nieuws over misdaad op burgers. Er werd onderzocht of er een verschil bestaat in de straf die mensen passend achten in een strafzaak als zij een tekstuele mediaproductie met relatief weinig of een tekstuele mediaproductie relatief veel informatie lezen. Daarnaast werd onderzocht of er een verschil bestaat in de straf die mensen passend achten in een strafzaak als zij een tekstuele mediaproductie lezen of een auditieve mediaproductie beluisteren. In deze thesis wordt dit ook wel het audio-effect genoemd. Het al dan niet bestaan van dit audio-effect wordt gemeten met behulp van een relatief nieuwe soort mediaproductie, namelijk de podcast. Uit bestaande literatuur blijkt dat podcasts een laagdrempelige mediaproductie is om burgers op grote schaal te informeren over maatschappelijk relevante thema’s. Uit de resultaten blijkt dat er geen verschil is in de straf die mensen passend achten wanneer zij een tekstuele mediaproductie met relatief weinig of relatief veel informatie lezen of wanneer zij een podcast beluisteren. Er is dus binnen het kader van deze drie soorten mediaproducties dan ook niet zoiets als een informatie-effect of een audio-effect dat zou kunnen bijdragen aan het vergroten of verkleinen van de punitiviteitskloof.

SLEUTELWOORDEN: *Media-effecten, Nieuwsmedia, Podcasts, Punitiviteitskloof, Strafrecht*

Aantal woorden: 12.913

Inhoudsopgave

1. Inleiding	4
2. Theoretisch kader	7
2.1 Nieuwsmedia en mediaproducties.....	7
2.1.1 Een veranderend medialandschap: digitalisering en commercialisering.....	7
2.1.2 Wat is nieuws?	9
2.2.3 Nieuws over misdaad	11
2.2 Media-effecten	12
2.2.1 De invloed van digitalisering van nieuwsmedia op de nieuwsconsumptie	12
2.2.2 De invloed van nieuws op de publieke opinie.....	13
2.2.3 De invloed van mediaproducties over misdaad op individuen.....	14
2.2.4 Het informatie-effect	15
2.2.5 Het ‘audio-effect’	17
3. Methode.....	20
3.1 Participanten.....	20
3.2 Onderzoekdesign	22
3.2.1 Podcasts	23
3.2.2 Het true crime genre en true crime podcasts	24
3.3 Stimulusmateriaal.....	25
3.4 Procedure.....	26
3.5 Metingen.....	27
4. Resultaten	29
4.1 Beschrijvende statistieken	29
4.2 Hypothesetoetsing	29
4.2.1 Het informatie-effect	29
4.2.2 De invloed van het opleidingsniveau	30
4.2.3 De hoogte van de straf.....	30
4.2.4 Het audio-effect	31
5. Conclusie en discussie.....	32
Referenties.....	38
Bijlagen	43

1. Introductie

“De criminaliteit stijgt en de rechter straft te laag.” Dit sentiment weerklinkt al jaren onder Nederlanders. Dat Nederlandse burgers vinden dat er over het algemeen te laag wordt gestraft, blijkt ook uit onderzoek (Van der Maden et al., 2017). Toch daalt de criminaliteit feitelijk al sinds het begin van de 21^e eeuw en behoort Nederland tot de strengst-straffende landen van Europa (EenVandaag, 2020). Er bestaat dus een zekere discrepantie tussen de publieke opinie over de straf die de rechter zou moeten opleggen en de straf die de rechter in praktijk daadwerkelijk oplegt (De Keijser et al., 2006). Deze discrepantie wordt ook wel ‘de punitiviteitskloof’ genoemd. Uit verschillende Nederlandse experimenten blijkt dat de punitiviteit van burgers hoger is dan die van rechter, ofwel, burgers zouden, wanneer ze op de stoel van de rechter zouden zitten, een hogere straf opleggen (De Keijser et al., 2006; Van der Maden et al., 2017).

Er is al behoorlijk wat onderzoek gedaan naar hoe het kan dat deze kloof bestaat en of er manieren zijn om de kloof te dichten of te verkleinen (De Keijser & Elffers, 2008; Dekker & Van der Meer, 2007; Van der Maden et al. 2017). Het blijkt dat de hoeveelheid informatie over een strafzaak die de burger heeft, bijdraagt aan het verkleinen van de punitiviteitskloof, maar dat dit niet leidt tot het verdwijnen ervan (De Keijser et al., 2006; Van der Maden et al., 2017). De invloed die informatie heeft op dit verschil wordt het informatie-effect genoemd: als iemand meer informatie heeft over de strafzaak, zal diegene ook meer begrip hebben voor de uitspraak van de rechter. Bovenstaande onderzoeken richten zich op een mengeling van informatie uit een strafdossier en een nieuwsbericht of andersoortige mediaproductie. De vraag staat centraal of ‘leken’, dus mensen zonder een juridische achtergrond, tot een andere straf zouden komen wanneer ze het gehele strafdossier zouden lezen, in plaats van wanneer ze een kort nieuwsbericht over een strafzaak lezen.

In dit onderzoek wordt het fenomeen van de punitiviteitskloof in het geheel benaderd vanuit het perspectief van de media, specifiek nieuwsmedia. De meeste mensen vergaren informatie over criminaliteit en strafzaken via (nieuws)media en lezen er gewoonlijk geen strafdossier op na (Malsch & Nijboer, 2005). Het is daarom niet onlogisch om dieper in het Nederlandse medialandschap te duiken en na te gaan of en op welke manier verschillende mediaproducties zich verhouden tot het bestaan en het laten verdwijnen van de punitiviteitskloof (Lembrechts, 2007).

Ten eerste wordt onderzocht of het in de literatuur aangetoonde informatie-effect ook bestaat wanneer het effect van twee mediaproducties met elkaar worden vergeleken. Heeft de

hoeveelheid informatie ook effect op de mening van burgers over welke straf passend is in een strafzaak als de informatie afkomstig is uit een mediaproductie in plaats van een strafdossier?

Ten tweede wordt de aandacht gefocust op een nieuwe, relatief weinig onderzochte factor die wellicht invloed kan hebben op het bestaan van de punitiviteitskloof, namelijk het verschil in informatieverwerking bij tekstuele informatie in vergelijking tot auditieve informatie. Uit de literatuur blijkt immers dat visuele- en auditieve informatie op een andere manier wordt ontvangen en verwerkt bij mensen dan tekstuele informatie. Wanneer informatie wordt verkregen via een video- of audio-opname, zouden mensen meer emotionele opwinding ervaren dan wanneer de informatie wordt gelezen (Mutz, 2015; Reeves & Nass, 1996). In dit thesis wordt dit mogelijke ‘audio-effect’ onderzocht met gebruikmaking van een relatief nieuw soort mediaproductie, namelijk de podcast. Podcasts zijn de afgelopen jaren enorm in populariteit gestegen. Ook podcasts over strafzaken en criminaliteit, ofwel misdaadpodcasts, worden alsmaar populairder (Brouwers & Den Hartog, 2019). Misdraadpodcasts dienen niet alleen ter vermaak, het doel van de makers is tevens om de luisteraar te informeren en iets bij te leren. De maatschappelijke impact van misdaadpodcasts is in de Verenigde Staten zelfs dermate groot, dat het voorkomt dat in strafzaken naar een misdaadpodcast wordt verwezen (Boling, 2019).

Bovenstaande biedt aanleiding om te onderzoeken of er, vanuit het perspectief van de effecten die mediaproducties kunnen hebben, sprake is van een informatie- dan wel een audio-effect ten aanzien van het bestaan van de punitiviteitskloof en zo ja, wat voor effect dat dan is. Dit heeft geleid tot de volgende onderzoeksvragen:

RQ1: In hoeverre heeft de hoeveelheid informatie in een mediaproductie invloed op de perceptie van mensen ten aanzien van de straf die zij passend achten voor de verdachte in een strafzaak?

RQ2: In hoeverre heeft het luisteren naar een auditieve mediaproductie invloed op de perceptie van mensen ten aanzien van de straf die zij passend achten voor de verdachte in een strafzaak, ten opzichte van het lezen van een tekstuele mediaproductie?

Het al dan niet bestaan van het informatie-effect wordt gemeten door het effect van een mediaproductie met relatief weinig informatie, namelijk een nieuwsbericht, te vergelijken met het effect van een mediaproductie met relatief veel informatie, namelijk een achtergrondartikel. Het al dan niet bestaan van het audio-effect wordt gemeten door het effect van een tekstuele mediaproductie, namelijk een achtergrondartikel, te vergelijken met het effect van een auditieve mediaproductie, namelijk een podcast. Met ‘het effect’ wordt bedoeld

op het eventuele verschil in perceptie van mensen over welke straf zij passend achten voor de verdachte in de strafzaak die in de mediaproductie centraal staat.

Er is nog relatief weinig vergelijkend onderzoek gedaan naar het effect van verschillende soorten mediaproducties op burgers. Het informatie-effect in het kader van de punitiviteitskloof is meerdere keren onderzocht en ook aangetoond. Echter, in deze onderzoeken is een strafdossier vergeleken met een nieuwsbericht (De Keijser et al., 2006; Van der Maden et al., 2017). Dit onderzoek biedt een nieuwe kijk op deze bestaande onderzoeken, nu het informatie-effect in het geheel wordt benaderd vanuit een mediaperspectief.

Voor het tweede deel van deze thesis, namelijk de vraag of er in het kader van de punitiviteitskloof sprake is van een ‘audio-effect’, is de focus op podcasts vernieuwend. Er is nog weinig bekend over podcasts en de invloed die zij in het vernieuwde, digitale medialandschap hebben. In hoeverre komt het informerende aspect dat podcastmakers voor ogen hebben tot uiting in de praktijk? Het is niet voor niets dat Boling (2019) in haar onderzoek pleit voor een uitgebreid onderzoek naar de effecten op het publiek van podcasts om na te gaan in hoeverre misdaadpodcasts entertainend dan wel informierend zijn. Er is nog geen concreet onderzoek waarbij wordt gefocust op podcasts en op de effecten ervan in het kader van een maatschappelijk relevant onderwerp, zoals het bestaan van een punitiviteitskloof.

Dit maakt dit onderzoek ook maatschappelijk relevant, nu het raakvlakken heeft met een maatschappelijk probleem, namelijk het bestaan van een punitiviteitskloof in Nederland. Het bestaan van deze punitiviteitskloof is niet wenselijk. Dit zorgt namelijk voor maatschappelijke onvrede: in het meest extreme geval leidt een punitiviteitskloof ertoe dat burgers weigeren rechterlijke beslissingen te accepteren (Van der Maden et al., 2017). De media dragen in grote mate bijdragen aan de informatievoorziening van maatschappelijk relevante gebeurtenissen, zoals misdaden en strafzaken (McCombs & Valenzuela 2021). Het loont dus om te onderzoeken op welke manier verschillende mediaproducties in dit kader invloed kunnen hebben op de mening van burgers.

De onderzoeksvraag wordt beantwoord met behulp van een experiment waarbij drie mediaproducties centraal staan. Hierbij wordt gefocust op het verschil in invloed van deze mediaproducties op de mening van mensen over de straf die zij passend achten voor de verdachte in die strafzaak. Het experiment wordt uitgevoerd met behulp van een vragenlijst. Deze participanten lezen of beluisteren één van de drie mogelijke condities en beantwoorden hier vragen over.

2. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk worden theoretische concepten die in het onderzoek centraal staan besproken aan de hand van literatuur. Het hoofdstuk kan worden opgedeeld in twee delen: het eerste deel gaat over het medialandschap en de totstandkoming van nieuws en het tweede deel dat gaat over de effecten die nieuws en andersoortige mediaproducties hebben op het publiek. Dit wordt ook wel aangeduid als media-effecten (Potter, 2012).

Met dit literatuuroverzicht wordt allereerst onderbouwd hoe het medialandschap de afgelopen decennia is veranderd door de digitalisering van de maatschappij en commercialisering van de media. Op die manier kan worden geïllustreerd aan welke invloeden de totstandkoming van nieuws onderhevig is. Daarbij wordt specifiek gefocust op nieuws over misdaad en wordt uitgelegd hoe dit soort nieuws tot stand komt.

Op basis van deze informatie kan in het tweede gedeelte worden uitgelegd hoe dit bijdraagt aan het ontstaan van de punitiviteitskloof. Ook wordt gefocust op de effecten die nieuws hebben op de nieuwsconsument. Hierbij wordt onderbouwd dat mediaproducties in grote mate bijdragen aan de vorming van de publieke opinie. Er wordt uitgelegd dat de hoeveelheid informatie invloed heeft op de mening die een persoon heeft ten aanzien van welke straf passend zou zijn voor een verdachte in een strafzaak.

Daarnaast wordt ingegaan op hoe de manier waarop informatie wordt vergaard, via audio of tekst, invloed heeft op de manier waarop deze informatie wordt geïnterpreteerd. Er wordt onderbouwd dat dit verschil van invloed kan zijn op de eerdergenoemde punitiviteitskloof.

2.1 Nieuwsmedia en mediaproducties

2.1.1 Een veranderend medialandschap: digitalisering en commercialisering

In deze paragraaf wordt een tweetal veranderingen van het medialandschap besproken: digitalisering en commercialisering. Deze veranderingen hebben eraan bijgedragen dat de er ruimte kwam op het toneel voor de podcast, waarover in de methodesectie verder wordt uitgeweid.

De afgelopen jaren is het medialandschap aan veranderingen onderhevig geweest door de digitalisering van de maatschappij. Deze digitalisering zorgde ervoor dat veel wat voorheen op papier ofwel analoog, nu digitaal wordt verspreid. Dit betekent dat nieuws niet meer eens per dag wordt gebracht in de krant of tijdens het journaal, maar dat het met de minuut wordt aangevuld en verspreid op digitale media (Currah, 2009). Dit maakt het voor de consument makkelijker om nieuws te consumeren, simpelweg omdat nieuws overal is en

ieder moment van de dag te verkrijgen is. Vanuit het perspectief van de media betekent dit dat meer nieuws kan worden geproduceerd en kan worden overgebracht aan het publiek. Vanuit het perspectief van de burger betekent dit dat deze beter op de hoogte kan worden gehouden van nieuws van over de hele wereld of uit de regio, omdat de drempel om nieuws te consumeren lager is geworden (Barthell, 2020).

Daarnaast zorgt de digitalisering ervoor dat er nieuwe soorten media opkomen. Denk hierbij aan sociale media. Dit maakt dat de doorsnee burger veel meer mogelijkheden krijgt ten aanzien van het verspreiden van al dan niet relevante informatie. Dit heeft logischerwijs tot gevolg dat iedereen nieuws kan produceren en kan verspreiden (Hjarvard, 2018). De deelbaarheid van bepaalde nieuwsverhalen is enorm groot geworden, simpelweg omdat mensen beter in staat zijn om nieuws dan wel informatie te delen via sociale media (Harcup & O'Neill, 2016). Burgers staan dus meer met elkaar in contact en houden elkaar dus beter op de hoogte van feitelijkheden die zich in hun omgeving voordoen.

Ook de ontzuiling van de nieuwsmedia in Nederland van eind vorige eeuw heeft invloed gehad op nieuwsmedia. Ontzuiling betekent kortweg dat media niet meer een bepaalde geloofsovertuiging representeerden (Hallin & Mancini, 2004). Nieuwsmedia commercialiseerden ten gevolge hiervan en dit betekende dat ze met elkaar gingen concurreren. Door deze commercialisering kwam er meer aandacht voor wat het publiek daadwerkelijk graag zou willen lezen. Er moest immers geld worden verdiend en dit is alleen mogelijk wanneer een nieuwsmedium genoeg publiek zou trekken (Harcup & O'Neill, 2016).

Allern (2002) kwam tot de conclusie dat door de commercialisering van nieuwsmedia verhalen de grootste kans hebben om gepubliceerd te worden wanneer het een sensationeel verhaal is, weinig kost en in korte tijd gemaakt kan worden. Commerciële nieuwsverhalen moeten vooral passen bij de verwachte aantrekkingskracht die het bij het publiek zal hebben. De nieuwswaardigheid en het belang van het verhaal speelt een mindere rol (Harcup & O'Neill, 2016). Dit geldt vooral bij online nieuws, onderbouwen Harcup & O'Neill (2016). Zo blijkt ook uit een onderzoek van Welbers et al. (2015) dat de nieuwsselectie van de redactie van een online-nieuwsmedium afhankelijk was van op welke artikelen het publiek het meeste klikten. Deze conclusie werd ook ondersteund door een Amerikaans onderzoek (Vu, 2014).

De nieuwswaardigheid van een verhaal is de afgelopen jaren dus meer onder invloed komen te staan van wat het publiek graag wil zien. Dit is ook terug te zien in de set van nieuwswaarden die Harcup & O'Neill presenteren in 2016. In plaats van dat deze waarden afhangen van het maatschappelijk belang, speelt ook de voorkeur van het publiek een grote

rol in deze nieuwswaarden. Denk hierbij aan nieuwswaarden als betrokkenheid van bekende personen, slecht nieuws en *magnitude*.

Concluderend is het medialandschap de laatste decennia sterk veranderd. Zo wordt nieuws door digitalisering makkelijker verspreid. Burgers krijgen meer nieuws tot zich. Daarnaast kunnen burgers het nieuws en andere informatie ook makkelijker verspreiden via sociale media. Tot slot heeft de commercialisering van de media tot gevolg gehad dat er niet alleen meer een maatschappelijk belang wordt gediend bij het maken van nieuwsverhalen, maar ook een commercieel belang. In de volgende paragrafen wordt dieper op het begrip ‘nieuws’ en ‘nieuwswaarden’ ingegaan en wordt de populariteit van nieuws over misdaad verklaard aan de hand van deze nieuwswaarden.

2.1.2 Wat is nieuws?

“News is the very essence of journalism: its heartbeat”, aldus Harcup (2020, p. 1). Een vrije stroom van nieuws is volgens hem essentieel in een maatschappij, vooral in een democratie. Nieuws is niet iets dat bestaat, maar iets dat moet gemaakt worden, en dit is geen eenvoudig uit te leggen proces (Harcup, 2020). Hoe bepaalde feiten of evenementen worden geselecteerd en verwerkt tot daadwerkelijk ‘nieuws’ is daarom een populair onderwerp voor wetenschappelijk onderzoek. In deze onderzoeken staat centraal wat media belangrijk vinden bij het selecteren van nieuws (Harcup, 2020). Wat haalt het wel als nieuws en wat niet? De manier waarop nieuws tot stand komt is van belang voor dit onderzoek omdat deze informatie in de volgende paragrafen over media-effecten van belang is.

Galtung en Ruge (1965) kwamen met twaalf factoren die volgens hen zouden bijdragen aan of iets door media wordt bestempeld als een nieuwswaardig verhaal en dus publicatiewaardig is. Zo zou bijvoorbeeld iets dat over een korte tijdsspanne plaatsvindt een grotere kans hebben om te worden gezien als ‘nieuws’ voor een bepaald medium dan gebeurtenissen die gedurende een langere tijd plaatsvinden. Deze zogeheten nieuwswaarden zijn sindsdien vaak opnieuw gewaardeerd door tal van onderzoekers (Harcup, 2020). Door veranderingen in het medialandschap zoals in de vorige paragraaf beschreven, stonden nieuwswaarden ook vaak ter discussie in de literatuur.

De meest recente en tevens vaak aangehaalde set nieuwswaarden is van Harcup en O’Neill (2016). Zij stellen dat, wil er sprake zijn van ‘nieuws’, minstens één van de door hen geformuleerde nieuwswaarden aanwezig moet zijn. Deze nieuwswaarden zijn volgens hen exclusiviteit, slecht nieuws, conflict, verrassing, audiovisuele elementen, deelbaarheid,

vermaak, drama, follow-up, *power elite*, relevantie, magnitude, beroemdheden, goed nieuws en tot slot de agenda van het nieuwsmedium.

Deze laatste refereert aan het feit dat nieuwsmedia een impliciete dan wel expliciete agenda kunnen hebben, afhankelijk van een bepaalde ideologie of beoogd publiek van het medium (Harcup & O'Neill, 2016). Dit wordt ook wel agendasetting genoemd. Dit houdt dus in dat bepaalde verhalen wellicht niet gepubliceerd worden, omdat het niet past bij de agenda van het medium (Harcup, 2020). Het gaat volgens Moy et al. (2016) bij agendasetting om het vermogen van media om te weten wat hun publiek belangrijk vindt, om daar vervolgens met het maken van nieuwsverhalen op in te spelen. De media kunnen dus in die zin tot een bepaalde hoogte bepalen wat de relevante onderwerpen zijn die spelen in de maatschappij, door ze met mediaproducties op de kaart te zetten. Doordat inmiddels nieuwsmedia veelal gecommmercialiseerd zijn, zal de agenda van een nieuwsmedium dan ook in grote mate samenhangen met hetgeen waar de nieuwsconsument interesse in heeft (Harcup & O'Neill, 2016). Nieuwsmedia kiezen dan ook steeds vaker voor het publiceren van extreme verhalen met prikkelende titels als *clickbait*, ofwel een lokker om de nieuwsconsument het artikel te laten lezen (Kvalheim & Barland, 2019).

Inmiddels is in de literatuur ook het begrip *second-level agendasetting* opgekomen, wat inhoudt dat media niet alleen een invloed hebben op wat er op de publieke agenda staat, maar ook hoe het publiek over een bepaald fenomeen denkt (Moy et al, 2016).

De selectie van feiten om deze uiteindelijk tot nieuws te maken is, zoals hierboven beschreven, is onderhevig aan meerdere factoren. Dit geldt ook voor de manier waarop een verhaal verteld wordt. Hoe een bepaald nieuwsverhaal wordt verteld, is namelijk niet honderd procent feitelijk, onderbouwt Harcup (2020). Ondanks dat het wel om feiten gaat die worden beschreven, speelt de manier waarop een journalist een verhaal van deze feiten maakt een significante rol bij hoe het nieuwsverhaal tot stand komt (Harcup, 2020; Hoxha & Hanitzsch, 2017). Het gaat dan om welke feiten worden gebruikt en op welke manier deze worden weergegeven. Bij het vormgeven van een bepaald verhaal kan de nadruk liggen op wat het beste past bij het medium en bij het publiek dat het medium voorziet van nieuws. Hierbij spelen de zogeheten *hierarchy of influences* een rol (Reese & Shoemaker, 2016). Hierbij gaat het om de ideologische en sociologische invloeden, invloeden van buitenaf zoals economische invloeden, invloeden vanuit het medium, routines die gelden binnen het medium zoals journalistieke normen en waarden en tot slot de invloed van de journalist zelf.

Zo gaan ook De Keijser et al. (2006) in op hoe de toon en de aard van een nieuwsbericht per medium kan verschillen. Dit kan weer invloed hebben op welk effect een

nieuwsproductie heeft op het publiek. Bij een onderzoek naar het bestaan van de punitiviteitskloof dienen volgens hen dan ook dergelijke implicaties mee te worden genomen wanneer mediaproducties met elkaar worden vergeleken.

2.1.3 Nieuws over misdaad

In deze paragraaf wordt gefocust op hoe nieuws over misdaad past binnen het hierboven geschetste kader van hoe nieuws tot stand komt, om op die manier te kunnen onderbouwen welk nieuws over misdaad het publiek bereikt. Het gaat dus om een specificering van de vorige paragraaf, gefocust op nieuws over misdaad. De reden hiervoor is omdat bij dit onderzoek nieuws over misdaad centraal staat.

Het blijkt dat verhalen over misdaad goed scoren bij het publiek. Dit heeft als gevolg dat hier door de media extra aandacht aan wordt besteed (Van der Maden et al, 2017; Kvalheim & Barland, 2019; Lembrechts, 2007). Dit houdt verband met de eerdergenoemde commercialisering van nieuwsmedia, maar een verklaring is ook te vinden in de traditionelere nieuwswaarden waar eerder aandacht aan werd besteed (Allern, 2002; Harcup & O'Neill, 2016). Denk hierbij aan de nieuwswaarde *Bad News*. Uit onderzoek is gebleken dat nieuws eerder wordt gepubliceerd wanneer het 'slecht' nieuws is. Een gepleegd strafbaar feit valt onder deze categorie (Harcup & O'Neill, 2016).

Het is praktisch onmogelijk om alle strafzaken of misdaden die in Nederland plaatsvinden uit te lichten in de media. De zaken of misdaden die het wel halen tot daadwerkelijk nieuws, bezitten daarom vaak een aantal eigenschappen. Zo krijgt een strafzaak of delict meer aandacht als het een sensationeel geval is. Denk hierbij aan een verwijtbare fout in het strafproces van justitie of een schokkende misdaad die gepleegd is, zoals moord of mishandeling (Lembrechts, 2007; Van der Maden et al, 2017).

Daarnaast krijgen misdaden waarbij een zogeheten 'ideaal slachtoffer' bij betrokken is meer aandacht in de media (Greer, 2007). Dit ideale slachtoffer is volgens Greer iemand die de meest complete en legitieme status van een slachtoffer heeft. Dit zijn mensen die door de maatschappij worden gezien als zwak, weerloos en onschuldig. Denk hierbij aan (oudere) vrouwen en kinderen. De gedachte is dat de schok vanuit de maatschappij bij dit soort misdaden groter is. Jonge mannen, daklozen en drugsverslaafden zijn geen ideaal slachtoffer. Misdaden waarbij deze groepen mensen betrokken zijn, krijgen daarom vaak veel minder aandacht in de media (Carrabine et al. 2004).

Bovenstaande fenomenen worden door de commercialisering en digitalisering van de media uitvergroot. Doordat nieuws gemakkelijk altijd overal is, krijgt de gemiddelde burger

ook veel meer nieuws tot zich. Ook nieuws over criminaliteit wordt op die manier meer verspreid. Het zijn juist de opmerkelijke zaken die de nieuwsmedia halen. Dit zorgt voor de perceptie bij mensen dat dit soort zaken steeds vaker voorkomen, terwijl deze zaken juist aandacht krijgen omdat ze zeldzaam zijn (Lembrechts, 2019).

Nieuws over misdaad of rechtszaken bevat dus veel elementen waardoor een dergelijk verhaal grote kans heeft om gepubliceerd te worden. Deze paragraaf heeft in een notendop een beeld gegeven van de manier waarop nieuws tot stand komt en welke invloeden hierbij een rol spelen. Deze invloeden spelen ook een belangrijke rol bij het ontstaan van de punitiviteitskloof in Nederland. Met deze informatie kan de volgende paragraaf, welke gaat over media-effecten, in het juiste perspectief worden gezien.

2.2 Media-effecten

2.2.1 De invloed van digitalisering van nieuwsmedia op de nieuwsconsumptie

Zoals in de vorige paragraaf onderbouwd, hebben mensen met de digitalisering van nieuwsmedia in grotere mate nieuws tot hun beschikking. Het is voor de gemiddelde burger makkelijker dan ooit tevoren om nieuws te consumeren. Dit betekent dat het praktisch niet mogelijk is voor de nieuwsconsument om al het nieuws dat beschikbaar is, ook daadwerkelijk te consumeren. De nieuwsconsument is in dit kader gebonden aan de agenda van de nieuwsmedia (Moy et al., 2016).

De enorme hoeveelheid nieuws kan ook negatief effect hebben op de nieuwsconsumptie. Zo blijkt uit een onderzoek van Park dat de *news overload* op bijvoorbeeld sociale media waar burgers sinds de digitalisering van nieuwsmedia mee te maken krijgen, zorgt voor een daling van 'nieuwsefficiëntie' (2019). Dit betekent dat mensen meer nieuws gaan vermijden. Karlsen et al. (2020) voerden een longitudinaal onderzoek uit naar nieuwsvermijding tussen 1997 en 2016. Ook zij vonden een toename in nieuwsvermijding, als was deze toename volgens hen klein.

Skovsgaard en Andersen erkennen dat nieuwsvermijding een steeds groter probleem aan het worden is (2019). Belangrijke redenen daarvoor is overheersende negativiteit, wantrouwen in de journalistiek en ook de eerdergenoemde news overload die mensen ervaren. De onderzoekers dragen een aantal mogelijke oplossingen aan die zouden kunnen bijdragen aan het verminderen van nieuwsvermijding. Voor nieuwsvermijding die een ervaring van news overload als oorzaak heeft, wordt een focus op 'journalistiek in context' oftewel, *slow journalism* geopperd. Dit soort journalistiek wil zich onderscheiden van het *junk news* dat beschikbaar is en in plaats daarvan zich focussen op het faciliteren van diepgaande, langere

journalistieke producties (Le Masurier, 2014). Deze groep mensen heeft dus de voorkeur voor een kleinere hoeveelheid verhalen met daarin meer informatie. Ondanks dat nieuwsconsumenten de laatste jaren steeds meer nieuws ter beschikking hebben gekregen, is er nog steeds draagvlak voor nieuwsverhalen die relatief veel informatie bevatten.

2.2.2 De invloed van nieuws op de publieke opinie

In deze paragraaf wordt ingegaan op hoe de keuzes van media in het selecteren van nieuwswaardige verhalen invloed hebben op de consument van deze nieuwsverhalen. Dit worden ook wel media-effecten genoemd (Potter, 2012).

Allereerst wordt ingegaan op de relatie tussen de media en de publieke opinie. Het begrip ‘publieke opinie’ is veelzijdig en daarom moeilijk te definiëren. Aan de ene kant gaat het immers om de mening die het publiek heeft, maar aan de andere kant zijn dit altijd meningen die losse individuen hebben en die komen nooit honderd procent met elkaar overeen. Het is dus in de praktijk nooit het geval dat een hele maatschappij dezelfde mening heeft, maar toch wordt er gesproken van een publieke opinie (McCombs et al., 2011). Het gaat in dit kader dus niet om een complete consensus over een bepaald onderwerp, maar om het bestaan van een meerderheid met een bepaalde, overkoepelende mening (McCombs et al., 2011).

De publieke opinie staat onder invloed van veel complexe en aan verandering onderhevige processen (McCombs et al., 2011). De publieke opinie komt tot stand door communicatie tussen personen, zowel maatschappijbreed als één op één communicatie. Deze maatschappijbrede communicatie kan worden gefaciliteerd door nieuwsmedia (McCombs et al., 2011).

Dagelijks nieuws dat via media wordt verspreid, heeft invloed op het vormen van de publieke opinie over maatschappelijke kwesties, zo blijkt (McCombs et al, 2011). Hoe groot deze invloed precies zou zijn, werd in de literatuur veel bediscussieerd. Sociologen waren van mening dat de publieke opinie zelfs helemaal niet onder invloed van nieuwsmedia wordt gevormd (Gene Zucker, 1978). Toch lijkt er, vooral met de opkomst van digitale media, een steeds grotere consensus te ontstaan dat nieuwsmedia wel degelijk in grote mate bijdragen aan het vormen van de publieke opinie in een maatschappij. Kepplinger (2008) onderbouwt dat nieuwsmedia een relatief grote invloed hebben op in hoeverre een maatschappij een onderwerp of probleem relevant acht en hoeveel draagvlak er is om dat probleem op te lossen. Ook Moy et al. (2016) onderbouwen dat, hoewel er in de jaren zeventig tot negentig van de vorige eeuw nog veel discussie was over of media bijdragen aan de vorming een mening over

maatschappelijke kwesties, er nu inmiddels consensus is ontstaan dat dit wel degelijk in grote mate het geval is. In het onderzoek van Kosho (2016) wordt geconstateerd dat het ‘algemeen aanvaard’ is dat de media een grote invloed op de publieke opinie hebben. Ook McCombs en Valenzuela (2021) benadrukken in het voorwoord van hun onderzoek dat het inmiddels algemeen bekend is dat media in grote mate de publieke opinie beïnvloeden. Op basis van het bovenstaande kan dan ook worden geconcludeerd dat er in de literatuur inmiddels overeenstemming bestaat over het feit dat media in grote mate invloed hebben op de publieke opinie.

2.2.3 De invloed van mediaproducties over misdaad op individuen

Waar in de vorige paragraaf de nadruk lag op de effecten van de media op de publieke opinie, wordt in deze paragraaf ingegaan op de effecten die bepaalde nieuwsproducties kunnen hebben op individuen. Omdat het onderzoek ziet op mediaproducties over misdaad en het strafrecht, wordt er slechts gefocust op mediaproducties over dit onderwerp.

Op basis van de vorige paragrafen kan worden geconcludeerd dat nieuwsverhalen de publieke opinie beïnvloeden. In het verlengde hiervan hebben producties die worden gemaakt door nieuwsmedia dus invloed op de mening die mensen hebben over bepaalde kwesties. Er zijn in dat kader verschillende oorzaken te vinden in de literatuur voor het feit dat mediaproducties de perceptie van mensen over misdaad en criminaliteit beïnvloeden.

Ook het bestaan van de zogeheten punitiviteitskloof kan in grote mate worden verklaard vanuit het perspectief van de media. Met het begrip ‘punitiviteitskloof’ wordt bedoeld op het fenomeen dat er een verschil bestaat tussen de straf die de rechter oplegt in een strafzaak en de straf die burgers passend vinden in diezelfde zaak. Deze zogeheten kloof is niet alleen in Nederland aanwezig, ook in diverse andere westerse landen heerst het sentiment dat de rechter te laag straft (De Keijser et al., 2006). Het bestaan van deze kloof kan problematisch zijn. Het kan leiden tot onvrede in de maatschappij en rechterlijke beslissingen worden minder makkelijk geaccepteerd (De Keijser, et al., 2007; Roberts & Hough, 2002). Het bestaan van een punitiviteitskloof is dus onwenselijk (De Keijser & Elffers, 2008).

Op basis van de literatuur kan de punitiviteitskloof op meerdere manieren vanuit het perspectief van de media worden verklaard. De eerste manier is te vinden in de digitalisering van media. Dit heeft ervoor gezorgd dat de Nederlandse burger eindeloos geïnformeerd kan worden over criminaliteit. Doordat nieuws gemakkelijk toegankelijk is, krijgt de gemiddelde burger ook veel meer nieuws tot zich. Het zijn echter in dit kader juist de opmerkelijke zaken die de nieuwsmedia halen en bij de burger terecht komen, en niet de zaken die dagelijks de

revue passeren. Dit sluit aan op de eerdergenoemde nieuwswaarden en past daarnaast bij de ontwikkelingen ten gevolge van de commercialisering van de nieuwsmedia de afgelopen decennia: doordat er door meer ruimte is gekomen voor nieuws waar mensen behoefte aan hebben, is er ruimte voor nieuws over extreme en ongebruikelijke strafzaken of misdaden om op die manier de aandacht van de burger te trekken (Lembrechts, 2007). Dit zorgt, zoals eerder benoemd, voor de perceptie bij mensen dat dit soort ‘mediazaken’ steeds vaker voorkomen, terwijl deze zaken juist aandacht krijgen omdat ze zeldzaam zijn. Het blijkt dat deze ontwikkelingen voor een toename van het onveiligheidsgevoel onder burgers zorgen. Lembrechts (2007) noemt dit ook wel het ‘onveiligheidsgevoel als media-effect’: mensen voelen zich onveiliger doordat zij meer informatie krijgen over misdaden die gepleegd worden, terwijl dit aantal in feitelijke zin niet stijgt. Doordat er veel meer informatie over misdaad en rechtszaken bij de burger komt, heerst er dus een idee dat de criminaliteit in Nederland stijgt. Hierdoor is een sentiment ontstaan bij burgers dat er hoger moet worden gestraft (De Keijser et al., 2006; Lembrechts, 2007).

2.2.4 Het informatie-effect

Naast het bestaan van een misconceptie over een stijging van criminaliteit, heeft de hoeveelheid informatie die een persoon heeft over een strafbaar feit over een strafzaak ook invloed op de mening die die persoon heeft over de straf die passend zou zijn voor de verdachte in de zaak. Dit blijkt onder meer uit onderzoek van Van der Maden et al. (2017) en De Keijser et al. (2006). Bij informatie over een strafzaak moet worden gedacht aan details over de verdachte, over het gepleegde feit en andere relevante feiten waar een oordeel op kan worden gebaseerd.

De invloed die de hoeveelheid informatie in dit kader heeft, wordt ook wel het informatie-effect genoemd. Hoe meer informatie, hoe meer begrip mensen hebben voor het strafrechtelijk systeem en de hoogte van de straffen die worden opgelegd, zo blijkt (Dekker & Van der Meer, 2007; Van der Maden et al., 2017).

In het onderzoek van Van der Maden et al. (2017) kregen twee groepen een stuk te lezen over een strafzaak. De ene groep kreeg een nieuwsbericht en de andere groep een strafdossier over dezelfde strafzaak. De mensen die een dossier te lezen kregen, gaven een straf die dichter lag bij de straf die de rechter had opgelegd dan mensen die het nieuwsbericht lazen.

Mensen die lager opgeleid zijn, achten een hogere straf passend in een strafzaak dan hoger opgeleiden. Het opleidingsniveau is ook van invloed op dit informatie-effect: Uit het onderzoek van Van der Maden et al. (2017) blijkt dat wanneer wordt gemeten wat de invloed van de hoeveelheid informatie die iemand heeft over de strafzaak, het verschil tussen de straf die een persoon passend acht bij relatief weinig informatie en bij relatief veel informatie groter is bij laagopgeleiden.

Uit onderzoek van De Keijers et al. blijkt dat dit informatie-effect ook afhangt van het soort zaak (2006). Zo zou het verschil tussen verschillende hoeveelheden informatie groter zijn bij een zware mishandeling dan bij een eenvoudige mishandeling. Het verschil was het grootst bij een zaak over een woninginbraak.

Concluderend blijkt uit de literatuur dat de hoeveelheid informatie die een persoon over een strafzaak heeft, invloed heeft op welke straf die persoon passend acht voor de verdachte in die strafzaak. Het gaat in dat kader om relatief weinig informatie uit een nieuwsbericht en relatief veel informatie uit een strafzaak.

Bovenstaande leidt tot de volgende hypothesen.

H1: Mensen die hun oordeel baseren op een mediaproductie met relatief weinig informatie over een strafzaak, achten gemiddeld een hogere straf passend voor de verdachte dan mensen die hun oordeel baseren op een mediaproductie met relatief veel informatie over die strafzaak.

H2: Het verschil tussen de straf die wordt gegeven door de mensen die een mediaproductie hebben gelezen met relatief weinig informatie en een mediaproductie met relatief veel informatie wordt beïnvloed door het opleidingsniveau.

De Keijser en Elffers (2008) onderbouwen dat het vaststellen van de punitiviteitskloof in wetenschappelijk onderzoek vaak beïnvloed wordt door een zogeheten 'meetartefact'. Zij onderbouwen dat, wanneer de taak van een 'leek', ofwel de persoon zonder juridische achtergrond, meer lijkt op die van de rechter door hem of haar meer en gedetailleerde informatie over een strafzaak te verschaffen, het oordeel meer lijkt op dat van de rechter. Maar De Keijser en Elffers (2008) benadrukken dat het verschaffen van meer informatie de punitiviteitskloof niet in het geheel oplost. Het blijkt dat, ook al beschikken de leek en de rechter over dezelfde informatie, de leek alsnog een hogere straf zou opleggen (De Keijser & Elffers, 2008). Het is dus niet zo dat, hoe meer informatie een leek krijgt, hoe lager de straf wordt. Uiteindelijk blijft de gemiddelde straf die door hen wordt opgelegd steken op een waarde die alsnog hoger is dan dat de rechter in die zaak had opgelegd. De punitiviteitskloof wordt met het verschaffen van extra informatie dus niet 'gedicht'. Dit heeft volgens de

onderzoekers een aantal oorzaken. Ten eerste ziet de leek de verdachte niet in de rechtszaal en ten tweede weet de leek in dit geval bij het opleggen van de straf dat dit geen consequenties heeft voor daadwerkelijke betrokkenen, het is immers een experiment. Tot slot heeft dit meetartefact er volgens rechters er ook in grote mate mee te maken dat leken niet beschikken over een ‘referentiekader’. Oftewel: zij kunnen de desbetreffende strafzaak niet vergelijken met andere, om op basis daarvan een oordeel te vellen. Concluderend zou het bovenstaande dus voor dit onderzoek betekenen dat kennis over het strafrecht meeweegt in het bestaan van een informatie-effect bij de punitiviteitskloof en dat de leek, wanneer hij of zij alle informatie heeft die de rechter ook heeft, alsnog een hogere straf passend zou vinden dan dat de rechter in die zaak heeft opgelegd (De Keijser & Elffers, 2008). Bovenstaande leidt tot de volgende hypothese.

H3: Mensen geven gemiddeld een hogere straf aan de verdachte dan dat de rechter in de zaak had opgelegd.

2.2.5 Het ‘audio-effect’

Uit de literatuur blijkt dat, ongeacht hoeveel informatie een leek heeft, dat de gemiddelde straf altijd hoger zal liggen dan de straf die de rechter oplegt. Het verschaffen van meer informatie aan leken zorgt er dus niet voor dat de punitiviteitskloof verdwijnt. Het referentiekader dat rechters wel hebben, ontbreekt bij leken (De Keijser & Elffers, 2008). Het is praktisch niet haalbaar dat leken hetzelfde referentiekader zouden hebben als rechters. Dit zou betekenen dat bijvoorbeeld iedereen zou moeten worden opgeleid tot jurist. Het behoeft geen verdere uitleg dat dit niet wenselijk dan wel haalbaar is. Wel kan er aandacht worden besteed aan het verschaffen van het juiste soort informatie aan de nieuwsconsumenten, passend bij de persoonlijke behoefte, zodat er meer begrip komt voor het huidige strafrechtelijke klimaat en de overwegingen van de rechter die leiden tot een bepaalde straf. Het is in het maatschappelijk belang om mensen op meerdere manieren informatie te verschaffen en op die manier de handvatten te bieden om een mening te vormen op basis van de juiste hoeveelheid informatie. Zoals eerder genoemd draagt dit bij aan het dichten van de punitiviteitskloof, ofwel het vergroten van het rechterlijk vertrouwen (Van der Maden et al., 2017). Uit de literatuur blijkt dat er een significant verschil is in hoe informatie wordt verwerkt bij het lezen van een tekst in vergelijking met het kijken van een documentaire of het luisteren van een audio-opname. Vanwege de beperkte omvang van dit onderzoek wordt er slechts gefocust op het effect van audio en tekst, en niet op video.

De manier waarop informatie aan het publiek wordt overgebracht, heeft dus invloed op hoe deze informatie wordt verwerkt. Verschillende onderzoeken suggereren bijvoorbeeld dat de manier waarop een medium een bepaalde boodschap verspreidt, ook invloed heeft op hoe deze boodschap wordt geïnterpreteerd (Grewal et al., 2021). De zogeheten ‘media-rijkheid’ van een medium, ofwel hoeveel verschillende zintuigen worden geprikkeld, heeft invloed op hoe een bericht wordt ontvangen en onthouden door het publiek. Zo zou visuele dan wel auditieve informatie voor meer emotionele opwindning zorgt dan wanneer de informatie wordt gelezen. Dit betekent dat het luisteren van een audio-opname voor meer emotionele opwindning zorgt dan wanneer de tekst uit deze opname zou worden gelezen (Grewal et al., 2021). Dit effect zou sterker aanwezig zijn bij visuele informatie dan bij auditieve informatie, de mate van emotionele opwindning is bij visuele informatievergarig dus het grootste. Dit betekent dat de luisteraar of kijker dus meer meeleeft met het vertelde verhaal wanneer hij of zij het hoort dan wanneer hij of zij het leest (Mutz, 2015; Reeves & Nass, 1996). Dit kan volgens Sydnor (2018) gedeeltelijk worden verklaard doordat de luisteraar of kijker bij een video- of audio-opname meer het idee heeft dat hij of zij de gebeurtenis zelf doormaakt. Bovenstaande is ook terug te zien in de nieuwswaarden opgesteld door Harcup en O’Neill (2016). Zij noemen audiovisuele elementen als één van de nieuwswaarden.

Ook merken mensen bij een audio of video-opname eerder kritiek of vijandigheid op dan wanneer zij een tekst lezen (Sydnor, 2018). De boodschap wordt daarnaast eerder als ‘onbeschaafd’ bestempeld wanneer de boodschap wordt bekeken of beluisterd, in vergelijking met wanneer de boodschap wordt gelezen.

In dit onderzoek wordt dit fenomeen aangeduid met het begrip ‘audio-effect’. Dit begrip komt niet letterlijk terug in bestaande literatuur. Met dit begrip wordt het verschil in invloed dan wel effect genoemd tussen een audio-opname met informatie en een tekst met informatie.

Beunders (2018) onderbouwt hoe de ontwikkelingen van de nieuwsmedia in grote mate bijdragen aan de manier waarop er in Nederland naar het strafrechtssysteem wordt gekeken. De eerdergenoemde ontwikkelingen van media op het gebied van commercialisering en digitalisering hebben ervoor gezorgd dat er een grotere mate van woede en emotie is ontstaan onder Nederlandse burgers ten aanzien van verdachten en daders. Incidenten leiden volgens Beunders (2018) steeds vaker tot maatschappelijke woede. De emotionalisering van de samenleving is volgens hem een “steeds meer een *mediacratie* geworden” (Beunders, p. IV, 2018). Emoties als woede en walging ofwel afkeer zijn in Nederland de laatste jaren, ook

ten aanzien van mensen die misdaden zouden plegen, toegenomen. De samenleving is in zekere zin verhard, volgens Beunders (2018). Dit is ook terug te zien in het bestaan van de punitiviteitskloof. Beunders maakt duidelijk dat de emotie die in de maatschappij duidelijk te merken is ten aanzien van deze verdachten en daders, geen invloed mag hebben op het strafproces. Olatunji en Puncochar (2014) onderbouwen ook dat emoties als woede en afkeer een grote rol spelen bij mensen wanneer zij een oordeel moeten geven over welke straf zij passend achten voor een verdachte.

Concluderend blijkt uit de literatuur dat er een verschil is in hoe informatie wordt ontvangen en verwerkt wanneer deze informatie via audio of via tekst wordt verkregen. Wanneer informatie via audio wordt verkregen, is de emotionele opwinding bij de luisteraar groter dan wanneer de informatie wordt gelezen. Daarnaast blijkt uit literatuur dat de afgelopen jaren emoties een steeds grotere rol zijn gaan spelen in de maatschappij wat betreft de mening over het strafrechtssysteem, mede door ontwikkelingen in het medialandschap zoals beschreven in paragraaf 2.1. Emoties als woede en afkeer voor verdachten en daders nemen de overhand en dit heeft ervoor gezorgd zorgen ervoor dat de publieke opinie ten opzichte van het strafrechtssysteem is verhard. Dit leidt tot de volgende hypothese.

H4: Mensen die hun oordeel baseren op een auditieve mediaproductie over een strafzaak, achten gemiddeld een hogere straf passend voor de verdachte dan mensen die hun oordeel baseren op een tekstuele mediaproductie over die strafzaak.

3. Methode

Om de hypothesen te testen is er een onlineonderzoek uitgevoerd. Voor dit onderzoek is een factorieel between-subjects 2 (relatief veel informatie vs. relatief weinig informatie) x 2 (tekstuele informatie vs. auditieve informatie) quasi experimenteel design gebruikt.

3.1 Participanten

Voor dit onderzoek zijn participanten geworven om een enquête in te vullen voor het experiment. De participanten dienden aan drie inclusiecriteria te voldoen. Ten eerste moesten de participanten 18 jaar of ouder zijn en ten tweede moesten zij uit Nederland komen. In de praktijk moesten participanten ook Nederlands kunnen spreken, simpelweg omdat de enquête in het Nederlands is. De vragenlijst is verspreid over verschillende sociale media-kanalen van mijzelf en anderen. Ook is de vragenlijst verspreid op de website SurveyCircle en de Facebookgroep ‘Vragenlijst/Enquête, respondenten gezocht!’. Er is getracht het aantal participanten zo hoog mogelijk te maken, om de generaliseerbaarheid van het onderzoek te vergroten. Er is dan ook een zogeheten *incentive* gebruikt om hiervoor te zorgen, namelijk de verloting van twee cadeaubonnen van bol.com van 15 euro per stuk. De podcast vraagt immers veel tijd van de potentiële participanten, dus op die manier wordt de kans vergroot dat zij de vragenlijst afronden (Yu et al., 2017).

Initiële verspreiding van de vragenlijst leidde tot 68 responses. Vervolgens is op 5 mei op eenzelfde wijze een herinnering gestuurd, waarna het aantal responses steeg tot 90. Op 12 mei is een tweede herinnering gestuurd. Het aantal participanten steeg toen tot 104. Op 23 mei is de vragenlijst een laatste keer verspreid. Dit leidde tot het definitieve aantal van 123 participanten. Er is met behulp van de software van Qualtrics voor gekozen om de mensen die de vragenlijst niet afmaakten niet mee te rekenen in het totaal aantal participanten, omdat er aan de participanten werd vermeld dat het antwoord pas zou worden opgeslagen wanneer de vragenlijst verstuurd zou worden.

Uiteindelijk hebben 123 mensen de vragenlijst helemaal ingevuld en dus meegedaan aan het experiment. De participanten waren tussen de 18 en 77 jaar oud ($M = 36.79$, $SD = 19.08$). Dit aantal bestond uit 35% mannen en 65% vrouwen. Het grootste gedeelte van de participanten had een wetenschappelijke opleiding genoten, namelijk 57.7%. Daarna volgde het aandeel mensen dat een hbo-opleiding had genoten, dat was 27.6%. 8.9% had een middelbare schoolopleiding en 3.3% van de participanten had een doctorale titel. 1.6% van de participanten had een mbo-opleiding genoten.

Er is naar gestreefd om de vragenlijst ten behoeve van het experiment zoveel mogelijk te verspreiden, zodat de participanten de Nederlandse bevolking zouden representeren en er geen sprake zou zijn van een *coverage error* doordat maar één bepaalde groep uit de populatie is onderzocht. Dit was gedeeltelijk succesvol. De leeftijden lopen uiteen. Echter, de ruime meerderheid van de participanten heeft een wetenschappelijke opleiding genoten, en er zijn amper participanten die een opleiding hebben gevolgd in het middelbaar beroepsonderwijs. Daarnaast hebben er meer vrouwen dan mannen meegedaan aan het onderzoek.

Iedere participant kreeg bij het invullen één van de drie stimuli te zien: het nieuwsbericht (stimulus 1), het achtergrondartikel (stimulus 2) of de podcast (stimulus 3). Stimulus 1 werd getoond aan 41 participanten, stimulus 2 aan 36 participanten en stimulus 3 aan 46 participanten.

Niet alle data van de participanten waren uiteindelijk bruikbaar voor de analyse. Er was een drietal gronden om participanten te verwijderen uit de dataset. Ten eerste zijn participanten verwijderd die de kernvraag van dit onderzoek, vraag 14, niet hadden beantwoord, zie voor de vragenlijst Bijlage A. Dit kan omdat zij de vraag hadden overgeslagen, of omdat zij aangaven al bekend te zijn met de zaak en daarom de vraag niet te zien kregen. Daarnaast is er een manipulatiecheck uitgevoerd en zijn de participanten verwijderd die de controlevraag, vraag 11, fout hadden. Tot slot zijn mensen verwijderd die te kort aan de stimulus hadden besteed. Voor stimulus één, het nieuwsbericht gold een indicatie van één minuut en voor stimulus twee geldt een indicatie van vijf minuten. Uit een *pretest* bleek namelijk dat mensen ruim binnen de indicatietijd de stimulus konden lezen. Dit betekent dat er bij stimulus één en twee geen mensen werden uitgesloten op basis van dit criterium. Voor de podcast gold een minimum van 10 minuten, omdat de podcast maximaal op snelheid twee kon worden afgespeeld. Dit zorgde ervoor dat er uiteindelijk 30 participanten die de podcast hadden geluisterd, overbleven voor de analyse. In totaal betekent dit dat de data van 102 participanten is gebruikt voor dit onderzoek. In tabel 1 is de verdeling van de demografische gegevens per stimulus nader weergegeven na exclusie van bovengenoemde participanten. In tabel 1 is te zien dat de demografische gegevens per conditie in grote mate overeenkomen.

Tabel 1.*Demografische gegevens per stimulus.*

	N	Percentage vrouw	Percentage man	Leeftijd		Percentage hoog opleidingsniveau
				<i>M</i>	<i>SD</i>	
Stimulus 1	37	64.9	35.1	36.84	18.25	91.9
Stimulus 2	35	54.3	45.7	32.80	15.90	85.7
Stimulus 3	30	73.3	26.7	37.53	19.45	96.7
Totaal	102	63.7	36.3	35.66	17.80	91.2

Notitie. Met ‘hoog opleidingsniveau’ wordt een opleidingsniveau van hbo of hoger bedoeld.

3.2 Onderzoeksdesign

Een experiment leent zich voor dit onderzoek omdat het in dit kader gaat om causale verbanden tussen de mediaproductie die mensen lezen of luisteren over een strafzaak en de mening die mensen hebben over wat een passende op te leggen straf in diezelfde strafzaak is. In het experiment wordt de invloed van een drietal mediaproducties met elkaar vergeleken (Babbie, 2010).

Voordelen hiervan zijn dat het uitvoeren van een experiment op deze manier relatief goedkoop is. Vragenlijsten kunnen makkelijk worden opgesteld en worden gedistribueerd en op die manier kunnen er veel mensen worden bereikt. Daarnaast kunnen de resultaten relatief makkelijk worden verwerkt (Korzilius, 2000).

Naast dat de items die worden gemeten om een antwoord te vinden op de onderzoeksvraag, zijn er aan de vragenlijst ook een aantal vragen opgenomen die betrekking hebben op de demografische kenmerken en het nieuwsmediagebruik van de participanten, om op die manier op een meer gedetailleerd beeld te krijgen van de participanten.

Bij de vragen die gesteld werden bij de vragenlijst ten behoeve van het experiment is gedeeltelijk gebruik gemaakt van reeds bestaande vragen en schalen, om de betrouwbaarheid van het onderzoek zo veel mogelijk te waarborgen. Het aantal onderzoekseenheden is zo groot mogelijk gemaakt, met een minimum van 100 participanten (Babbie, 2009; Korzilius, 2000). Wanneer er geen bestaande schalen of vragen zijn gesteld, zijn de vragen zo simpel en overzichtelijk mogelijk gehouden om op die manier de resultaten zo precies mogelijk te kunnen meten.

Om de validiteit van het onderzoek zoveel mogelijk te waarborgen, zijn alle vragen die aan de participanten gesteld zo uitgebreid mogelijk verduidelijkt. Eventuele begrippen, zoals ‘podcasts’ of ‘nieuwsmedia’ werden uitgelegd. Wanneer het risico bestond dat de vraag alsnog verwarring zou kunnen opwekken, is er met behulp van voorbeeldantwoorden verduidelijking gegeven. Ook is er manipulatie-check toegevoegd bij alle stimuli, om na te gaan of de participanten de stimulus had gelezen dan wel geluisterd en ook daadwerkelijk had begrepen. Op deze manier is ernaar gestreefd dat er in de praktijk echt gemeten werd wat vanuit de onderzoeksvraag de bedoeling was. De resultaten van de vragenlijst werden verwerkt in SPSS, waarna met behulp van statistische analyse en regressieanalyse de hypothesen konden worden aangenomen of verworpen.

De afhankelijke variabele van het onderzoek is de straf die de participant passend acht voor de verdachte in de strafzaak die centraal staat in de conditie die hij of zij te zien of te beluisteren krijgt. Dit wordt gemeten met één vraag in de enquête die de participanten invullen, namelijk vraag 14, te weten welke straf de participanten in de zaak passend vindt, zie voor de vragenlijst Bijlage A. Dit onderzoek telt twee onafhankelijke variabelen. Ten eerste de hoeveelheid informatie en ten tweede de manier waarop de informatie wordt verkregen, te weten via audio of via tekst. Om de invloed van de hoeveelheid informatie te meten is gebruik gemaakt van een mediaproductie met relatief weinig informatie, namelijk een nieuwsbericht, en een mediaproductie met relatief veel informatie, namelijk een achtergrondartikel. Dit werd met elkaar vergeleken.

De invloed van het soort mediaproductie, in dit onderzoek een tekstuele productie en een audio-opname, wordt gemeten door een tekstuele mediaproductie, een achtergrondartikel, te vergelijken met een auditieve mediaproductie. Voor dit onderzoek is ervoor gekozen om een misdaadpodcast te gebruiken als auditieve mediaproductie. In de volgende paragraaf wordt dieper op deze keuze ingegaan.

3.2.1 Podcasts

In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van een podcast om het effect van audio in vergelijking met tekst in het kader de perceptie van mensen op welke straf zij passend achten te meten. Met nieuwe media in het digitale medialandschap kwam twee decennia geleden de podcast op het toneel. In de Verenigde Staten werden podcasts vanaf 2004 elk jaar populairder, maar in Nederland is de podcast pas echt een hit sinds 2018 (Brouwers & Den Hartog, 2019). Voor dit onderzoek wordt uitgegaan van de definitie van de podcast van Brouwers en Den Hartog (2019): een audio-opname die *on demand* te beluisteren is op een

gegevensdrager. De inhoud, vorm en lengte van zo'n audio opname kunnen sterk uiteenlopen. Zo kan een informerende podcast louter objectief zijn, maar is het ook goed mogelijk dat de maker van de podcast een eigen mening geeft (Brouwers & Den Hartog, 2019).

Uit onderzoek blijkt dat 90% van de Nederlandse luisteraars een podcast luistert om vermaakt te worden en 87% om er iets van te leren (Brouwers & Den Hartog, 2019). In het onderzoek wordt door luisteraars aangegeven dat ze positief tegenover het feit staan dat ze wat kunnen leren van de podcast die ze luisteren. Dit kan met een podcast op een laagdrempelige manier, omdat de luisteraar tijdens het luisteren ook andere dingen kan doen, wat niet het geval is bij het lezen van een artikel of het kijken van een documentaire (Verdusco, 2016).

Podcasts zijn daarnaast in trek door de minimale investering die de luisteraar moet doen om vermaakt te worden of informatie te krijgen. Een podcast is vaak gratis en te luisteren op elk apparaat dat het met het internet is verbonden (Verdusco, 2016). Daarnaast geven podcastluisteraars aan dat het ontspannend is om informatie voorgelezen te krijgen, in plaats van dat ze zelf een boek of krant moeten induiken. Een podcast neemt de luisteraar mee in het verhaal (Samuel-Azran, 2019). Uit literatuur die is aangehaald in het theoretisch kader zorgt dit voor meer emotionele opwinding bij de luisteraar dan wanneer de informatie zou worden gelezen (Mutz, 2015; Reeves & Nass, 1996).

3.2.2 Het true crime genre en true crime podcasts

Voor dit onderzoek staat de *true crime* ofwel waargebeurde misdadpodcast centraal. Dit is een podcast die criminaliteit dan wel strafzaken beschrijft. Het true crime genre is al langere tijd populair, ook voordat de podcast op het toneel kwam. True crime kan tot op zekere hoogte voor meer begrip over het strafproces zorgen bij de kijker, lezer, of luisteraar (Durham, 1995).

Boling (2019) onderbouwt dat het genre van misdadpodcasts zowel invloed heeft in de rechtszaal als in de entertainmentindustrie. Het komt volgens Boling zelfs voor dat rechters in de Verenigde Staten in een vonnis refereren aan een podcast. Het blijkt dat podcastmakers een sterke wil hebben om de luisteraar iets te leren over het strafrechtstelsel. In de discussie van haar onderzoek geeft Boling aan dat het relevant te zijn om het 'onderwijzende' aspect van misdadpodcasts te onderzoeken bij het podcastpubliek. Bovenstaande laat zien dat er ruimte is voor de misdadpodcast om het publiek op een beeldende manier te informeren over strafzaken, hetgeen aantrekkelijker is dan het lezen van een boek of een artikel. Dit maakt dat een podcast, doordat het tracht tot de verbeelding te spreken en vaak een gedeeltelijk

entertainend karakter heeft, wellicht meer tot de verbeelding spreekt dan informatie in de vorm van tekst.

Bovenstaande wijdt uit over wat de definitie is van een podcast en toont hoe de podcast veel populariteit geniet. Dit maakt dat het maatschappelijk relevant is om een audio-opname als de podcast te gebruiken in dit onderzoek.

3.3 Stimulusmateriaal

De stimuli die aan de participanten werden voorgeschoteld gaan allemaal over dezelfde rechtszaak, namelijk een strafzaak over een vrouw die ervan wordt verdacht dat zij op 26 oktober 2014 haar baby achterliet in een ondergrondse vuilcontainer in Amsterdam (Rechtbank Amsterdam, 2022). Er is voor deze zaak gekozen omdat er een Nederlandse podcast over beschikbaar was en er al een straf is opgelegd door de rechtbank. Daarnaast heeft deze zaak niet dermate veel media-aandacht hebben gekregen dat de participanten reeds bekend zullen zijn met de zaak en de uitkomst van de zaak bij de rechter. Dit blijkt bij de participanten dan ook niet het geval te zijn, 2.86% van de participanten waarvan de data is gebruikt voor de analyse gaf aan bekend te zijn met de uitspraak in deze zaak.

Het nieuwsbericht, zie Bijlage B, en het achtergrondartikel, zie Bijlage C, zijn voor dit onderzoek opgesteld. Het nieuwsbericht is gebaseerd op bestaande nieuwsberichten over deze zaak van RTL-nieuws, Het Parool en NHnieuws (*Moeder ontkent dat ze baby in container achterliet: "Houd van mijn kinderen"*, 2021; Pen, 2021; *OM eist vier jaar cel tegen moeder "containerbaby" voor poging doodslag*, 2022). Het achtergrondartikel is een transcript van de podcast die op sommige plekken van spreektaal is herschreven naar een bij een achtergrondartikel passende tekst. Voor het experiment is een podcast van de serie 'De Zaak Ontleed' van Saskia Belleman en Wilson Boldewijn van de Telegraaf gebruikt. De podcast is op sommige plekken ingekort wanneer er irrelevante informatie voor het onderzoek werd gegeven. Daarnaast zijn de fragmenten waarin wordt gepraat over de strafeis uit de podcast geknipt, zie voor een link naar de podcast Bijlage D. Tot slot is het achtergrondartikel zo objectief mogelijk geschreven. Dit omdat de toon van een mediaproductie invloed kan hebben op de resultaten, zo blijkt uit onderzoek van De Keijser et al. (2006). De informatie is zo feitelijk mogelijk beschreven en er zijn geen meningen of suggesties in de tekst verwerkt. Om het achtergrondartikel zo veel mogelijk op een echte mediaproductie te laten lijken, is de stijl van het artikel zoveel mogelijk lijkend op bestaande achtergrondartikelen.

3.4 Procedure

Met *Qualtrics* kon een link worden gegenereerd die online werd gedistribueerd. Zie Bijlage A voor de vragenlijst. Wanneer de potentiële participant op de link klikte, las hij of zij eerst algemene informatie. Deze informatie ging over waar de vragenlijst in grote lijnen voor bedoeld was. De algemene informatie ging ook in op wat er van de participanten werd verwacht, hoelang het onderzoek zou duren en wat voor vragen er gesteld zouden worden.

Daarnaast werd de participant op de hoogte gesteld van het feit dat de vragenlijst anoniem is en de ingevulde e-mailadressen na afloop van het onderzoek verwijderd zouden worden. Er werd benadrukt dat het bij de beantwoording van de vragen gaat om een eigen mening of standpunt en het hierbij niet gaat om maatschappelijk gewenste antwoorden. Tot slot werd de participant erop attent gemaakt dat de antwoorden op de vragenlijst pas zouden worden opgeslagen wanneer de vragenlijst wordt verstuurd, en dat de participant daarvoor op ieder moment zonder opgave van redenen de vragenlijst kan onderbreken of beëindigen.

Om de privacy van de participanten op een zo goed mogelijke manier te waarborgen is gebruik gemaakt van *informed consent*. Voorafgaand aan de vragenlijst voor het experiment informatie las de potentiële participant over het experiment. Hierbij is vermeld dat de participant altijd mag stoppen met het invullen van de vragenlijst (De Leeuw et al., 2008). De antwoorden van de participanten zijn geheel anoniem en niet naar de participanten te herleiden.

Na deze informatie vulden de participanten drie vragen in die betrekking hadden op de demografische kenmerken van de participant. Er werd gevraagd naar gender, leeftijd en opleidingsniveau. Daarna kregen de participanten een aantal vragen die betrekking hebben op het nieuwsmediagebruik van de participant. Er werd gevraagd naar hoeveel uur per dag mensen besteden aan het consumeren van nieuws. Daarna werd middels een meerkeuzevraag bevraagd welke nieuwsbronnen de participanten gebruiken bij het vergaren van nieuws. Wanneer de participant aangaf een (online) krant te lezen, werd gevraagd welke krant de voorkeur heeft. Hierna volgden vragen specifiek gefocust op podcasts.

Na deze vragen kreeg de participant één van de drie stimuli te zien of te horen. Daarna werden er vragen gesteld over de stimulus. Ten eerste twee controlevragen. Bij de eerste vraag werd nagegaan of de participant al bekend was met de zaak. Daarna volgde nog een manipulatievraag over de stimulus, om na te gaan of de participanten de stimulus daadwerkelijk had begrepen. Daarna volgden drie vragen over de mening van de participant over de verdachte in de desbetreffende strafzaak, waarbij ook werd bevraagd of de participant bekend was met de uitspraak van de rechter. Ook kregen participant de vraag wat zij in het

algemeen vinden van de straffen die de strafrechter oplegt in Nederland. Tot slot werd de vraag gesteld hoeveel kennis de participanten hebben van het Nederlandse strafrecht. Er werd toen duidelijk gemaakt dat de participant het einde van de vragenlijst hadden bereikt en dat, wanneer zij hier interesse in hadden, hun e-mailadres konden achterlaten om op de hoogte te worden gehouden van de uitkomst van het onderzoek, dan wel kans te maken op een cadeaubon van bol.com.

3.5 Metingen

De hoogte van de gevangenisstraf in jaren die de participant passend acht voor de verdachte in de strafzaak.

De hoogte van de straf die de participant passend achtte, werd gemeten met één item. Er werd gevraagd aan de participant wat hij of zij een passende gevangenisstraf in jaren zou vinden voor de verdachte. Deze vraag is afgeleid van het onderzoek van Van der Maden et al. (2017). Dit was een open vraag waarbij de participanten een getal konden invullen tot één decimaal achter de komma ($M = 6.12$, $SD = 5.12$).

Manipulatiecheck

De participanten kregen één item voorgelegd om te beoordelen of ze de tekstuele dan wel auditieve informatie in de mediaproducties op de juiste manier hadden waargenomen. De vraag “Wat is er met de baby gebeurd die in de container was gevonden?”, diende na te gaan of de participanten de stimulus hebben begrepen. Dit was een meerkeuzevraag met vier antwoordopties, waarvan één antwoord het juiste was (*Ze is geadopteerd*). 91.9% van de participanten beantwoordde deze vraag goed. De 8.1% van de participanten die de vraag fout hadden beantwoord, zijn niet meegenomen in de analyse.

Controlevariabele

Wanneer de participant kennis heeft over het strafrecht, heeft dit mogelijk invloed op de manier waarop de participant de vragen over de mening over de verdachte beantwoordt. Uit eerder onderzoek blijkt dat meer kennis over het rechtssysteem leidt tot een zogeheten ‘lagere punitiviteit’ (Van der Maden et al., 2017). Het item “Hoe zou u uw eigen kennis over het Nederlandse strafrecht beoordelen?” moest duidelijkheid geven over de juridische kennis van de participant. Het item was op basis van een 5-punt Likertschaal, met antwoordmogelijkheden variërend van (*Ik heb helemaal geen kennis over het Nederlandse*

strafrecht) tot (Ik heb een opleiding gevolgd in het Nederlandse strafrecht en/of ben werkzaam in het Nederlandse strafrechtstelsel).

4. Resultaten

4.1 Beschrijvende statistiek

In onderstaande tabel is aangegeven wat de gemiddelde straf was die de participanten passend achtten per conditie.

Tabel 1.

Beschrijving gemiddelden en standaarddeviaties opgelegde straf.

	N	M	SD
Het nieuwsbericht	37	6.16	4.57
Het achtergrondartikel	35	6.33	5.05
De podcast	30	5.81	5.90
Totaal	102	6.12	5.12

4.2 Hypothesetoetsing

4.2.1 Het informatie-effect

H1: Mensen die hun oordeel baseren op een mediaproductie met relatief weinig informatie over een strafzaak, achten gemiddeld een hogere straf passend voor de verdachte dan mensen die hun oordeel baseren op een mediaproductie met relatief veel informatie over die strafzaak.

Om deze hypothese te toetsen is er een onafhankelijke t-test uitgevoerd met als onafhankelijke variabele de experimentele condities (nieuwsbericht vs. achtergrondartikel) en als afhankelijke variabele de hoogte van de straf die de participanten passend achtten. De t-test liet zien dat het verschil in de straf die de participanten passend achtten tussen de participanten in de nieuwsbericht conditie en de participanten in de achtergrondartikel conditie niet significant verschilden, $t(70) = -0.15$, $p = .483$.

In bestaande literatuur wordt wat betreft de te onderzoeken populatie gesproken over leken, ofwel mensen die geen juridische achtergrond hebben (De Keijser & Elffers, 2008). Uit een analyse met behulp van een *one way* ANCOVA, waarbij hierop werd gecontroleerd, bleek dat dit ook geen significant verschil tussen de twee condities opleverde ($p = .480$).

Bovenstaand resultaat stelt dat de straf die de participanten passend achten, niet verschilt wanneer participanten een nieuwsartikel lezen of een achtergrondartikel lezen. Dit staat niet in lijn met Hypothese 1, Hypothese 1 wordt daarom verworpen, ($\neq H1$).

4.2.2 De invloed van het opleidingsniveau

H2: Het verschil tussen de straf die wordt gegeven door de mensen die een mediaproductie hebben gelezen met relatief weinig informatie en een mediaproductie met relatief veel informatie wordt beïnvloed door het opleidingsniveau.

Uit de literatuur blijkt dat laagopgeleiden hoger straffen dan hoogopgeleiden, ongeacht de hoeveelheid informatie die zij over de strafzaak hebben (Van der Maden et al., 2017). Er is daarom met behulp van een *two way* ANOVA een analyse uitgevoerd met als variabelen het opleidingsniveau van de participant en het interactie-effect van opleidingsniveau en de conditie die de participant kreeg. De afhankelijke variabele is dus de straf die de participant passend acht in de zaak en de onafhankelijke variabelen zijn de conditie die de participant kreeg en het opleidingsniveau van de participant. Uit deze analyse bleek dat de straf die de participant passend achtte niet significant werd beïnvloed door het opleidingsniveau. Ook de hoeveelheid informatie die de participant kreeg in combinatie met het opleidingsniveau was niet van invloed is op de straf die de participant passend achtte, ($F(68,3) = 0.107$, $p = .745$).

Bovenstaand resultaat stelt dat de straf die de participanten passend achtten in de twee condities niet versterkt of verzwakt wordt door het opleidingsniveau van de participant. Dit staat niet in lijn met Hypothese 2. Hypothese 2 wordt daarom verworpen, ($\neq H2$).

4.2.3 De hoogte van de straf

H3: Mensen geven gemiddeld een hogere straf aan de verdachte dan dat de rechter in de zaak had opgelegd.

Om Hypothese 3 te toetsen is met een *one sample* t-test nagegaan of de gemiddelde straf die de participanten passend achtten significant hoger is dan de straf van vier jaar die de rechter in deze zaak had opgelegd (Rechtbank Amsterdam, 2022). De one sample t-test stelde dat het gemiddelde verschil tussen de straf die de rechter oplegde en de gemiddelde straf die de participanten passend achtten ($M = 6.12$, $SD = 5.12$) significant van elkaar verschilden ($p = <.001$).

Bovenstaande resultaat stelt dat participanten in het huidige onderzoek gemiddeld een hogere straf passend achtten dan dat de rechter in de zaak had opgelegd. Deze bevinding staat in lijn met Hypothese 3, Hypothese 3 wordt daarom aangenomen, ($=H3$).

4.2.4 Het audio-effect

H4: Mensen die hun oordeel baseren op een auditieve mediaproductie over een strafzaak, achten gemiddeld een hogere straf passend voor de verdachte dan mensen die hun oordeel baseren op een tekstuele mediaproductie over die strafzaak.

Er is een onafhankelijke t-test uitgevoerd met als onafhankelijke variabele de experimentele condities (achtergrondartikel vs. podcast) en als afhankelijke variabele de hoogte van de straf die de participanten passend achtten. De t-test liet zien dat het verschil in de straf die de participanten passend achtten tussen de participanten in de achtergrond conditie en de participanten in de podcast conditie niet significant verschilden, $t(63) = 0.38$, $p = .609$.

Zoals ook besproken bij Hypothese 1, wordt in bestaande literatuur wat betreft de te onderzoeken populatie gesproken over 'leken', ofwel mensen die geen juridische achtergrond hebben (De Keijser & Elffers, 2008). Uit een analyse met behulp van een *one way* ANCOVA bleek dat dit ook in dit geval geen significant verschil tussen de twee condities opleverde ($p = .666$). Deze bevinding staat niet in lijn met Hypothese 4. Hypothese 4 wordt daarom verworpen, ($\neq H4$).

5. Conclusie en discussie

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek uiteengezet en wordt ingegaan op maatschappelijke- en wetenschappelijke implicaties. Er worden, in het kader van deze implicaties, suggesties gedaan voor vervolgonderzoek. Ook worden eventuele beperkingen van het onderzoek besproken, waarbij ook in wordt gegaan op waar nog ruimte ligt voor vervolgonderzoek.

Het doel van dit onderzoek was om na te gaan of het soort mediaproductie invloed heeft op iemands mening ten aanzien van de op te leggen straf aan de verdachte die centraal staat in die mediaproductie. Hierbij werd nagegaan of de hoeveelheid informatie in een mediaproductie over een strafzaak invloed had op de straf die mensen passend achten voor de verdachte en of het soort mediaproductie, auditief of tekstueel, invloed had op de straf die mensen passend achten voor de verdachte. Het onderzoek werd uitgevoerd door middel van een experiment. Aan 123 participanten werd één van de drie stimuli voorgelegd. De stimuli waren een nieuwsbericht, een achtergrondartikel en een podcast en gingen allemaal over dezelfde strafzaak.

De bevindingen van dit onderzoek laten zien dat participanten gemiddeld een significant hogere straf voor de verdachte passend achtten dan de rechter in de zaak had opgelegd. Dit betekent dat de punitiviteitskloof, waarvan het bestaan in Nederland meermaals in de literatuur wordt bevestigd, ook terug te zien is in de resultaten van dit onderzoek (De Keijzer et al., 2006; Van der Maden et al., 2017).

Ook laat de analyse zien dat er geen significant verschil is tussen de straf die mensen passend achtten die een mediaproductie lazen met relatief weinig informatie over de strafzaak en mensen die een mediaproductie lazen met relatief veel informatie over de strafzaak. Daarnaast bleek dat het opleidingsniveau dit verschil niet significant vergrootte. Er is dus geen informatie-effect terug te zien wat betreft de straf die mensen passend achten voor een verdachte wanneer twee mediaproducties met verschillende hoeveelheden informatie met elkaar worden vergeleken.

Daarnaast bleek uit de analyse dat er ook geen significant verschil was in de straf die mensen passend achtten voor de verdachte die een tekstuele mediaproductie lazen en mensen die een auditieve mediaproductie beluisterde. Er is dus tevens geen audio-effect terug te zien wat betreft de straf die mensen passend achten voor de verdachte wanneer een auditieve mediaproductie en een tekstuele mediaproductie met elkaar worden vergeleken. Ook wanneer bij bovenstaande resultaten de juridische kennis van de participanten werd meegenomen als

controlevariabele, zorgde dit ook niet voor een significant verschil in de strafmaat die door de participanten passend werd geacht.

Dat de participanten gemiddeld een hogere straf oplegden dan dat de rechter in deze zaak had gedaan, is in lijn met bestaande literatuur. De Keijser et al (2006) onderbouwden al dat mensen zonder juridische achtergrond altijd hoger zullen straffen dan de rechter zou doen. Eén van de redenen hiervoor is het ontbrekende referentiekader, wat een rechter wel heeft. Ook kan het verschil te maken hebben met het feit dat mensen, in tegenstelling tot de rechter, de verdachte niet in persoon voor zich zien. Daarnaast weten mensen, bij het beantwoorden van de vraag wat zij een passende straf vinden, dat dit geen daadwerkelijk effect heeft op het leven van de verdachte in kwestie.

Het beeld dat in de literatuur naar voren komt dat er een verschil is tussen de straf die de rechter oplegt in een strafzaak en de straf die burgers passend achten, wordt dus bevestigd met dit onderzoek. Zoals al eerder is onderbouwd, is het bestaan van deze punitiviteitskloof maatschappelijk onwenselijk. Dit kan er namelijk voor zorgen dat rechterlijke beslissingen minder makkelijk geaccepteerd worden (De Keijser et al., 2006).

Uit eerder onderzoek bleek dat de hoeveelheid informatie invloed zou kunnen hebben op de 'breedte' van deze kloof, ofwel de grootte van het verschil tussen de straf die burgers passend vinden en de straf die een rechter oplegt in een strafzaak. Uit dit onderzoek bleek dat de hoeveelheid informatie geen significant verschil maakte in de straf die participanten oplegde. In dit onderzoek werd het onderzoek van Van der Maden et al. (2017) in grote lijnen herhaald, met een aantal aanpassingen. Het verschil tussen de twee onderzoeken was dat het bij het onderzoek van Van der Maden et al. ging om een nieuwsbericht en een strafdossier. In dit onderzoek ging het om een nieuwsbericht en een achtergrondartikel, dus twee mediaproducties in plaats van één. Dit kan een oorzaak zijn van het verschil in de gevonden resultaten. Zoals in het theoretisch kader heeft een mediaproductie altijd een bepaalde invalshoek en een interpretatie en filtering van de feiten, waar een strafdossier de feiten zo objectief en volledig mogelijk weergeeft (Moy et al., 2016). Dit kan invloed hebben op de manier waarop de participant de informatie interpreteert en waardeert. In de praktijk zou dit betekenen dat de hoeveelheid informatie in een mediaproductie over een strafzaak weinig uitmaakt voor de mening die burgers hebben over de verdachte in die strafzaak.

Maatschappelijk gezien zijn de uitkomsten van dit onderzoek dan geen goede zaak. Het verschaffen van een informatie is een relatief gemakkelijke oplossing om de punitiviteitskloof te verkleinen. Op basis van dit onderzoek zal er echter moeten worden geconcludeerd dat het niet uitmaakt hoeveel informatie de burger krijgt van de media. Het

verschil tussen de straf die de rechter oplegt en de straf die burgers passend vinden, verandert niet. Dit is onwenselijk, nu de meeste mensen informatie over strafzaken vergaren door middel van nieuwsmedia. Uit dit onderzoek blijkt dat het minder makkelijk is dan op basis van literatuur werd verondersteld om burgers via nieuwsmedia te bereiken en te informeren over het strafrecht door ze meer informatie te verschaffen.

Het is ook denkbaar dat het verschil in informatie tussen het achtergrondartikel en het nieuwsbericht niet leidde zogeheten ‘informatie-effect’, omdat het verschil te klein was. Toch blijkt uit onderzoek van De Keijser et al. (2006) dat er in dit kader sprake is van een glijdende schaal: hoe meer informatie, hoe kleiner de punitiviteitskloof. Er is volgens hen geen sprake van een minimum hoeveelheid extra informatie die invloed zou hebben op de gegeven straf door participanten in het onderzoek.

Er is dus in de literatuur dus nog geen eenduidige verklaring voor de gevonden resultaten in dit onderzoek wat betreft het informatie-effect bij mediaproducties. Het zou lonen om bij eventueel vervolgonderzoek dit experiment opnieuw uit te voeren met meerdere stimuli die het informatie-effect bij mediaproducties toetsen. Er zouden meerdere achtergrondartikelen kunnen worden opgesteld met verschillende hoeveelheden informatie.

Daarnaast kan als één van de stimuli het daadwerkelijke strafdossier worden toegevoegd om op die manier ook het verschil tussen mediaproducties en een andersoortige tekst te analyseren. Op deze manier kan op een meer gedetailleerde manier worden nagegaan op welke manier de hoeveelheid informatie in een mediaproductie zich verhoudt tot de straf die mensen passend vinden in de zaak en of er dit daadwerkelijk verschilt wanneer mensen een strafdossier lezen. In de praktijk zal dit laatste echter een moeilijke opgave zijn, nu strafdossiers vaak niet zomaar openbaar gemaakt worden. Met een kwalitatief vervolgonderzoek kan worden onderzocht waar het verschil vandaan komt in de straf die mensen passend achten bij een vergelijking van een mediaproductie en een strafdossier om op die manier na te gaan welke kenmerken van een mediaproductie ervoor zorgen dat er niet, of in mindere mate, sprake is van een informatie-effect.

Ook was er in dit onderzoek geen verschil in opleidingsniveau bij de verschillende hoeveelheden informatie. Dit is ook anders dan dat uit eerder onderzoek van Van der Maden et al. (2017) bleek. Een verklaring hiervoor kan ook te vinden zijn in het feit dat het bij dit onderzoek ging om twee mediaproducties in plaats van één mediaproductie en een strafdossier. Waarom dit dan tot een andere uitkomst zou leiden dan eerder onderzoek, is niet te verklaren op basis van bestaande literatuur. Een vervolgonderzoek waarbij de nadruk ligt op de manier waarop mediaproducties worden ontvangen en verwerkt door mensen met

verschillende opleidingsniveaus zou een mogelijkheid kunnen zijn om een verklaring te vinden voor deze resultaten.

In het onderzoek van Mutz (2015) en Reeves en Nass (1996) werd ingegaan op de cognitieve effecten bij auditieve informatie in vergelijking met tekstuele informatie. Uit deze onderzoeken bleek dat wanneer iemand informatie hoorde in plaats van las, dit voor meer emotionele betrokkenheid en opwinding zorgde. Op basis daarvan was de verwachting dat er een verschil zou bestaan tussen de straf die mensen oplegden die een podcast over de zaak hadden beluisterd en mensen die een achtergrondartikel hadden gelezen. Doordat emoties als woede en afkeer steeds meer een rol zijn gaan spelen bij mensen bij de beoordeling van verdachten, was de verwachting dat het luisteren naar een audio-opname ervoor zou zorgen dat participanten een hogere straf passend zouden achten. Uit de analyse bleek dat dit niet het geval was en dit is in strijd met bestaande literatuur over dit onderwerp. Het luisteren van een misdadpodcast zorgt dus niet voor meer of minder begrip voor de straf die de rechter heeft opgelegd.

Boling (2019) suggereerde dat een misdadpodcast naast een entertainende functie, wellicht ook een informerende functie zou kunnen hebben. Dit was volgens haar het onderzoeken waard, juist omdat podcast een steeds grotere maatschappelijke impact hebben gekregen de afgelopen jaren. Dat er uit dit onderzoek geen significante resultaten komen wat betreft het verschil tussen een achtergrondartikel en een podcast, betekent niet dat de podcast geen informerende functie kan hebben. Maar het geeft wel aan dat deze functie in ieder geval niet zo ver gaat dat het ook zorgt voor een effect op de mening van de luisteraar over de strafmaat die passend zou zijn voor de verdachte.

Deze resultaten zijn vanuit maatschappelijk oogpunt teleurstellend te noemen. De podcast is een populaire manier of op een laagdrempelige manier te informeren (Brouwers & Den Hartog 2019). Nu dit blijkbaar niet leidt tot meer begrip voor de straffen die rechters opleggen en dus het verkleinen van de punitiviteitskloof, is de maatschappelijke invloed van de misdadpodcast in die zin beperkter dan dat uit de literatuur naar voren kwam. Samen met de uitkomst dat de hoeveelheid informatie over een strafzaak in mediaproducties ook geen invloed heeft op het verkleinen van de punitiviteitskloof, doet afvragen of nieuwsmedia überhaupt kunnen bijdragen aan dit maatschappelijke probleem. De resultaten van dit onderzoek suggereren namelijk van niet. Met het gegeven dat de meeste mensen hun informatie vergaren via de media, kan worden geconcludeerd dat de punitiviteitskloof in de praktijk moeilijk gedicht kan worden (Malsch & Nijboer, 2005).

Dit onderzoek kende ook een aantal beperkingen die in acht moeten worden genomen bij het waarderen en verklaren van de gevonden resultaten. Ten eerste wat betreft de *sample* participanten. Dit was niet representatief voor de gehele populatie. Zo was maar een klein deel van de participanten laagopgeleid, terwijl onder de Nederlandse bevolking dit aandeel veel hoger ligt (CBS, 2018). Ook verschilt het aantal mannen en vrouwen die meededen aan het onderzoek. Er deden relatief meer vrouwen dan mannen mee. Tot slot is de leeftijdsspreiding niet gelijk. De gemiddelde leeftijd van de participanten ongeveer 37 jaar maar uit een analyse blijkt dat er weinig tot geen mensen in deze leeftijdscategorie aan het onderzoek hebben deelgenomen (Bijlage E). Dit betekent dat het gemiddelde weinig zegt over de daadwerkelijke leeftijd van de participanten. Op basis van het bovenstaande kan worden geconcludeerd dat het onderzoek wat betreft demografische kenmerken in beperkte mate generaliseerbaar is naar de gehele populatie. Het is dan ook goed mogelijk dat deze beperkingen invloed hebben gehad op de resultaten van de analyse, waardoor deze in mindere mate betrouwbaar zijn. Voor vervolgonderzoek is het dan ook van belang dat er wordt gestreefd naar een zo groot mogelijke generaliseerbaarheid. Dit betekent dat er nog actiever dient te worden geworven op laagopgeleide mensen. Dit kan door langs te gaan op mbo-scholen of mensen op straat of bijvoorbeeld in de trein aan te spreken. Ook dient er bij vervolgonderzoek actiever te worden geworven op mensen in de leeftijdsgroep tussen de 30 en de 50 jaar en moet er actiever worden gezocht naar mannen die de survey willen invullen.

Uit een additionele analyse bleek dat er een significant verschil was tussen mannen en vrouwen wat betreft de hoogte van de straf die zij passend achtten voor de verdachte. Vrouwen achtten gemiddeld een hogere straf passend. Dit is ook grond voor vervolgonderzoek naar hoe dit verschil in gender invloed kan hebben op de gevonden resultaten in het kader van de hypothesetoetsing. Echter, nu de verdeling van mannen en vrouwen redelijk gelijk verdeeld was over de groepen stimuli, zie tabel 1 van hoofdstuk 4, zal dit betrekkelijk weinig effect hebben gehad op de vergelijking van de drie groepen.

Daarnaast duurde het onderzoek voor de participanten die de podcast moesten luisteren betrekkelijk lang. Dit zorgde er ten eerste voor dat een deel van deze participanten uitviel doordat zij de podcast te snel doorklikte en daarom niet werden meegenomen in de analyse. Ook kan de lengte van de podcast ervoor hebben gezorgd dat mensen hun aandacht er niet bij hielden en niet daadwerkelijk hebben nagedacht over de in te vullen vragen, of niet goed hebben geluisterd naar de podcast. Verder kan het feit dat er een bol.com bon werd uitgereikt ervoor zorgen dat mensen wel mee hebben gedaan aan de survey maar niet 'hun best hebben gedaan' om daadwerkelijk antwoorden in te vullen die passen bij hun mening,

wat de validiteit van de resultaten aantast (Singer & Bossarte, 2006). Voor een vervolgonderzoek zou het dus wellicht lonen om een podcastfragment te kiezen dat minder lang duurt. Het is ook een mogelijkheid om, bij voldoende tijd en beschikking over de juiste apparatuur, zelf een podcastfragment te maken. In dit geval heeft de onderzoeker tot in detail de beschikking over wat er in het fragment te horen is. Vanwege de beperkte omvang van dit onderzoek was er geen ruimte om naast een audio-opname ook een video-opname, zoals een documentaire, mee te nemen in de stimuli die aan de participanten werden getoond. Voor vervolgonderzoek zou het zeker waardevol te zijn om dit wel te doen, nu uit de literatuur is gebleken dat video-opnamen voor een nog grotere emotionele opwinding zorgen dan audio-opnamen (Mutz, 2015; Reeves & Nass, 1996).

Het was tot slot betrekkelijk moeilijk om genoeg participanten te verwerven voor dit onderzoek. Dit kan een zogeheten *non response bias* tot gevolg hebben. Dit houdt in dat de karakteristieken van mensen die de survey wel hebben ingevuld anders zijn dan de groep die dit niet heeft gedaan, hetgeen invloed kan hebben op de resultaten (Singer & Bossarte, 2006).

Voor volgend onderzoek is het een uitdaging om genoeg mensen te vinden die de vragenlijst willen invullen en niet afhaken wanneer zij de podcast moeten beluisteren. Er moest op een gegeven moment actief gezocht worden naar mensen die de podcast wilde luisteren omdat dit aantal achter bleef, wat voor een *bias* kan zorgen. Dit is niet wenselijk. Een manier om dit probleem voor volgend onderzoek op te lossen zou kunnen zijn door de waarde van de incentive te vergroten en te benadrukken dat deze ‘prijs’ alleen wordt verloot aan mensen die lang genoeg besteden aan het luisteren of lezen van de stimulus.

Referenties

- Allern, S. (2002). Journalistic and commercial news values. *Nordicom Review*, 23(1–2), 137–152.
<https://doi.org/10.1515/nor-2017-0327>
- Babbie, E. (2020). *The practice of social research* (14th edition). Cengage Learning, Inc.
- Barthel, M., Mitchell, A., Asare-Marfo, D., Kennedy, C., & Worden, K. (2020). Measuring news consumption in a digital era. *Pew Research Center, Washington, DC*.
- Beunders, H. (2018). *Hoeveel recht heeft de emotie?: straffen in de slachtoffercultuur*. Amsterdam University Press.
- Belleman, S., Boldewijn, W. (hosts). 2022, 29 januari. Waarom zou een moeder haar kind in een vuilcontainer dumpen? [Podcastaflevering]. In *De zaak ontleed*. De Telegraaf. Geraadpleegd op 10 februari 2022, van <https://open.spotify.com/show/6CTkSYrLpjHgBrn100zbeL?si=SJA58dPpR1uR2ry26TRMFg>
- Boling, K. S. (2019). True crime podcasting: Journalism, justice or entertainment? *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 17(2), 161–178.
https://doi.org/10.1386/rjao_00003_1
- Brouwers, A., & Den Hartog, B. (2019). *Nederlandse podcastluisteraars: Van audiobehang tot zuurstoftank*.
- Carrabine, E., Iganski, P., South, N., Lee, M., Turton, J., & Plummer, K. (2004). *Criminology: A sociological introduction* (1e editie). Routledge.
- CBS. (2018, 30 juni). Onderwijs - cijfers - maatschappij. Trends in Nederland 2018. Geraadpleegd op 31 mei 2022, van <https://longreads.cbs.nl/trends18/maatschappij/cijfers/onderwijs/#:%7E:text=In%20Nederland%20heeft%20bijna%2040,heen%20in%20omvang%20vrij%20stabiel>.
- Currah, A. (2009). *What's happening to our news*. Reuters Institute for the Study of Journalism, Department of Politics and International Relations, University of Oxford (RISJ).
- De Keijser, J.W., & Elffers, H. (2008). Straffen in context: Het effect van referentiekaders op de publieke opinie over straf. *Tijdschrift voor de criminologie*, 51(3), 233-249.
- De Keijser, J. W., Van Koppen, P. J., & Elffers, H. (2006). Op de stoel van de rechter: oordeelt het publiek net zo als de strafrechter?. *Research memoranda (Raad voor de Rechtspraak)*, 2(2), 1-78.

- De Keijser, J. W., Van Koppen, P. J., & Elffers, H. (2007). Bridging the gap between judges and the public? A multi-method study. *Journal of Experimental Criminology*, 3(2), 131–161.
<https://doi.org/10.1007/s11292-007-9031-3>
- Dekker, P., & van der Meer, T. W. G. (2007). *Vertrouwen in de rechtspraak nader onderzocht*. SCP.
- Durham, A.M., Elrod, H. P., & Kinkade, P. T. (1995). Images of crime and justice: Murder and the “true crime” genre. *Journal of Criminal Justice*, 23(2), 143-152.
[https://doi.org/10.1016/0047-2352\(95\)00002-8](https://doi.org/10.1016/0047-2352(95)00002-8)
- EenVandaag. (2020, 25 september). *Hoort Nederland bij de strengst straffende landen van Europa? Het idee dat we heel erg soft zijn, is verleden tijd*. Geraadpleegd op 6 februari 2022, van
<https://eenvandaag.avrotros.nl/item/hoort-nederland-bij-de-strengststraffende-landen-van-europa-het-idee-dat-we-heel-erg-soft-zijn-is/>
- Galtung, J. & Ruge, M. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research* 2(1), 64–91.
- Gene Zucker, H. (1978). The Variable Nature of News Media Influence. *Annals of the International Communication Association*, 2(1), 225–240.
<https://doi.org/10.1080/23808985.1978.11923728>
- Greer, C. R. (2007). *News media, victims and crime* (pp. 21-49). Sage Publications.
- Grewal, R., Gupta, S., & Hamilton, R. (2021). Marketing insights from multimedia data: Text, image, audio, and video. *Journal of Marketing Research*, 58(6), 1025–1033.
<https://doi.org/10.1177/00222437211054601>
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems*. Cambridge University Press.
- Harcup, T., & O’Neill, D. (2016). What is news? *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488.
<https://doi.org/10.1080/1461670x.2016.1150193>
- Harcup, T. (2020). *What’s the Point of News?* (1e editie). Springer Publishing.
- Hjarvard, S. (2018). Networks of change: The sociology of network media. *Second International Handbook of Internet Research*, 1–23.
https://doi.org/10.1007/978-94-024-1202-4_44-1

- Hoxha, A., & Hanitzsch, T. (2017). How conflict news comes into being: Reconstructing 'reality' through telling stories. *Media, War & Conflict*, 11(1), 46–64.
<https://doi.org/10.1177/1750635217727313>
- Karlsen, R., Beyer, A., & Steen-Johnsen, K. (2020). Do High-Choice media environments facilitate news avoidance? A longitudinal study 1997–2016. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 64(5), 794–814.
<https://doi.org/10.1080/08838151.2020.1835428>
- Kepplinger, H.M. (2008). Effects of the News Media on Public Opinion. In: *The Sage Handbook of Public Opinion Research*. Sage Publications.
- Korzilius, H. (2000). *De kern van survey-onderzoek*. Van Gorcum.
- Kosho, J. (2016). Media influence on public opinion attitudes toward the migration crisis. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 5(5), 86-91.
- Kvalheim, N., & Barland, J. (2019). Commercialization of journalism. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*.
<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.788>
- Le Masurier, M. (2014). What is slow journalism? *Journalism Practice*, 9(2), 138–152.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2014.916471>
- Lembrechts, L. (2007). Het onveiligheidsgevoel als media-effect. *Tijdschrift voor criminologie*, 49(3), 277–290.
- De Leeuw, E. D., Hox, J. J., & Dillman, D. A. (2008). *International handbook of survey methodology*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Malsch, M., & Nijboer, J. F. (2005). *De zichtbaarheid van het recht. Openbaarheid van de strafrechtspiegeling*. Kluwer.
- McCombs, M., Holbert, R. L., Kioussis, S., & Wanta, W. (2011). *The news and public opinion: Media effects on civic life*. Polity Press.
- McCombs, M., & Valenzuela, S. (2020). *Setting the agenda: Mass media and public opinion*. John Wiley & Sons.
- Moeder ontkent dat ze baby in container achterliet: "Houd van mijn kinderen"*. (2021, 17 augustus). RTL Nieuws. Geraadpleegd op 18 mei 2022, van
<https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/nederland/artikel/5248525/containerbaby-moeder-rechtszaak-slootermere-rechtbank-amsterdam>

- Moy, P., Tewksbury, D., & Rinke, E. M. (2016). Agenda-Setting, priming, and framing. *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*, 1–13.
<https://doi.org/10.1002/9781118766804.wbiect266>
- Mutz, D. C. (2015). *In-your-face politics: The consequences of uncivil media*. Princeton University Press.
- Olatunji, B. O., & Puncochar, B. D. (2014). Delineating the influence of emotion and reason on morality and punishment. *Review of General Psychology*, 18(3), 186-207.
<http://dx.doi.org/10.1037/gpr0000010>
- OM eist vier jaar cel tegen moeder “containerbaby” voor poging doodslag.* (2022, 27 januari). NH Nieuws. Geraadpleegd op 18 mei 2022, van
<https://www.nhnieuws.nl/nieuws/298546/om-eist-vier-jaar-cel-tegen-moeder-containerbaby-voor-poging-doodslag>
- Park, C. S. (2019). Does too much news on social media discourage news seeking? Mediating role of news efficacy between perceived news overload and news avoidance on social media. *Social Media + Society*, 5(3).
<https://doi.org/10.1177/2056305119872956>
- Pen, H. (2021, 18 augustus). *Moeder Slotermeerbaby: ‘Vader dumppte baby in vuilcontainer’*. Het Parool. Geraadpleegd op 18 mei 2022, van
<https://www.parool.nl/amsterdam/moeder-slotermeerbaby-vader-dumppte-baby-in-vuilcontainer~b00e5211/>
- Potter, W.J. (2012). *Media effects*. Sage Publications.
- Rechtbank Amsterdam. (2022, 10 februari). *ECLI:NL:RBAMS:2022:476*. Rechtspraak.nl.
<https://uitspraken.rechtspraak.nl/inziendocument?id=ECLI:NL:RBAMS:2022:476>
- Reese, S. D., & Shoemaker, P. J. (2016). A media sociology for the networked public sphere: The hierarchy of influences model. *Mass Communication and Society*, 19(4), 389–410.
<https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1174268>
- Reeves, B., & Nass, C. I. (1996). *The media equation: How people treat computers, television, and new media like real people and places*. CSLI Publications; Cambridge University Press.
- Roberts, J. & Hough, M. (2002). *Changing Attitudes to Punishment. Public opinion, crime and justice*. Willian Publishing.
- Samuel-Azran, T., Laor, T. and Tal, D. (2019). "Who listens to podcasts, and why?: the

- Israeli case", *Online Information Review*, 43(4), 482-495.
<https://doi.org/10.1108/OIR-04-2017-0119>
- Singer, E., & Bossarte, R. M. (2006). Incentives for survey participation. *American Journal of Preventive Medicine*, 31(5), 411–418.
<https://doi.org/10.1016/j.amepre.2006.07.013>
- Skovsgaard, M., & Andersen, K. (2019). Conceptualizing news avoidance: Towards a shared understanding of different causes and potential solutions. *Journalism Studies*, 21(4), 459–476.
<https://doi.org/10.1080/1461670x.2019.1686410>
- Sydnor, E. (2017). Platforms for incivility: Examining perceptions across different media formats. *Political Communication*, 35(1), 97–116.
<https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1355857>
- Van der Maden, M., Malsch, M., & De Keijser, J. (2017). Waarom wil de burger toch steeds dat rechters zwaarder straffen? *TREMA*, 180–183.
- Verdusco, L. M. (2016). What are podcasts? *Home Healthcare Now*, 34(4), 224–225.
<https://doi.org/10.1097/nhh.0000000000000380>
- Vu, H. T. (2013). The online audience as gatekeeper: The influence of reader metrics on news editorial selection. *Journalism*, 15(8), 1094–1110.
<https://doi.org/10.1177/1464884913504259>
- Welbers, K., Van Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., Ruigrok, N., & Schaper, J. (2016). News selection criteria in the digital age: Professional norms versus online audience metrics. *Journalism*, 17(8), 1037–1053.
<https://doi.org/10.1177/1464884915595474>
- Yu, S., Alper, H. E., Nguyen, A. M., Brackbill, R. M., Turner, L., Walker, D. J., Maslow, C. B., & Zweig, K. C. (2017). The effectiveness of a monetary incentive offer on survey response rates and response completeness in a longitudinal study. *BMC Medical Research Methodology*, 17(1).
<https://doi.org/10.1186/s12874-017-0353-1>

Bijlage A

De vragenlijst die gebruikt is voor het experiment

Beste participant,

Allereerst hartelijk dank voor uw interesse in dit onderzoek. Ik ben Renée de Coninck en ik rond momenteel de master Media & Journalistiek aan de Erasmus Universiteit af met een afstudeerthesis.

Ik nodig u bij dezen uit om ten behoeve van het onderzoek voor deze afstudeerthesis een vragenlijst in te vullen. Ik wil u vragen om de volgende informatie **aandachtig** te lezen, zodat u inzicht krijgt in wat uw deelname inhoudt.

Ik doe onderzoek naar nieuwsmedia en het Nederlandse strafrecht door middel van het uitvoeren van een experiment.

Wanneer u besluit deel te nemen aan dit experiment, krijgt u een aantal vragen. De eerste vragen zijn bedoeld om demografische data te verzamelen, zoals gender, leeftijd en opleidingsniveau. Daarna krijgt u iets te **lezen of te horen** over een Nederlandse strafzaak. Houd dus voor de zekerheid een koptelefoon of oortjes bij de hand.

U kunt niet kiezen welk fragment u krijgt, de toekenning is compleet **willekeurig**. Wanneer u het fragment gelezen of beluisterd hebt, krijgt u hier ook nog een aantal vragen over. Afhankelijk van welk fragment u krijgt, duurt het experiment in totaal **5 tot 25 minuten**.

Ik vraag u tot slot om het volgende **aandachtig** door te nemen:

- Het invullen van de vragenlijst is bedoeld voor mensen van **18 jaar en ouder** en is **helemaal anoniem**. Dit betekent dat de antwoorden die u geeft, niet naar u te herleiden zijn.
- Er zijn **geen** goede of foute antwoorden bij deze vragenlijst. Het gaat om uw mening.
- Met het invullen van de vragenlijst gaat u ermee **akkoord** dat uw antwoorden anoniem worden verwerkt en worden gebruikt voor het onderzoek dat ten grondslag ligt aan dit experiment.
- Deelname aan deze vragenlijst is **vrijwillig**. Dit betekent dat u op ieder moment tijdens het invullen van de vragenlijst uw deelname kan intrekken door de vragenlijst af te sluiten, zonder opgaaf van redenen. Uw antwoord wordt pas opgeslagen als u de vragenlijst hebt **afgerond en verstuurd**.
- Alle gegevens die anoniem van u worden verzameld, worden na afloop van het onderzoek **verwijderd**. Wanneer u uw e-mailadres achterlaat, wordt deze ook na afloop van het onderzoek verwijderd.

Onder de deelnemers die de vragenlijst afronden, verzenden en hun e-mailadres achterlaten, worden twee cadeaubonnen voor bol.com van €15,- verloot.

Mocht u vragen of opmerkingen hebben, neem dan contact op met mij, de onderzoeker, via: 616408rc@eur.nl.

Het experiment start als u **rechtsonder** op het pijltje 'volgende' klikt. Veel plezier en succes met het invullen.

Bij voorbaat hartelijk dank,

met vriendelijke groet,

Renée de Coninck

Vraag 1: Wat is uw leeftijd in jaren?

Vraag 2: Hoe identificeert u zichzelf?

- Man
- Vrouw
- Anders
- Wil ik niet zeggen

Vraag 3: Wat is uw hoogst genoten opleiding?

- Basisschool
- Middelbare school (vmbo/havo/vwo)
- MBO
- HBO
- WO
- Doctoraal
- Anders

Vraag 4: Hoeveel uur **per dag** besteedt u aan nieuwsmedia (lezen, kijken of luisteren naar)? Denk hierbij aan nieuwsmedia in de breedste zin: nieuwsapps als nu.nl, het journaal, de (online) krant, radio, nieuwspodcasts, actualiteitentalkshows, etc.

- 0-1 uren
- 2-3 uren
- 4-5 uren
- 6-7 uren
- 8-9 uren
- Meer dan 9 uren

Vraag 5: Welk medium heeft uw voorkeur als het gaat om het vergaren van nieuws? U kunt **meerdere** antwoorden invullen.

- Een nieuwsapp of -website
- Het journaal of een ander vergelijkbaar nieuwsprogramma
- De papieren krant
- De online krant
- De radio
- Een podcast
- Een actualiteitentalkshow
- Via sociale media
- Anders, namelijk: ...

Als vraag 5 wordt beantwoord met: de papieren krant, de online krant

Vraag 6: Welke krant heeft u het **afgelopen jaar** het meest gelezen?

- Het Algemeen Dagblad

- Het Financieel Dagblad
- Het NRC
- De Volkskrant
- De Telegraaf
- Trouw
- Een regionale krant
- Anders, namelijk ...

Vraag 7: Heeft u **het afgelopen jaar** weleens een podcast geluisterd? Met een podcast wordt een audio-opname bedoeld over een bepaald onderwerp dat on-demand (bijvoorbeeld via Spotify of Apple Podcast) te beluisteren is op een gegevensdrager.

- Ja
- Nee

Als vraag 7 wordt beantwoord met: ja

Vraag 8: Hoeveel uur **per week** besteedt u gemiddeld aan het luisteren van podcasts?

Als vraag 7 wordt beantwoord met: ja

Vraag 9: Welk genre podcasts luistert u het liefst? (U kunt **meerdere** antwoorden invullen)

- Economie
- Gezondheid
- Human Interest
- Kunst en Cultuur
- Literatuur
- Misdad
- Nieuws
- Persoonlijke ontwikkeling
- Politiek
- Recht
- Sport
- Tech & Wetenschap
- Anders, namelijk: ...

Stimulus 1: Wanneer u op 'volgende' klikt, krijgt u een tekst te zien. Ik wil u vragen om de tekst **aandachtig** te lezen. Dit duurt ongeveer **één minuut**. Wanneer u klaar bent, klikt u weer op 'volgende'.

Of

Stimulus 2: Wanneer u op 'volgende' klikt, krijgt u een tekst te zien. Ik wil u vragen om de tekst **aandachtig** te lezen. Dit duurt ongeveer **tien minuten**. Wanneer u klaar bent, klikt u weer op 'volgende'.

Of

Stimulus 3: U krijgt nu een deel van de aflevering van de **podcast** 'De zaak ontleed' te horen van de Telegraaf met presentator Wilson Boldewijn en rechtbankverslaggever Saskia Belleman. Er zijn een aantal delen uit de aflevering geknipt ten behoeve van het onderzoek.

De podcast duurt 22 minuten. Houd **oortjes of een koptelefoon** bij de hand als u niet in de gelegenheid bent om via de luidspreker te luisteren.

Luister de aflevering **aandachtig** en druk op 'volgende'.

Vraag 10: U heeft zojuist een tekst gelezen over een strafzaak bij de Rechtbank Amsterdam. In deze zaak gaat het om een moeder die ervan wordt verdacht haar kind in 2014 te hebben achtergelaten in een vuilcontainer. Was u, voor het lezen van de tekst, al **bekend** met deze zaak? Geef uw antwoord op een schaal van 1 tot 5, waar 1 betekent dat u helemaal niet bekend bent met de zaak en 5 wel.

- 1 - Dit is de eerste keer dat ik over deze zaak hoor.
- 2 - Het zegt me wel iets, maar ik wist de precieze feiten niet meer.
- 3 - ik weleens wat gelezen over deze zaak.
- 4 - Ik ben redelijk op de hoogte van de feiten en het proces van deze zaak.
- 5 - ik heb de zaak en het proces actief gevolgd.

Vraag 11: Wat is er uiteindelijk met de baby gebeurd die in de container was gevonden?

- Ze verblijft nu in een weeshuis.
- Ze is weer terug bij haar biologische moeder.
- Ze woont bij haar biologische vader.
- Ze is geadopteerd.

Vraag 12: In hoeverre denkt u dat de moeder schuldig is aan het achterlaten van haar baby in de vuilcontainer?

- 1 – niet schuldig
- 2
- 3
- 4
- 5 – zeker schuldig
- Weet ik niet

Vraag 13: Was u, voordat u zojuist het artikel las, al bekend met **de uitspraak van de rechter** in deze zaak?

- Ja
- Nee

Als vraag 13 wordt beantwoord met: nee

Vraag 14-a: Bij deze vraag mag u ervan uitgaan dat er genoeg bewijs is om de moeder te veroordelen voor het achterlaten van haar baby in de container.

Als u rechter zou zijn in deze zaak en u zou een straf moeten opleggen aan de moeder (en u mag alleen een onvoorwaardelijke gevangenisstraf opleggen) hoelang zou die gevangenisstraf dan moeten duren volgens u? U moet een getal invullen, dus een antwoord als 'levenslang' is **niet** mogelijk.

Let op: het gaat er hier dus **niet** om dat u goet wat de rechter in deze zaak heeft gedaan, maar om uw mening wat **u** een passende straf zou vinden.

Geef het aantal jaren en maanden aan tot maximaal één cijfer achter de komma.

Hieronder is met voorbeelden geïllustreerd op welke manier u uw antwoord dient in te vullen. De getallen van dit voorbeeld zijn willekeurig en houden dus **geen** verband met deze zaak.

6 maanden = 0,5
4 jaar en 8 maanden = 4,7
5 jaar = 5
10 jaar en 3 maanden = 10,2

Als vraag 13 wordt beantwoord met: ja

Vraag 14-b: Wat vond u van de uitspraak van de rechter?

- Ik vond de straf te hoog
- Ik vond de straf goed
- Ik vond de straf te laag

Als vraag 14-b wordt beantwoord met: 'ik vond de straf te hoog', 'ik vond de straf te laag'

Vraag 14-c: Als u rechter was geweest in deze zaak en u zou een straf moeten opleggen aan de moeder (en u mag alleen een onvoorwaardelijke gevangenisstraf opleggen) hoelang zou die gevangenisstraf dan moeten duren volgens u? U moet een getal invullen, dus een antwoord als 'levenslang' is **niet** mogelijk. Geef het aantal jaren en maanden aan tot maximaal één cijfer achter de komma. Hieronder is met voorbeelden geïllustreerd op welke manier u uw antwoord dient in te vullen. De getallen van dit voorbeeld zijn willekeurig en houden dus **geen** verband met deze zaak.

6 maanden = 0,5
4 jaar en 8 maanden = 4,7
5 jaar = 5
10 jaar en 3 maanden = 10,2

Vraag 15: In hoeverre heeft u het idee dat de onderzoeker u genoeg informatie heeft gegeven over de feiten van de zaak om een oordeel te vellen over de schuld van de moeder dan wel over de op te leggen straf? (Ongeacht uw eventuele voorkennis over de zaak)

- 1 – Veel te weinig informatie
- 2
- 3
- 4
- 5 – Genoeg informatie
- Weet ik niet

Vraag 16: In hoeverre vindt u dat de moeder, wanneer zij vrij is, de voogdij terug zou moeten krijgen over de achtergelaten baby in de vuilcontainer?

- 1 – onder geen enkele voorwaarde.
- 2
- 3
- 4
- 5 – De moeder moet de voogdij terugkrijgen.
- Weet ik niet

Vraag 17: Wat vindt u in het algemeen van de straffen die de strafrechter in Nederland oplegt aan daders?

- Te laag
- Passend/goed

- Te hoog

Vraag 18: Hoe zou u uw eigen kennis over het Nederlandse strafrecht beoordelen op een schaal van 1 tot 5? Tussen de haakjes is ter verduidelijking een indicatie gegeven.

- 1 - (Ik heb helemaal geen kennis over het Nederlandse strafrecht)
- 2 - (Ik krijg soms wat mee via nieuwsmedia)
- 3 - (Ik krijg vaak wat mee via nieuwsmedia en verdiep me er graag in)
- 4 - (Ik heb een juridische opleiding (niet gespecialiseerd in het strafrecht))
- 5 - (Ik heb een opleiding gevolgd in het Nederlandse strafrecht en/of ben werkzaam in het Nederlandse strafrechtstelsel)

Vraag 19: Wilt u kans maken op één van de Bol.com cadeaubonnen ter waarde van 15 euro?

Uw e-mailadres wordt losgekoppeld van uw reactie op de overige vragen. Uw antwoorden bij het experiment blijven dus anoniem.

- Ja, mijn e-mailadres is: ...
- Nee

Bedankt voor het invullen van deze vragenlijst ten behoeve van het experiment voor mijn afstudeeronderzoek.

De focus van dit experiment lag op verschillende mediaproducties en hoe dit zich verhoudt tot de mening die de participant heeft over een strafzaak, in relatie tot demografische kenmerken. Hierbij ligt ook nadruk op de rol die een misdaadpodcast hierin speelt.

Bent u benieuwd naar de resultaten van het experiment? Laat dan uw e-mailadres achter. Uw gegevens worden losgekoppeld van uw reactie. Uw reactie blijft dus anoniem.

Voor vragen en/of opmerkingen, neem dan contact op met de onderzoeker, via: 616408rc@eur.nl.

Let op! Vergeet tot slot niet op 'volgende' te drukken zodat uw antwoorden worden opgeslagen.

Bedankt!

Vraag 20: Ja, ik wil graag op de hoogte worden gehouden! Mijn e-mailadres is: ...

Bijlage B

Stimulusmateriaal, het nieuwsbericht

Moeder ontkent dumpen 'containerbaby': 'Kinderen zijn alles voor me'

De vrouw die ervan verdacht wordt dat ze haar pasgeboren baby in 2014 in een plastic tas achtergelaten in een ondergrondse container in Amsterdam, blijft ontkennen dat ze de dader is. Dat bleek tijdens de zitting bij de rechtbank in Amsterdam.

Het kindje werd destijds gevonden nadat een voorbijganger in de Fritz Conijnstraat huilgeluiden uit een ondergrondse vuilcontainer had horen komen. De politie wist het meisje met behulp van de brandweer levend uit de container te bevrijden.

De 31-jarige moeder, die in april dit jaar door middel van een match met een vingerafdruk in Duitsland werd gearresteerd, wordt verdacht van poging tot kindermoord. Zelf zegt de vrouw, die op Madagaskar is geboren en via een tolk spreekt, dat de vader van het kind de baby moet hebben gedumpt, maar die man is spoorloos. Deskundigen in de rechtszaal oordelen dat de vrouw zwakbegaafd is.

Tijdens een eerder verhoor zei de moeder dat ze haar kind in een plastic tas heeft gestopt, maar later trok ze die verklaring in. "Mijn kinderen zijn alles voor me", zei ze tegen de rechter.

De moeder heeft zes kinderen, de oudste dochter woont in Madagaskar, drie kinderen verblijven bij haar vriend. Haar jongste dochtertje is bij haar in de gevangenis. Er is geen aanleiding voor het OM om te twijfelen aan of de moeder in staat is om voor de overige kinderen te zorgen.

Volgens het inmiddels Openbaar Ministerie gaat het goed met de baby uit de container. Zij is inmiddels zeven jaar en geadopteerd door een gezin. Het is hoogst onwaarschijnlijk dat de moeder ooit weer voogdij krijgt over het kind.

Er is ... geëist. De advocaat van de moeder vroeg om vrijspraak, volgens hem is het onvoldoende duidelijk dat zij degene was die het kindje in de container heeft achtergelaten.

Bijlage C

Stimulusmateriaal, het achtergrondartikel

Vrouw die haar baby in een container zou hebben gedumpt voor de rechter

Een bijzondere vondst van een baby in Amsterdam Sloterveer van wie de ouders onbekend bleven. Nu zeven jaar later staat de moeder die haar pasgeboren baby zou hebben achterlaten in een plastic tas in een ondergrondse afvalcontainer alsnog terecht. Wat is er gebeurd die bewuste avond en nog belangrijker: waarom?

Het was groot nieuws in 2014. Veel mensen zullen het zich nog wel herinneren: de baby die levend werd gevonden in een vuilcontainer van drie meter diep aan de Fritz Conijnstraat in Amsterdam op 26 oktober 2014. Dat het meisje het heeft overleefd was een wonder, het was namelijk maar negen graden buiten.

Huilgeluiden in de container

De baby werd bij toeval opgemerkt door een vrouw die thuiskwam van haar nachtdienst en gehuil hoorde. “We werden gebeld dat er huilgeluiden uit een ondergrondse container kwamen, we zijn daar toen meteen naartoe gegaan.” aldus politiewoordvoerder Rob van der Veen. “We hoorden daar inderdaad een baby’tje. Het was bizar. Ik had het nog nooit eerder meegemaakt.” Eén van de brandweermannen die ook ter plaatse kwam, stuitte op een plastic zak en maakte die open. Daar trof hij de baby aan. De oogjes dicht, speen in de monden een rompertje met de tekst “Ik hou van opa”.

Het kind heeft een enorme val plus een aantal vuilniszakken op haar overleefd. Ze woog zelf niet meer dan 2300 gram. Waarschijnlijk heeft ze niet lang in de container gelegen, want dat had ze niet overleefd en dan was ze waarschijnlijk nooit gevonden, aldus het OM. De officier maakt dan ook tijdens de rechtszaak duidelijk dat het gooien van een baby in een container betekent dat het de bedoeling is dat de baby het niet zou overleven.

Een vingerafdruk bood uitsluitel

Destijds bleek het onmogelijk om de ouders van het meisje te vinden. Daarom ging de politie

tot het uiterste en zijn ze langsgegaan bij alle ouders die kort daarvoor een dochter hadden gekregen in Amsterdam. Ze wilden weten of de kinderen er nog waren. Het was destijds een noodoplossing: de ziekenhuizen in Amsterdam konden geen informatie geven omdat zij zich beriepen op hun medisch beroepsgeheim.

Maar de zoektocht mocht niet baten. Uiteindelijk was het een match met een vingerafdruk die destijds bij de baby werd gevonden die jaren later tot een doorbraak in de zaak leidde. “Op de plastic zak bij de baby zat een vingerafdruk en die is in de databank gegaan” vertelt een woordvoerder van het OM, “dit heeft in 2021 tot een match geleid met een vrouw die in Duitsland voor een winkeldiefstal was aangehouden”.

Het blijkt te gaan om Todisoa R. Uit een DNA-test blijkt dat ze de moeder is van het meisje. Todisoa R. komt uit Madagaskar en heeft inmiddels nog vijf kinderen, buiten het kindje in de container: een twaalfjarige dochter die nog op Madagaskar woont, drie jongetjes tussen de leeftijd van twee en zes en een baby'tje van een jaar oud. De moeder zit in detentie tijdens het proces en deze baby mag bij haar in de gevangenis verblijven.

Todisoa houdt vol dat zij niet degene was die het kindje in de vuilcontainer achterliet. Maar het lastige is dat ze heel veel verschillende verhalen heeft verteld.

Verschillende versies

Verhaal nummer één, waarvan het eerste deel vast staat, is dat ze in 2014 is bevallen van het kind op straat en in België is opgenomen in een ziekenhuis. Toen is ze in een ambulance van België naar het AMC te Amsterdam gebracht. Dit was waarschijnlijk vanwege capaciteitsgebrek of noodzaak aan specialistische zorg, het kindje was namelijk te vroeg geboren. Ze verbleef een maand in het AMC in Amsterdam en wilde toen met haar kind naar een vriendin in België gaan. Dit mocht van het AMC. Op 25 oktober 2014 is ze vertrokken.

Vanaf dit moment lopen de verhalen uiteen. Ze vertelt zelf dat ze de vader van het kind, die Kaba zou heten, had gebeld. Hij zou haar naar station Sloterdijk hebben laten komen. Hij zou haar toen naar een huis hebben gebracht, naar een kelder, “waar ook een man met een gouden tand was”. Het is niet duidelijk wie die man zou zijn. Ze zou daar wat te eten en te drinken hebben gekregen en in slaap zijn gevallen. Todisoa R. vertelt dat toen ze wakker werd, het

kind opeens weg was. Kaba zou hebben gezegd dat de baby was overleden en hij haar al had begraven.

Het bleek dat een zus van Todisoa R. in de buurt van de container woonde. De gedachte van het OM was dan ook al snel dat ze misschien onderweg was naar haar zus. Ze zegt namelijk zelf in een tweede versie van het verhaal dat ze vanaf station Sloterdijk kwam en is gaan lopen. Toen realiseerde ze zich, zo vertelde ze, dat haar kindje dood was en “hem toen in de prullenbak heeft gegooid.” Ze ontkent echter dat ze onderweg was naar de woning van haar zus. Dat ze daar was, was volgens haar toeval.

In een derde versie van het verhaal vertelt ze dat ze in een park in de Bijlmer was verkracht door een onbekende man. Hierdoor zou ze zwanger zijn geraakt. Dit zou achteraf weer Kaba zijn, de vader van het kind uit het eerste verhaal. Ze zou hem dus wel hebben gekend. Toen ze zwanger bleek te zijn, wilde hij niet dat ze het kind zou houden, maar dit heeft ze toch gedaan. Er is echter nooit officieel vastgesteld dat die Kaba ook echt de vader zou zijn. Hij was geen verdachte in het onderzoek dus ze konden hem ook niet dwingen om DNA af te staan.

Tijdens de zitting

Wat is het juiste verhaal? Volgens het OM en de rechter staat het op basis van het gevonden DNA-bewijs vast dat de moeder zelf het kind in de container heeft gegooid. Tijdens de zitting deed ze zelf in gebroken Nederlands het woord, soms moest ze huilen, dat maakte haar nog minder verstaanbaar. De emoties kwamen voor aanwezigen in de zaal oprecht over. Maar de officier van justitie is niet overtuigd: in alle andere verhoren toonde ze nooit emotie en nu tijdens de rechtszaak opeens wel.

De moeder van de baby heeft gesprekken gehad met een psycholoog, zo blijkt op de zitting, en die heeft geconstateerd dat ze zwakbegaafd is. Dit zou van invloed kunnen zijn geweest op haar handelen. Iemand die zwakbegaafd is, is vaak niet in staat om ingewikkelde problemen op te lossen of gevolgen van daden te overzien.

Voor de aanwezigen op de zitting gebeurde er nog iets opvallends: de vrouw kwam met één van haar kinderen naar de rechtbank, de baby van ongeveer een jaar oud die bij haar in de

gevangenis verblijft. Het viel op dat ze veel aandacht en liefde had voor haar kindje.

Hoe nu verder?

De baby in de container is nu zeven jaar oud. Ze is geadopteerd en maakt het goed. De officier merkte tijdens de zitting op dat het niet is uitgesloten dat het meisje in de toekomst last gaat krijgen van psychische problemen. Het is zeer onwaarschijnlijk dat Todisoa R. ooit voogdij zal krijgen over het meisje.

Wat betreft de andere kinderen ziet jeugdzorg geen aanleiding dat de moeder een gevaar is voor hen. Ze lijkt goed voor de kinderen te zorgen en veel liefde te tonen. Ze heeft inmiddels een nieuwe partner en die helpt met de zorg voor hen. Todisoa R. wil niet terug naar Madagaskar, maar moet dat uiteindelijk waarschijnlijk wel. Ze heeft daar geen huis, geen leven en haar kinderen spreken de taal niet.

De strafeis

De eis van het OM was ... voor poging doodslag. Er is tijdens de zitting kort aandacht besteed aan het feit dat er soms lichtere straffen worden gegeven voor moeders die vlak na de bevalling hun kinderen willen ombrengen. Dit vanwege de vaak mindere toerekeningsvatbaarheid van de moeder. Daar was echter volgens de officier in deze zaak geen sprake van.

De advocaat van Todisoa R. vroeg om vrijspraak, het was volgens hem te onduidelijk of ze het nou had gedaan of niet. Er zou onvoldoende bewijs zijn dat zij degene was die het kindje in de vuilniscontainer had gegooid en niet iemand anders.

Bijlage D

Stimulusmateriaal, de podcast

<https://drive.google.com/file/d/1Tf8UG6TL0F9wolqprBakA24ZZ0osJ4--/view?usp=sharing>

Bijlage E

Frequenties leeftijden participanten



