

Nederlands grote MeToo schandaal

Een vergelijkend onderzoek naar de impact op mannen en vrouwen van het nieuws over misstanden bij *TVOH*

Student Name: Fleur van Leeuwen

Student Number: 471201

Supervisor: Dr. Bernadette Kester

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

Master's Thesis

June 2022

NEDERLANDS GROTE METOO SCHANDAAL

Een vergelijkend onderzoek naar de impact op mannen en vrouwen van het nieuws over misstanden bij *TVOH*

ABSTRACT

In januari 2022 kwam het online consumentenprogramma *BOOS* naar buiten met schokkende onthullingen rondom seksueel grensoverschrijdend gedrag bij de populaire talentenjacht *The Voice of Holland*. Deze gebeurtenissen bij *TVOH* en de mediastorm die daarop volgde vertonen sterke parallellen met de opkomst en ontwikkelingen van de #MeToo-beweging in de Verenigde Staten. Dit onderzoek beantwoordt de vraag wat het verschil is in de impact van de gebeurtenissen bij *TVOH* bij jonge mannen en jonge vrouwen. Dit onderzoek is uitgevoerd door middel van twaalf diepte-interviews met zes mannen en zes vrouwen die het nieuws rondom *TVOH* hebben gevolgd. Een kwalitatieve thematische content analyse is gebruikt om de onderzoeksvraag te beantwoorden. Vrouwen komen seksueel grensoverschrijdend gedrag vaak tegen in hun dagelijks leven. Uit dit onderzoek blijkt dat vrouwen met deze ervaringen voor mannen een ‘de ander’ waren omdat zij zelf deze ervaringen niet hadden. Dat zorgt ervoor dat mannen anders op het nieuws reageren dan vrouwen. Vrouwen ervoeren sterkere emoties van woede en frustratie bij het nieuws. Vrouwen konden zich beter identificeren met en verplaatsen in de slachtoffers en trokken hun verhalen niet in twijfel. Mannen benaderden de getuigenissen met een meer kritische blik door vragen te stellen bij de rol van het slachtoffer in de incidenten. Bovendien konden mannen zich beter verplaatsen in de positie van de daders terwijl vrouwen daar geen empathie voor toonden. Dit onderzoek kan gebruikt worden om verdere ontwikkelingen van de #MeToo-beweging te duiden. Het helpt ons reacties van zowel mannen als vrouwen te begrijpen en toont waar nog winst te behalen is op het gebied van het afkeuren van grensoverschrijdend gedrag. Bovendien toont het een nieuwe toepassing van het concept van *distant suffering* (Von Engelhardt & Jansz, 2014) wat laat zien dat het begrip niet alleen in de context van geografische afstand begrepen hoeft te worden.

KEYWORDS: *#MeToo, Distant other, seksueel grensoverschrijdend gedrag, gender, compassion fatigue*

Inhoudsopgave

1. INTRODUCTIE	4
2. THEORETISCH KADER	6
2.1 SEKSUELE INTIMIDATIE IN DE MEDIA	6
2.2 SEKSUELE SOCIALISATIE EN GENDER	9
2.3 JOURNALISTIEK EN EMOTIES	10
2.4 DISTANT SUFFERING	13
2.5 GEBRUIKSMOTIVATIES	17
3. METHODE	19
3.1 SAMPLE	19
3.2 OPERATIONALISATIE EN DATAVERZAMELING	20
3.3 ANALYSE	21
4. RESULTATEN	24
4.1 ANALYSE VROUWEN	24
4.1.1 Schok en walging	24
4.1.2 Het effect	25
4.1.3 Beperkte indruk	26
4.1.4 Schuld (?)	28
4.1.5 Identificatie	29
4.1.6 Motivaties	30
4.1.7 Tim Hofman als celebrity mediator	31
4.2 ANALYSE MANNEN	32
4.2.1 Schok	32
4.2.2 Het effect	33
4.2.3 Beperkte indruk	35
4.2.4 Schuld (?)	35
4.2.5 Identificatie	37
4.2.6 Motivaties	39
4.2.7 Tim Hofman als celebrity mediator	40
4.3 VERGELIJKING TUSSEN VROUWEN EN MANNEN	42
5. CONCLUSIE	44
5.1 IMPLICATIES VOOR DE THEORIE	46
5.3 BEPERKINGEN EN AANBEVELINGEN	51
7. LITERATUURLIJST	53
APPENDIX A: CONSENT FORMULIER	57
APPENDIX B: EERSTE VERSIE ONDERWERPENLIJST	59
APPENDIX C: TWEEDE VERSIE ONDERWERPENLIJST	60
APPENDIX D: CODEBOOM	62

1. Introductie

Op 20 januari 2020 publiceerde het online consumentenprogramma *BOOS* zijn meest spraakmakende aflevering tot dan toe. In een aflevering van 80 minuten werden misstanden bij de populaire talentenjacht *The Voice of Holland (TVOH)* aan de kaak gesteld. In de uitzending deed presentator Tim Hofman uitgebreid verslag van meerdere incidenten die zich achter de schermen bij de talentenjacht hebben afgespeeld. De uitzending deed veel stof opwaaien en wat volgde was een mediastorm aan berichtgeving over *TVOH*, de daders en andere slachtoffers die met hun verhaal naar buiten traden. Vier maanden later heeft de uitzending meer dan 10 miljoen weergaven op *YouTube* (Hofman, 2022).

In de aflevering getuigden meerdere vrouwen over wat hen was overkomen tijdens hun deelname aan de talentenjacht. Aan de hand van drie verschillende daders werden de verhalen verteld: bandleider Jeroen Rietbergen en coaches Marco Borsato en Ali B. Bij Rietbergen ging het met name om het maken van ongepaste opmerkingen tegen vrouwen over hun uiterlijk en ongepast *Whatsapp*-contact waarbij hij soms dickpics verstuurde. Marco Borsato kreeg aanklachten over onzedelijke betastingen op zijn naam. Het ging daarbij meerdere keren om minderjarige meisjes. Over Ali B werd met de meeste details verteld door de slachtoffers. Meerdere vrouwen vertelden dat ze tegen hun zin in seks met hem hebben gehad of seksuele handelingen hebben uitgevoerd. In de uitzending is te zien dat een van de slachtoffers, met support van Tim Hofman, aangifte doet tegen Ali B.

Het laatste halfuur van de uitzending werd gevuld met een interview met John de Mol, directeur van Talpa, het bedrijf dat *TVOH* produceert. Daarin kreeg hij een kans om te reageren op de verhalen over grensoverschrijdend gedrag bij *TVOH*. In het interview wordt veel gezegd maar wat de meeste kijkers het meest bijblijft is ontbreken van empathie voor de slachtoffers. De Mol riep vrouwen op om eerder aan de bel te trekken zodat misstanden eerder opgelost kunnen worden maar suggereert niet dat mannen hun gedrag aan moeten passen.

Al voor de uitzending op 20 januari was er veel te doen om de *BOOS*-aflevering. De makers van *BOOS* stuurden voorafgaand aan de uitzending een mail naar RTL waarin de aantijgingen werden aangekaart. Als reactie daarop kwam RTL met een statement naar buiten en werd het seizoen *TVOH* dat in die weken werd uitgezonden per direct opgeschort. Rietbergen bekende zijn daden diezelfde dag terwijl Ali B alles ontkende. Door deze gebeurtenissen waren veel mensen benieuwd naar wat zich dan precies heeft afgespeeld bij *TVOH*, maar de aangekondigde *BOOS*-aflevering liet nog een paar dagen op zich wachten.

Hofman gaf aan de uitzending niet te willen vervroegen omdat ze zorgvuldig te werk wilden gaan (Segers, 2022). Tijdens deze dagen werd er in de media veel gespeculeerd over de gebeurtenissen. Deze media-aandacht nam grote vormen aan en zorgde ervoor dat het onderwerp bij veel Nederlanders leefde. Binnen 24 uur werd de *BOOS*-aflevering meer dan twee miljoen keer bekeken.

Destijds werd er gespeculeerd of deze gebeurtenis een tekenend evenement zou blijven in de Nederlandse mediageschiedenis. Na de uitzending volgde er een nieuwe golf van transparantie over ervaringen met seksueel grensoverschrijdend gedrag. Het nieuws zou een blijvende verandering kunnen brengen in hoe er in Nederland gesproken wordt over seksueel grensoverschrijdend gedrag. Zeker in jongere leeftijdsgroepen, waar veel mensen het werk van Tim Hofman volgen, werd veel gesproken over het nieuws. Dit onderzoek probeert daarom de volgende vraag te beantwoorden:

Hoe hebben jonge vrouwen het nieuws rondom seksueel grensoverschrijdend gedrag bij *TVOH* gevolgd en ervaren in vergelijking tot jonge mannen?

Het onderzoek is gericht op het verschil van nieuwsconsumptie en -ervaring tussen man en vrouw omdat in de gebeurtenissen bij *TVOH* het ging om enkel vrouwelijke slachtoffers. Dit kan de ervaring van het volgen van het nieuws en de impact ervan voor vrouwen anders hebben gemaakt.

Deze onderzoeksvraag wordt beantwoord met behulp van semi-gestructureerde diepte-interviews. Deze interviews zijn afgenomen onder zes jonge mannen en zes jonge vrouwen die destijds de *BOOS*-aflevering hebben gezien. Op de transcripten is een kwalitatieve thematische content analyse toegepast. Met behulp van de thema's die daaruit voort zijn gekomen wordt de onderzoeksvraag beantwoord.

De gebeurtenissen bij *TVOH* zijn sterk gerelateerd aan de #MeToo-beweging, die aandacht vraagt voor incidenten rondom seksueel grensoverschrijdend gedrag. Door een aantal deelnemers aan dit onderzoek werden de gebeurtenissen bij *TVOH* 'Nederland's grote MeToo-zaak' genoemd. Door de hashtag '#MeToo' te gebruiken begonnen vrouwen in 2017 veelvuldig en openhartig te delen over hun ervaringen met grensoverschrijdend gedrag. Sinds zijn opkomst is er veel geschreven over de #MeToo-beweging. Er is al veelvuldig onderzoek gedaan naar framing van de beweging in de media (Acquaviva et al., 2020). Minder onderzoek lijkt echter gedaan naar wat berichtgeving over dit soort incidenten met de nieuwsconsument doet en wat de effecten zijn op het gedrag van de nieuwsconsument. Hier is dus nog een leemte in het onderzoeksveld. Dit onderzoek kan meer inzicht bieden door te kijken naar de effecten van deze Nederlandse MeToo-zaak.

2. Theoretisch kader

2.1 Seksuele intimidatie in de media

De populaire hashtag #MeToo werd voor het eerst in een tweet gebruikt op 15 oktober 2017 door actrice Alyssa Milano. De aanleiding was een artikel in magazine *The New Yorker* over de beschuldigingen van seksueel grensoverschrijdend gedrag tegen filmproducent Harvey Weinstein. Milano riep in haar tweet alle vrouwen die te maken hebben gehad met seksuele intimidatie op om ‘#MeToo’ op hun sociale media kanalen te gebruiken. Het gebruiken en verspreiden van de hashtag is een vorm van hashtag activisme en hiermee hoopte Milano de omvang van het probleem zichtbaar te maken. In de 24 uur die volgden, werden 12 miljoen Facebook posts met de hashtag gedeeld en binnen 48 uur was de hashtag bijna een miljoen keer gebruikt op Twitter. De populariteit van de hashtag hield aan in de dagen die volgden. In de 45 dagen na de tweet van Milano werd #MeToo 85 miljoen keer gebruikt door mensen uit 85 verschillende landen (Bhattacharyya, 2018; Bogen et al., 2021; Boyle, 2019). De openheid op sociale media was groot: onderzoek van Bogen et al (2021) laat zien dat 59% van de mensen die de hashtag gebruiken ook echt een specifieke ervaring met seksuele intimidatie delen.

De hashtag werd een bekend begrip in 2017 maar de Me Too-beweging bestaat al sinds 2006. Activiste Tarana Burke begon de beweging om ondersteuning te bieden aan jonge vrouwen van kleur die ervaringen hadden met seksueel grensoverschrijdend gedrag. Milano's tweet refereerde niet direct aan deze beweging maar de actrice erkende Burke's werk later wel (Bhattacharyya, 2018; Boyle, 2019). Burke noemt seksueel grensoverschrijdend gedrag een epidemie die niet bestreden kan worden met korte uitbarstingen van media-aandacht (Page & Arcy, 2020). Wel erkent ze hoe het hashtag activisme van #MeToo bewustzijn creëert over de omvang van het probleem en de vele vormen waarin het voorkomt (Bhattacharyya, 2018).

Seksuele intimidatie kan worden gedefinieerd als leed dat een persoon wordt aangedaan door fysieke, verbale of psychologische acties van seksuele aard (Barak, 2005). De acties komen vaak voor in relaties waar er sprake is van ongelijke machtsverhoudingen (Barak, 2005; Bhattacharyya, 2018). Juridisch gezien wordt seksuele intimidatie opgedeeld in twee soorten gedraging: ‘voor-wat-hoort-wat’-intimidatie en het creëren van een onveilige omgeving. Bij ‘voor-wat-hoort-wat’-intimidatie worden seksuele handelingen gebruikt als een voorwaarde om iets te krijgen, denk bijvoorbeeld aan een promotie binnen een bedrijf. Hier gaat het dus ook vaak om ongelijke machtsverhoudingen. De andere vorm van

intimidatie gaat over het gedrag waardoor bijvoorbeeld een werkplek onveilig voelt. Denk aan seksueel getinte grappen en aanrakingen op ongepaste plekken (Welsh, 1999). In de literatuur wordt seksuele intimidatie op meer verschillende manieren gecategoriseerd (Barak, 2005) maar voor de strekking van dit onderzoek is de juridische categorisatie voldoende.

Dat de omvang van het probleem groot is blijkt ook uit veel statistieken rondom het thema. Een verslag van de Verenigde Naties (onderdeel van hun *Campaign to End Violence Against Women*) toont aan dat in de Verenigde Staten 83% van de meisjes tussen de 12 en 16 jaar een ervaring hebben met seksuele intimidatie. Meldpunten voor verkrachting uit het Verenigd Koninkrijk ontvangen jaarlijk 85 duizend meldingen over verkrachting bij vrouwen (Bhattacharyya, 2018). Ook in Nederland is het probleem van seksuele intimidatie groot. Volgens het Centraal Bureau voor Statistiek zijn er jaarlijks 100 duizend slachtoffers van aanranding, verkrachting of misbruik en 90% daarvan is vrouw. Wanneer je ook niet-fysiek geweld, zoals nakijken, nafluiten of online intimidatie, meetelt gaat het jaarlijks om 1,6 miljoen personen van 16 jaar of ouder (CBS, 2020).

In veel gevallen zijn vrouwen het slachtoffer van seksuele intimidatie maar het is belangrijk om te benoemen dat het ook kan gaan om vrouwen in machtsposities die misbruik maken van ondergeschikte mannen of misbruik in homoseksuele relaties (Bhattacharyya, 2018; Bogen et al., 2021).

De beweging had op veel verschillende manieren impact. Vanaf het eerste massale gebruik van #MeToo in 2017 werd de schaal van het probleem plotseling zichtbaar voor iedereen die gebruik maakt van sociale media. Veel vrouwen deelden in korte berichten hun ervaringen met seksuele intimidatie. Het massaal delen van deze berichten leek een krachtig hulpmiddel voor politiek protest. In een korte tijd stond het onderwerp op de nieuws- en politieke agenda (Bogen et al., 2021). Wat #MeToo bijzonder maakte is niet alleen dat slachtoffers een laagdrempelige manier hadden om zich uit te spreken, maar ook dat dit door een enorm publiek gehoord kon worden dankzij de wijdverspreidheid van sociale media. Bovendien heeft de beweging veel ruimte gegeven voor discussie over het onderwerp in bijvoorbeeld de mainstream media (Boyle, 2019). Ook na de mediastorm rond *TVOH* was er in de media opnieuw veel aandacht en discussie over seksueel grensoverschrijdend gedrag. Bovendien heeft de vergrote aandacht voor intimidatie en de normalisatie van gesprek er over, op veel plekken geleid tot meer meldingen van verkrachting en aangiftes tegen daders. Slachtoffers lijken steeds vaker ruimte te voelen om te praten over wat hen is overkomen (Boyle, 2019).

Ook in Nederland zorgde de beweging voor opschudding. In de jaren na het eerste gebruik van de hashtag druppelden er beschuldigingen binnen tegen verschillende namen uit de mediawereld zoals Gijs van Dam en Job Gosschalk. De Landelijke Vereniging van Vertrouwenspersonen zag tussen 2017 en 2020 een grote stijging in de vraag naar vertrouwenspersonen op de werkvloer (NOS, 2020).

Dit gesprek over ervaringen met grensoverschrijdend gedrag is belangrijker dan het aanvankelijk lijkt. Praten over traumatische ervaringen is bewezen effectief bij de verwerking er van. Een begripvolle reactie van de omgeving werkt daarbij extra helend (Bogen et al., 2021). Dankzij de #MeToo-beweging konden veel slachtoffers op meer begrip en support van hun omgeving rekenen. De beweging heeft in gang gezet dat er veel over het onderwerp en over slachtofferhulp geschreven is. Deze laagdrempelige manier voor slachtoffers om informatie of hulp op te zoeken online heeft ook een bewezen positieve impact gehad op de traumaverwerking (Bogen et al., 2021).

Deze toename in hulp en support voor slachtoffers is een mooie ontwikkeling maar wel slechts symptoombestrijding. De wortel van het probleem ligt bij het gedrag van de daders. Er lijken echter ook aanwijzingen te zijn dat de #MeToo-beweging het gedrag van mannen richting vrouwen positief heeft beïnvloed (Bhattacharyya, 2018). Zo volgde er als reactie op #MeToo het gebruik van de hashtag #HowIWillChange waarbij mannen reageerden op de negatieve ervaringen van vrouwen en zich voornamen om het in het vervolg anders te doen. Die voornemens gingen bijvoorbeeld over het aanspreken van andere mannen op hun gedrag, luisteren naar de ervaringen van vrouwen of het kritisch bekijken van hun eigen rol in het probleem (PettyJohn et al., 2019).

Ondanks deze verbeteringen is de #MeToo-beweging nog steeds relevant. Niet in de laatste plaats omdat er nog steeds regelmatig verhalen van seksueel grensoverschrijdend gedrag naar buiten komen, zoals de recente gebeurtenissen bij *TVOH*. Daarnaast stuit de beweging ook nog steeds op weerstand. Zo zijn er critici die zeggen dat de beweging te ver gaat en dat er een soort heksenjacht op mannen is ontstaan. Sommige critici spreken over het gevoel niks meer goed te kunnen doen tegenover vrouwen (Bhattacharyya, 2018). Ook is er nog niet altijd voldoende begrip voor de slachtoffers in het verhaal. Critici stellen vaak de vraag waarom ze niet eerder met hun verhaal naar buiten zijn gekomen of trekken de onschuld van het slachtoffer in twijfel. Dit zogeheten *victim blaming* lijkt een hardnekkig tegengeluid tegenover de support voor de slachtoffers en laat zien dat er nog steeds veel verandering nodig is (Bhattacharyya, 2018; Maruna & Pali, 2020).

2.2 Seksuele socialisatie en gender

Aan de grondslag van veel van problemen rondom seksueel ongewenst gedrag liggen de verschillen in seksuele socialisatie tussen mannen en vrouwen. De seksuele socialisatie is het proces waarin een persoon kennis, vaardigheden en meningen ontwikkelt en verzamelt rondom het thema seksualiteit. Deze informatie bepaalt uiteindelijk het gedrag van het individu (Shtarkshall et al., 2007; Ward, 2003). Socialisatie is een complex en langdurig proces dat al start bij de geboorte en doorgaat tot ver in het volwassen leven (Shtarkshall et al., 2007; Spanier, 1977). Het gaat bij seksuele socialisatie niet alleen om het leren van seksuele vaardigheden, normen en waarden maar ook om de ontwikkeling van een gender identiteit, het aanleren van genderrollen en het ontwikkelen van een seksuele voorkeur (heteroseksueel, homoseksueel, biseksueel, etcetera). Onderzoek toont aan dat dit socialisatie proces voor mannen en vrouwen in veel gevallen verschillend is (Lottes & Kuriloff, 1994; Ward, 2003).

In hun onderzoek onder studenten in de Verenigde Staten vonden Lottes en Kuriloff (1994) dat de ouders of opvoeders van de adolescenten de belangrijkste invloed waren op de seksuele socialisatie van de studenten, snel gevolgd door leeftijdsgenoten. Sociale wetenschappers hebben beschreven dat de traditionele seksuele socialisatie een dubbele standaard voor mannen en vrouwen benadrukt (Lottes & Kuriloff, 1994). Mannen worden aangemoedigd om een actieve houding aan te nemen in hun seksualiteit: ze mogen seks initiëren bij vrouwen en plezier hebben. Vrouwen daarentegen werden gesocialiseerd in een meer passieve rol waarbij seks alleen acceptabel was binnen een context van relatie, romantiek, liefde en toewijding. Vanaf de jaren 60' werden er meer vrije normen voor vrouwelijke seksualiteit waargenomen. Er werd verwacht dat deze verandering zou leiden tot meer seksuele gelijkheid tussen mannen en vrouwen. Later onderzoek, waaronder het onderzoek van Lottes en Kuriloff, toont echter aan dat deze beweging maar beperkte invloed had en de dubbele standaard voor seksualiteit voor mannen en vrouwen nog steeds aanhoudt (Lottes & Kuriloff, 1994).

Wat betreft de rol van ouders en leeftijdsgenoten in de seksuele socialisatie van studenten zagen Lottes en Kuriloff (1994) dat de houding richting de mannelijke seksualiteit veel toegeeflijker was dan richting vrouwen. Een toegeeflijke houding werd binnen dat onderzoek begrepen als acceptatie van veelvuldige seksuele interacties met verschillende personen. De mannelijke student zag een meer toegeeflijke houding bij zowel zijn ouders als

leeftijdsgenoten, voor vrouwen was dit minder vaak het geval. Bij vrouwen werd dus minder seksuele vrijheid aangemoedigd dan bij mannen.

Een derde belangrijke actor in seksuele socialisatie van jongvolwassenen zijn de media (Ward, 2003). Veel jongeren spenderen meer tijd met het consumeren van media dan dat ze interacties hebben met bijvoorbeeld hun ouders. Bovendien is er in de media veel seksgerelateerde content te vinden en is deze content vaak explicitier en positiever over seks dan jongeren gewend zijn in hun opvoeding (Ward, 2003). Ook in socialisatie door media is de dubbele standaard voor man en vrouw terug te zien. In een onderzoek naar content over seks in tijdschriften werd gevonden dat de mannelijkse seksualiteit als actief en fel omschreven werd. De seksuele verlangens van de man werden erkend en geaccepteerd. De vrouwelijke seksualiteit werd passief beschreven, zonder erkenning van de verlangens van de vrouw. Bovendien werden vrouwen voornamelijk gewaarschuwd en opgeroepen voorzichtig om te gaan met hun seksualiteit of werd hen verteld hoe ze zich moesten aanpassen voor een man (Ward, 2003).

In de gebeurtenissen bij *TVOH* is ook een actieve, felle seksualiteit bij de mannen terug te zien. Bij alle incidenten gaat het om mannen die een seksuele interactie initiëren. In sommige verhalen is zichtbaar dat de vrouwen zich schikken naar het gedrag van de man en daar niet goed tegenin durven te gaan. Dit heeft betrekking op de passieve en meer onderdanige houding die vrouwen is aangeleerd in hun socialisatie.

2.3 Journalistiek en emoties

In haar essay *An emotional turn in journalism studies?* beschrijft Wahl-Jorgensen (2020) de veranderende plek van emotie in het journalistieke veld. Het gaat daarbij zowel over de rol die emoties van de journalist mogen hebben in zijn of haar verslaggeving als over de effecten van content die op de emoties van het publiek inspeelt. Dit onderwerp is lange tijd onderbelicht geweest in mediastudies vanwege de belangrijke plek van objectiviteit in de journalistiek. Emotie wordt wel eens het tegenovergestelde van objectiviteit genoemd zoals bijvoorbeeld in de ideeën van socioloog Jürgen Habermas over de *public sphere* uit de late jaren '80, De public sphere is de plek waar individuen bij elkaar komen om over maatschappelijke problemen te discussieren, dit kan zowel een fysieke- als digitale plaats zijn. Volgens Habermas moet de journalist een rationele en objectieve actor zijn die zich niet laat leiden door zijn emoties (Rosas & Serrano-Puche, 2018).

Technologische ontwikkelingen hebben de journalistiek echter dusdanig veranderd dat ook emoties een nieuwe plek hebben gekregen (Wahl-Jorgensen, 2020). Op sociale media

is er bijvoorbeeld veel meer ruimte voor sensationele verhalen, geschreven vanuit een emotioneel of persoonlijk perspectief, en kan het publiek gemakkelijk de eigen emoties bij een verhaal tonen door te reageren op berichtgeving. Onderzoek toont aan dat het publiek steeds vaker op zoek is naar content die inspeelt op hun emoties. De neutrale houding van de journalist wordt vaak als niet afdoende of te afstandelijk ervaren (Meijer, 2013). Op Habermas' ideeën over de rol van de journalist kwam dan ook kritiek. Door de journalist als louter rationeel te zien wordt er voorbijgegaan aan de rol van affecten en emotie in de public sphere. Burgers die bijdragen aan de public sphere komen daar niet alleen met hun informatie en ideeën maar ook met emoties en zorgen. Het zou dus kortzichtig zijn om van journalisten te verwachten dat zij deze emoties volledig buiten beschouwing moeten laten (Rosas & Serrano-Puche, 2018).

Bovendien toont onderzoek aan dat verhalen die vanuit persoonlijk perspectief en met emoties worden verteld of geschreven beter blijven hangen bij het publiek (Wahl-Jorgensen, 2020). Door het gebruik van emoties kan de impact van het nieuws dus vergroot worden. Emoties zijn juist een hulpmiddel om de deelname aan het publieke debat te stimuleren bij de nieuwsconsument (Rosas & Serrano-Puche, 2018). Ook in de academische wereld is er steeds meer aandacht voor de relatie tussen emoties en media. Cavalcante (2018) spreekt zelfs van een 'affective turn' in onderzoek waarbij er steeds meer aandacht is voor de emotionele processen die bij individuen plaatsvinden in het lichaam.

Affecten en emoties

Een affect is een basisgevoel, onder de noemer van een affect vallen verschillende emoties. Emoties zijn meer specifieke en complexe mentale constructies (Barnes, 2013; Gibbs, 2011). Een affect komt vanzelf op in het lichaam van een individu, soms zonder dat hij of zij zich daar bewust van is. Emoties daarentegen worden bewust waargenomen en kunnen gecommuniceerd worden met anderen (Cavalcante, 2018). Bertelsen en Murphie (in Cavalcante, 2018) beschrijven verschillende manieren waarop een affect begrepen kan worden. Naast een affect als het gevoel van een individu benoemen zij ook dat affecten te maken hebben met externe factoren. We leven in affectieve velden die ons onvermijdelijk beïnvloeden. Een derde manier om naar affecten te kijken is om het te begrijpen als de combinatie van de gevoelens van het individu en de externe factoren die invloed daarop uitoefenen.

Silvian Tomkins ontwikkelde in de jaren 60 de affecttheorie waarin hij een basisset van acht affecten onderscheidde: schaamte, interesse, verrassing, vreugde, boosheid, angst,

stress en walging (Gibbs, 2011). Tomkins zag ook hoe affecten zeer aanstekelijk kunnen werken. Voornamelijk boosheid, angst en vreugde hebben dit aanstekelijke effect. Mensen die een affect (bijvoorbeeld boosheid) bij een ander zien, nemen dit gevoel over waardoor beide personen zich gevalideerd voelen in hun gevoel en het affect versterkt wordt. Bij de mediastorm rondom *TVOH* was ook zichtbaar hoe boosheid en walging zich over een steeds groter wordend publiek verspreidde. De kracht van veel media ligt niet zozeer bij het overbrengen van informatie maar bij het oproepen van deze affecten (Cavalcante, 2018).

In zijn onderzoek naar emotionele reacties op media onder LHBTI-publiek, trok Cavalcante (2018) conclusies die verder gingen dan dat media sterke emoties op kunnen roepen. Hij zag ook hoe affect en emotie bij de mediaconsument kunnen blijven hangen en zo oplopen. Wanneer media herhaaldelijk verslag doen over bepaalde gebeurtenissen of misstanden hopen de emoties bij de nieuwsconsument zich op wat uiteindelijk een uitbarsting van sterke emoties kan veroorzaken. De gebeurtenissen van *TVOH* passen bij het narratief van de vele #MeToo misstanden die al sinds het begin van de beweging in het nieuws komen. Voor veel mediaconsumenten konden hun emoties en affecten dus al maanden of jaren oplopen waardoor de reactie op het *TVOH* nieuws extra sterk was. Media zijn bovendien niet de enige factoren die bijdragen aan de cumulatie van affecten en emotie: andere maatschappelijke factoren hebben hetzelfde effect. Denk bijvoorbeeld aan eigen ervaringen met grensoverschrijdend gedrag en gesprekken over het thema.

Cavalcante (2018) zag ook hoe nieuwsconsumenten manieren aanleren om met bepaalde gevoelens om te gaan. Tomkins noemt dit 'affective scripts'. Deze scripts worden gebruikt om met negatieve affecten om te gaan en deze weer om te buigen naar iets positiefs. Het ontwikkelen van deze methodes om met negatieve affecten om te gaan noemt Cavalcante *resilient reception*. In zijn onderzoek zag hij hoe dit gedaan werd door weg te bewegen van de negatieve affecten door ander soort of minder nieuws te consumeren. Een andere vorm van resilient reception is het opgaan in iets anders. Hij zag hoe deelnemers van zijn onderzoek zich onderdompelen in media die hen konden afleiden of troosten.

Mood Management theorie

De Mood Management Theorie van Zillman (1988) zet uiteen dat de consumptie van bepaalde content of het gebruik van bepaalde media, de stemming van de consument kan veranderen. Consumenten baseren hun mediaconsumptie keuzes vaak op hun stemming of op hoe ze willen dat hun stemming wordt beïnvloed (Zillman, 1988 in Knobloch-Westerwick, 2007). Een experiment van Knobloch-Westerwick laat zien dat er een duidelijk verschil is

tussen hoe mannen en vrouwen media gebruiken om hun stemming te beïnvloeden. Vanuit psychologisch perspectief is dat niet verrassend: gender wordt gezien als de meest bepalende karakteristiek van een individu wanneer het gaat over stemmingsregulatie. Vrouwen ontwijken bijvoorbeeld vaker boze gevoelens door zichzelf af te leiden terwijl mannen meer op de boosheid blijven kauwen. Een verklaring hiervoor is de emotionele socialisatie en stereotypes van mannen en vrouwen. Boosheid wordt vaak gezien als een geaccepteerde emotie voor mannen maar niet voor vrouwen, terwijl angst en verdriet juist wel meer als acceptabel worden gezien voor vrouwen. Deze emotionele socialisatie zal ook invloed hebben op hoe mannen en vrouwen nieuws rondom *TVOH* geconsumeerd hebben en wat ze met hun emoties gedaan hebben.

2.4 Distant suffering

De verdrietige gebeurtenissen bij *TVOH* zijn in de media veelvuldig besproken. Door de media worden we dagelijks geconfronteerd met menselijk lijden uit alle hoeken van de wereld. Denk aan oorlogen, hongersnoden, fraudeschandalen en natuurrampen. Deze overvloed aan negatief of verdrietig nieuws roept vaak morele vragen op bij het publiek over hoe zij hier mee om moeten gaan en of de verslaggeving wel eerlijk verdeeld is over verschillende rampen. Het lijden van mensen die ver van het publiek af staan wordt *distant suffering* genoemd (Von Engelhardt & Jansz, 2014). De slachtoffers van de distant suffering zijn de *distant others*. Deze slachtoffers staan vaak zowel in geografisch als cultureel opzicht ver af van het publiek dat hun verhalen ziet en hoort in de media (Scott, 2015). Het publiek vormt hun beeld van de distant others enkel door de dingen die ze in de media te zien krijgen, daardoor blijft er een bepaalde afstand bestaan tussen de distant other en het publiek.

Bij de incidenten bij *TVOH* gaat het niet om een schandaal dat in land ver weg heeft plaatsgevonden maar toch kan er beargumenteerd worden dat ook hier sprake is van ‘distant suffering’. Dat komt door de moeilijk te overbruggen afstand tussen mannen en vrouwen. Zoals eerder omschreven is seksueel grensoverschrijdend gedrag voor vrouwen een groter probleem dan voor mannen, voor mannen staan incidenten van grensoverschrijdend gedrag dus verder van hen af. In de verhalen over *TVOH* waren vrouwen in alle gevallen de slachtoffers. Het kan voor het mannelijke publiek moeilijk zijn om zich te verplaatsen in de ervaring van de vrouwen, simpelweg omdat zij dit niet (of zelden) op dezelfde manier (zullen) meemaken. Vrouwen die te maken hebben gehad met grensoverschrijdend gedrag

zijn voor hen dus 'de ander'. Ook hier is dus, net als bij rampen in verre landen, sprake van een afstand.

Het overbrengen van de intensiteit en impact van de crises via de media wordt *mediation* genoemd (Ong, 2014; Scott, 2015). Chouliaraki (2006) maakt in haar framework *analytics of mediation* onderscheid tussen de utopische- en dystopische visie op de effecten van mediation. De utopische visie gelooft in de kracht van de media om de urgentie van distant suffering over te brengen. De dystopische visie gelooft niet dat de media oprechte bezorgdheid om distant suffering bij het publiek op kan wekken. In haar framework beschrijft Chouliaraki (2006) drie paradoxen die zich voordoen binnen de effecten van mediation. Ten eerste de paradox van afstand: door mediation lijken distant others dichterbij te komen omdat hun verhalen verteld worden en tegelijkertijd benadrukt het feit dat de verhalen alleen via media gehoord kunnen worden de afstand tussen publiek en slachtoffer. De paradox van (in)activiteit draait om hoe het publiek zowel toeschouwer als actieve deelnemer kan worden door het gemedieerde leed te aanschouwen. Door de verhalen te kennen is het mogelijk om actie te ondernemen maar in de praktijk blijft het publiek niet meer dan toeschouwer. Als laatste is er de paradox van technologie: dit gaat over hoe de media de urgentie van het lijden tegelijkertijd aantoonst en ondermijnt omdat de schaal van de crisis nooit goed in al zijn omvang overgebracht kan worden.

Er zijn verschillende strategieën om de afstand tussen de distant others en het publiek te verkleinen. Een aantal voorbeelden daarvan zijn: ruimte geven aan de stem van de distant other, het gebruiken van human-interest invalshoeken en verslag doen van alledaagse gebeurtenissen in crisisgebieden (Scott, 2015). Belangrijk in deze strategieën is het gebruik van een mediator: iemand die het verhaal van de slachtoffers erkent en vertelt. Scott (2015) kijkt in zijn onderzoek naar de rol van celebrities als mediator bij crises. Celebrities kunnen op verschillende manieren helpen om de problemen van de drie paradoxen te overbruggen, zolang ze voor het publiek authentiek aanvoelen. De bekendheden lijken vooral een brug te slaan tussen de slachtoffers en jonge mensen, dit zijn vaak de fans van de celebrities.

In de verslaggeving over de gebeurtenissen bij *TVOH* kunnen we presentator Tim Hofman aanwijzen als de belangrijkste mediator in het overbrengen van de ernst van de gebeurtenissen. In het theoretisch kader van Scott wordt de ideale mediator omschreven als 'neither diplomat nor guerilla, half amateur and half expert, both hero and narrator' (Scott, 2015, p. 452). Hofman past goed in dit profiel van ideale mediator omdat hij geen politieke banden heeft en geen expert is van het onderwerp maar vanuit verontwaardiging de verhalen

van de slachtoffers aan het grote publiek wil vertellen. Het kan dus van belang zijn in dit onderzoek om zijn rol in het mediacircus nader te bekijken.

Ondanks deze methodes om de afstand tot slachtoffers en crises te verkleinen kan er bij de mediaconsument *compassion fatigue* optreden. Moeller deed in 1999 onderzoek naar verslaggeving over humanitaire crises in bijvoorbeeld het Midden-Oosten en Afrika en zag wat de effecten daarvan waren op de Westerse nieuwsconsument. Moeller beargumenteerd dat het publiek op den duur geen compassie meer kan voelen voor slachtoffers door een overvloed aan verdrietige verhalen en beelden zonder context. Als gevolg daarvan voelt de mediaconsument zich machteloos. Sommige gebeurtenissen zijn voor de westerse nieuwsconsument niet te bevatten of te begrijpen omdat het moeilijk is om je in te leven wanneer je zelf nooit soortgelijke ervaringen hebt gehad. Moeller zag *compassion fatigue* als een gevolg van sensationele invalshoeken en formele verslaggeving (Moeller, 1999 in Von Engelhardt & Jansz, 2015).

Hoewel deze these aannemelijk klinkt is er ook veel kritiek op het idee van *compassion fatigue*. Met name omdat duidelijk empirisch bewijs voor het idee beperkt is. Meerdere onderzoeken naar het concept tonen aan dat er bij een groep nieuwsconsumenten meestal geen sprake is van een algehele afname van compassie maar dat er juist hele diverse manieren ontstaan waarop consumenten omgaan met distant suffering (Campbell, 2020; Von Engelhardt & Jansz, 2015). Een onderzoek naar de houding van nieuwsconsumenten richting problemen zoals aids, daklozen en kindermisbuik toonde aan dat geen enkele nieuwsconsument volledig verdoofd was voor het leed van anderen (Campbell, 2020).

Waar Moeller haar these toepaste op de afstand tussen de Westerse nieuwsconsument en ontwikkelingslanden, wordt de term ook in bredere zin gebruikt. Zo werd de term voor het eerst in 1992 door Carla Joinson gebruikt voor zorgmedewerkers die veel heftige situaties meemaken op de werkvloer (Vann & Coyer, 2014). In het gesprek over seksueel grensoverschrijdend gedrag kan er door de veelvuldige verslaggeving over het onderwerp de laatste jaren ook sprake zijn van *compassion fatigue*. De impact van de berichtgeving vervaagd omdat het probleem vaak herhaald wordt en grootschalig is.

Media witnessing

Wanneer het publiek het nieuws over seksueel grensoverschrijdend gedrag bij *TVOH* volgt, zijn zij derdegraads getuigen van de incidenten. De eerste getuige is de persoon die het incident heeft meegemaakt, de tweede de journalist die het verhaal hoort en vertelt en in de derde plaats wordt het verhaal door het publiek waargenomen (Kyriakidou, 2015). Getuige

zijn is meer dan alleen het waarnemen of observeren van gebeurtenissen. Het impliceert een vorm van deelnemen, al gaat dit in veel gevallen niet verder dan slechts het gevoel hebben 'iets te moeten doen' (Kyriakidou, 2015). In haar onderzoek naar publiek en distant suffering gebruik Kyriakidou (2015) de term *media witnessing*: het waarnemen van een crisis die plaatsvindt in een ander land door de ogen van een journalist.

Hoewel de gebeurtenissen bij *TVOH* niet in een ander land hebben plaatsgevonden lijken veel van de karakteristieken van media witnessing toch van toepassing op het publiek dat het *TVOH*-nieuws heeft gevolgd. Kyriakidou (2015) noemt twee belangrijke kenmerken van media witnessing: de affectiviteit ervan en het verantwoordelijkheidsgevoel dat het bij het publiek oproept. Publiek dat een crisis waarneemt krijgt in meerdere of mindere mate het gevoel iets te moeten doen om de crisis te verhelpen of verlichten. De audiovisuele mogelijkheden van moderne media hebben deze effecten van media witnessing versterkt omdat de verhalen voor het publiek daardoor 'echter' lijken. De verhalen en 'stemmen' van de slachtoffers in de *BOOS*-aflevering zullen de reactie van het publiek zeer waarschijnlijk versterkt hebben. Ook de *liveness* van de gebeurtenissen, het idee dat soortgelijke incidenten op het moment van kijken nog steeds plaatsvinden (Kyriakidou, 2015), heeft de verontwaardiging van het publiek versterkt. De *liveness* van gebeurtenissen roept ook veel verantwoordelijkheidsgevoel op bij het publiek: als het probleem zich nog steeds voordoet betekent dit ook dat er nog steeds hulp geboden kan worden.

In het onderzoeksveld worden tegelijkertijd vraagtekens gezet bij de veronderstelde kracht van media witnessing. Er ligt teveel nadruk op hoe het publiek door media witnessing met morele dilemma's geconfronteerd wordt en hoe dat verantwoordelijkheidsgevoel bij het publiek zou moeten oproepen. Ong (2014) beargumenteert dat er hierbij voorbij wordt gegaan aan de agency van het publiek: het vermogen van de toeschouwer om zelf te bepalen wat hij of zij met de overgebrachte boodschap doet. De toeschouwer kan er bewust voor kiezen om de boodschap te negeren of niet serieus te nemen. Niet alle media die door het publiek geconsumeerd wordt, wordt als zoete koek aangenomen, is de boodschap van Ong (2014). De eerder omschreven mediation theorie erkent de verschillende posities die het publiek aan kan nemen waardoor zij op verschillende manieren met de boodschap om kunnen gaan (Chouliaraki, 2006; Ong, 2014).

Kyriakidou (2015) beschrijft een vierdelige typering van getuige zijn. De eerste is affectief getuige zijn en heeft veel te maken met emotie. De affectieve getuige reageert empatisch en voelt mee met pijn. De affectieve getuige is intensief emotioneel betrokken. Een stap verder gaat de extatische getuige. Deze getuige is ook sterk emotioneel betrokken en

kan zelfs overweldigd door emoties reageren. Dit kan bijvoorbeeld het beoordelingsvermogen van de getuige beïnvloeden waardoor hij of zij informatie en verslaggeving (te) snel voor waar aanneemt. Gebeurtenissen of feiten worden in mindere mate in perspectief geplaatst. De derde getuige, de gepolitiseerde getuige, laat zich minder leiden door zijn of haar emoties. Bij gepolitiseerde waarneming worden gebeurtenissen en verslaggeving in de maatschappelijke- of politieke context geplaatst en daarmee (gedeeltelijk) gerelativeerd. Als laatste is er de afstandelijke getuige: hij of zij ziet het leed van anderen als irrelevant voor zijn of haar dagelijks leven en voelt weinig emotie bij de gebeurtenissen. Dit gebrek aan affect wordt door de afstandelijke getuige vaak verklaard door de emotionele of geografische afstand tot de crisis.

In zijn onderzoek naar publieksreacties op distant suffering, zag Scott (2014) dat mannen en vrouwen op verschillende manieren reageerden op het leed dat zij op televisie zagen. Jonge en mannelijke deelnemers reageerden voornamelijk afstandelijk op de berichtgeving. Zij toonden de karakteristieken van de afstandelijke getuige. Verder concludeerde Scott (2014) dat vrouwelijke en meestal oudere deelnemer met meer emotie op de berichten reageerden. Hun reacties sloten aan bij de kenmerken van affectieve- of extatische getuigen.

2.5 Gebruiksmotivaties

Uses and gratificationstheorie is ten slotte ook relevant voor het framework van dit onderzoek omdat het de motivaties om het nieuws te volgen blootlegt (Cuesta Cambra & Niño González, 2021; Diddi & LaRose, 2006; Tanta, 2014). Het nieuws over *TVOH* kan voor de nieuwsconsument verschillende behoeftes bevredigen, bijvoorbeeld nieuwsgierigheid naar de gebeurtenissen, de behoefte om mee te kunnen praten met andere nieuwsconsumenten of de behoefte om geïnformeerd te zijn over het onderwerp. Er zijn net zoveel motivaties als dat er media consumenten zijn, elk individu heeft andere behoeften (Diddi & LaRose, 2006; Katz, et al., 1973, geciteerd in Tanta, 2014). Uses en gratifications theorie deelt al deze motivaties voor mediagebruik grofweg in vijf categorieën: cognitieve behoeften (het verkrijgen van informatie en informeren van jezelf), affectieve behoeften (bijvoorbeeld emotioneel iets ervaren, meegesleept worden door een verhaal), persoonlijke identiteit (mediagebruik voor zelfidentificatie, bijvoorbeeld om een sociale status te bereiken), integratie en sociale interactie (informatie tot je nemen om te verbinden met een ander of om te weten wat er in de wereld om je heen gebeurt) en escapisme (afleiding zoeken) (Katz, et al., 1973, geciteerd in

Tanta, 2014). De theorie blijft zich mee ontwikkelen met de media en het internet. Zo worden er in nieuw onderzoeken meer specifieke gratifications opgesteld voor bijvoorbeeld sociale media waarin zaken als interactiviteit en de alomtegenwoordigheid van het internet worden meegenomen. Door het gebruik van mobiele telefoons kan media vaker, sneller en de hele dag door geconsumeerd worden (Cuesta Cambra & Niño González, 2021). Mobiele telefoons en sociale media zullen voor de deelnemers van dit onderzoek ook een rol hebben gespeeld in de consumptie van het *TVOH* nieuws.

Waar de eerste uses and gratifications onderzoeken nog uitgingen van een passief publiek dat informatie klakkeloos aanneemt, impliceert de theorie tegenwoordig een actief publiek dat zijn motivaties voor mediagebruik kent en bewust zijn media consumeert (Cuesta Cambra & Niño González, 2021, Tanta et al., 2014). Dat is ook meteen een veelgehoorde kritiek op de theorie. Het is als wetenschapper moeilijk te zeggen of de mediaconsument zich echt volledig bewust is van zijn of haar gebruiksmotivaties. Een consument kan bijvoorbeeld zeggen het journaal te kijken om geïnformeerd te raken terwijl hij dit eigenlijk doet om een bepaalde sociale status te verkrijgen (Tanta et al., 2014). Bovendien is mediagebruik voor veel consumenten al snel een gewoonte waardoor er minder bewust keuzes worden gemaakt in hoe en wanneer media geconsumeerd worden (Diddi & LaRose, 2006).

Diddi en LaRose (2006) richten zich in hun uses en gratifications onderzoek op universiteitsstudenten. Deze vallen in ongeveer dezelfde leeftijd als de deelnemers van dit onderzoek (18 tot 25 jaar). Deze groep is in het bijzonder interessant voor uses en gratificaitons onderzoek omdat levenslange mediagewoonten veelal in deze levensfase worden gevormd. Tijdens de studentenjaren mogen jongeren bijvoorbeeld voor het eerst stemmen en worden hun wereldbeeld en politieke voorkeuren gevormd. Dit zijn slechts een paar voorbeelden van factoren die van invloed zijn op de mediaconsumptie. Eerder onderzoek toont aan dat mediaconsumenten van jonge leeftijd (onder de 18 jaar) vooral media consumeren als vorm van escapisme of om tijd te doden. Na deze leeftijd worden de meer duurzame mediagewoonten aangeleerd.

Theorie om de analyse te gidsen

De acht affecten van Tomkins, de mood management theorie van Zillman, de typologie van getuige zijn van Kyriakidou en de uses en gratifications theorie kunnen allemaal de analyse en interviews van dit onderzoek gidsen. De affecten en de typologie van getuige zijn vertellen ons iets over de effecten van de berichtgeving op het publiek en de mood management theorie en uses en gratification theorie zoomen in op de motivaties om het

nieuws te volgen in de eerste plaats. Bovendien moet er in het onderzoek aandacht zijn voor de rol van de celebrity mediator, in dit geval Tim Hofman, en wat zijn rol is in het aandacht krijgen voor de gebeurtenissen.

3. Methode

Verantwoording van methode

Om de onderzoeksvraag te beantwoorden wordt er gebruik gemaakt van kwalitatief onderzoek. Ervaringen en gevoelens, waar in dit onderzoek naar gekeken wordt, laten zich lastig in getallen uitdrukken, een kwantitatief onderzoek zou daarom ongeschikt zijn. Zoals gebruikelijk bij kwalitatief onderzoek worden bestaande literatuur en theorieën gebruikt als een perspectief op de onderzoeksvraag en als concepten om het onderzoek mee te gidsen, (Boeije, 2010). De onderzoeksvraag wordt beantwoord door middel van diepte-interviews. Interviews zijn een geschikte manier om vragen over meaning-making en ervaringen van deelnemers te beantwoorden (Johnson, 2001). Omdat de ervaringen van de respondenten omtrent het nieuws over *TVOH* voor ieder individu kunnen verschillen en omdat het een persoonlijk proces kan zijn, is deze kwalitatieve methode het meest geschikt voor dit onderzoek.

3.1 Sample

Om de sample te selecteren is er gebruik gemaakt van purposive sampling via het tweedegraads netwerk van de onderzoeker, hiermee kon er doelgericht een sample worden samengesteld gebaseerd op het oordeel van de onderzoeker (Babbie, 2008). Hier is voor gekozen uit praktische overwegingen: zo was er zekerheid dat alle deelnemers aan de samplecriteria voldeden en er kon op een laagdrempelige manier contact worden gelegd met de deelnemers. Deze laagdrempeligheid was van belang omdat de gespreksonderwerpen van de interviews voor sommige deelnemers als persoonlijk of intens ervaren kunnen worden. Een nadeel van deze sampling methode is dat er een vergrote kans is op subjectiviteit of inschattingfouten van de onderzoeker. Omdat in het onderzoek een vergelijking is gemaakt tussen mannen en vrouwen is de sample samengesteld uit zes mannen en zes vrouwen. In de gebeurtenissen rondom *TVOH* zijn de slachtoffers die hun verhaal doen jonge vrouwen, geschat tussen de 18 en 25 jaar oud (de minderjarige slachtoffers zijn daarbij buiten beschouwing gelaten). Voor dit onderzoek is ervoor gekozen om deelnemers te selecteren

tussen de 18 en 25 jaar oud omdat de gebeurtenissen voor hen het dichtst bij hun eigen leven staan. Het feit dat de onderzoeker van dezelfde leeftijd is vergemakkelijkte het wervingsproces. Deelnemers zijn gevonden door gebruik te maken van het eigen netwerk. Het ging daarbij om bekenden van mensen uit het netwerk van de onderzoeker, om te voorkomen dat er interviews werden afgenomen van mensen die persoonlijk (te) dichtbij staan. Die relatie zou de kwaliteit van het gesprek en de resultaten van het onderzoek kunnen beïnvloeden.

Een ander criterium voor de sample was dat de deelnemers het nieuws rondom *TVOH* gevolgd moeten hebben en daarbij minstens de *BOOS* uitzending, die het hele mediacircus veroorzaakte, hebben bekeken. Op deze manier werd verzekerd dat de deelnemers tot op zekere hoogte geïnformeerd zijn over het onderwerp. Verder hoefden de deelnemers geen bijzondere affiniteit met het onderwerp te hebben. Elke deelnemer heeft voorafgaand aan het interview een consent formulier ondertekend waarmee hij of zij toestemming gaf voor het gebruiken van het interview in dit onderzoek (zie appendix A).

3.2 Operationalisatie en dataverzameling

De interviews waren semigestructureerd: er is van tevoren een onderwerpenlijst opgesteld maar geen letterlijke vragenlijst (Johnson, 2001). Hier is voor gekozen omdat het nodig was om in de gesprekken ruimte te laten voor richtingen die het gesprek uit zichzelf aan nam. Omdat er in de interviews over persoonlijke ervaringen gepraat werd, was één universele vragenlijst niet geschikt voor alle interviews. Dankzij de semigestructureerde interviewaanpak is er in elk gesprek over dezelfde onderwerpen gesproken maar stond de manier waarop dat gebeurde niet vast. Dat maakt dat de interviews nog wel met elkaar vergeleken konden worden in de codeerfase van dit onderzoek. De thema's die in de interviews aan bod kwamen zijn de volgende: manier van nieuwsconsumptie (welke media, frequentie, duur), emoties bij nieuwsconsumptie (op basis van de affecten van Tomkins en de mood management theorie van Zillman), herkenning uit persoonlijk leven (op welke manier raken de gebeurtenissen bij *TVOH* aan het eigen leven van de deelnemer, voelt het persoonlijk of ver weg, etc. Deze vragen worden opgesteld op basis van de typologie van getuige-zijn van Kyriakidou), motivaties om het nieuws te (blijven) volgen (op basis van de uses and gratifications theorie), hoe het nieuws het gedrag van de deelnemer heeft beïnvloed (over het nieuws gedeeld, gepraat met anderen, actie ondernomen, etc.) en als laatste de rol van de celebrity mediator Tim Hofman.

Voor de omvang van deze masterscriptie zijn twaalf interviews afgenomen van tussen de 35 en 45 minuten. De interviews zijn afgenomen tussen 12 april en 9 mei 2022. In deze periode stond het nieuws rondom seksueel grensoverschrijdend gedrag in Nederland niet stil. Veel recente gebeurtenissen kwamen ook regelmatig terug tijdens de interviews en hebben daarmee in zekere mate de resultaten van het onderzoek beïnvloed. Deze beïnvloeding had met name te maken met hoe de nieuwsconsumenten de intensiteit van het nieuws over grensoverschrijdend gedrag ervoeren. De belangrijkste gebeurtenissen die veel genoemd werden in de gesprekken was het ontslag van Marc Overmars (voorafgaand aan de interviews op 6 februari 2022) (Inan, 2022), de onduidelijkheid over grensoverschrijdend gedrag binnen D66 (nieuws over een verzwegen rapport kwam op 16 april 2022 naar buiten) (RTL Nieuws, 2022) en de commotie rondom Johan Derksen die op nationale televisie vertelde over een incident uit zijn jeugd waarbij hij een vrouw seksueel misbruikte (27 april 2022) (Van Wijk & Jansen, 2022).

Om te zien of de opgestelde onderwerpenlijst voldoende was om alle onderwerpen van het onderzoek te belichten en het gesprek voldoende de diepte in te begeleiden is er eerst één oefeninterview afgenomen. Op basis van dat gesprek is de onderwerpenlijst aangepast en uitgebreid. Er zijn met name een aantal extra vragen en afslagen toegevoegd om het gesprek verder te verdiepen. Een belangrijke vraag die voor veel gesprekstof zorgde en pas in de tweede versie van de vragenlijst werd opgenomen was bijvoorbeeld: Welk onderdeel van de *BOOS*-uitzending is je het meest bijgebleven? De eerste en tweede versie van de onderwerpenlijst zijn terug te vinden in appendix B en C.

3.3 Analyse

De afgenomen interviews zijn woordelijk getranscribeerd en vormen met elkaar de dataset. Er is gekozen voor woordelijke transcriptie omdat de 'uh's die vaak wijzen op aarzeling, van belang zijn voor het interpreteren van de data. Om de onderzoeksvraag te beantwoorden is een thematische content analyse toegepast op de dataset. Thematische analyse is geschikt om bepaalde patronen (thema's) te identificeren in de data (Anderson, 2007; Braun & Clarke, 2006). Het gaat daarbij om thema's die door de gehele dataset heen terug komen en niet slechts om thema's die specifiek zijn voor één interview. Deze thema's zijn van waarde om bepaalde concepten of gebeurtenissen te begrijpen en de onderzoeksvraag te beantwoorden. Een groot voordeel van deze methode is de flexibiliteit ervan, het is niet gebonden aan vaste theorieën of thema's maar laat ruimte over voor het afwijken daarvan en creëren van thema's

die geschikt zijn voor deze data specifiek. Bovendien is de thematische content analyse een toegankelijke onderzoeksmethode die ook goed door de minder ervaren wetenschapper uitgevoerd kan worden. Deze methode vraagt wel om nauwkeurigheid van de onderzoeker omdat deze flexibiliteit ook voor rommelige resultaten kan zorgen en omdat de resultaten al snel onderhevig kunnen zijn aan subjectiviteit (Anderson, 2007; Braun & Clarke, 2006).

Het coderen en analyseren van de data is in verschillende rondes gebeurd waarbij er aantekeningen gemaakt werden tijdens het proces. Dit proces werd geadviseerd door Braun en Clarke's (2006) omschrijving van de verschillende fases van thematische content analyse. Hoewel er duidelijke verschillende fases zijn, was de analyse geen lineair proces. Wanneer nodig werd er tussen de verschillende fases heen en weer bewogen om de data zo grondig mogelijk te analyseren. De eerste stap van de analyse was het bekend worden met de data. Door het uitvoeren en transcriberen van de interviews gebeurde dit al tijdens de data verzamelingperiode. Vervolgens is de gehele dataset nog eens gelezen en zijn er handmatig eerste codes aan de data (een zin, woord, of alinea) gehangen. Bij deze eerste codeerronde konden de codes nog van alles zijn wat opviel bij het lezen van de dataset en wat gerelateerd was aan de onderzoeksvraag. De codes waren vrij specifiek en nog niet omgevormd tot bredere thema's. Het is bij deze fase van belang geweest dat de gehele dataset nog eens grondig doorgenomen werd en er niet selectief om werd gegaan met de data. Dit omdat deze fase de basis legt voor de hele analyse en de uiteindelijke conclusies van het onderzoek (Braun & Clarke, 2006). Data die in deze fase over het hoofd wordt gezien zal later in het onderzoek waarschijnlijk niet meer opduiken. In deze fase is er gebruik gemaakt van *sensitizing concepts* om de analyse wat meer richting te geven. Sensitizing concepts zijn concepten die gebruikt worden om de analyse te gidsen. De sensitizing concepts komen voort uit de theorie (Bowen, 2019). Deze zijn opgesteld op basis van het theoretisch kader en op basis van zaken die opvielen tijdens het transcriberen van de data. Een aantal van deze concepten zijn bijvoorbeeld: victim blaming, identificatie (met slachtoffers) en medi consumptie.

Toen de eerste codeerronde was afgerond begon het zoeken naar thema's. Hierbij is er gekeken naar grotere, overkoepelende thema's die voortkwamen uit de eerste codes. Zo konden meerdere eerste codes samen een thema vormen of werden bepaalde codes gebruikt als hoofd- of subthema. Dit was een herhaaldelijk proces van schuiven en herzien. Toen er een eerste opzet aan thema's stond is die weer herzien en is er gekeken of elk thema ook echt een definitief, relevant thema voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag was. Hierbij is

gekeken naar interne homogeniteit binnen de thema's (hangen alle codes logisch met elkaar samen?) en naar externe homogeniteit tussen de thema's (dragen alle thema's bij aan het beantwoorden van de onderzoeksvraag?). Het bepalen van het belang van een thema draait niet om hoe vaak het thema voorbijkomt maar of het iets belangrijks rondom de onderzoeksvraag beantwoord (Braun & Clarke, 2006). Als laatste hebben de thema's een duidelijke omschrijving en naam gekregen zodat ze konden worden verwerkt in de resultaten en naast de theorie gelegd konden worden. Zie appendix D voor een uitwerking van de codeboom.

Omdat in dit onderzoek een vergelijking is gemaakt tussen mannen en vrouwen zijn de codeerrondes bij de mannelijke- en vrouwelijke data apart doorlopen. Hierna zijn de thema's per groep met elkaar vergeleken.

Kwaliteit en reflectie

Bij de analyse was het belangrijk voor mij om reflexief te zijn op mijn eigen rol als onderzoeker. Mijn eigen karakter en rol in het onderzoek zijn van invloed op de resultaten (Johnson, 2001). Wanneer er gepraat werd over ervaringen met seksueel grensoverschrijdend gedrag kon het zijn dat ik voordeel heb gehad van mijn rol als vrouw wanneer ik met andere vrouwen sprak: ze konden zich eerder op hun gemak voelen om over dit onderwerp te praten met mij omdat ik hun positie als vrouw begrijp. In gesprek met mannen kan mijn rol als vrouw juist nadelig hebben gewerkt omdat mannen zich misschien minder vrij voelden om hun gedachten over het nieuws te delen. Ze kunnen denken dat ik, ook al ben ik als onderzoeker neutraal, aan de kant van 'de vrouwen' sta.

Dankzij de opgestelde vragenlijst is het mogelijk om het onderzoek te herhalen. Tijdens het uitvoeren van de interviews werden met behulp van de vragenlijst steeds dezelfde onderwerpen aangesneden, al dan niet in verschillende volgorde. In een volgend onderzoek met bijvoorbeeld een ander sample zouden dus dezelfde onderwerpen onderzocht kunnen worden.

4. Resultaten

In dit hoofdstuk zullen de resultaten van de analyse van de twaalf interviews besproken worden. Eerst zullen de de resultaten van de vrouwelijke deelnemers besproken worden, aan de hand daarvan worden vervolgens de resultaten van de mannelijke deelnemers besproken. Ten slotte zal er aandacht besteed worden aan de verschillen tussen deze twee groepen.

4.1 Analyse vrouwen

In de data van de vrouwelijke deelnemers zijn zeven thema's gevonden die met behulp van de theorie vorm hebben gekregen. Deze thema's zijn: Schok en walging, Het effect, Beperkte indruk, Schuld (?), Identificatie, Motivaties en Tim Hofman als celebrity mediator. De thema's zullen hieronder verder toegelicht en geïllustreerd worden door middel van quotes uit de afgenomen interviews.

4.1.1 Schok en walging

Bij alle deelnemers riep het nieuws over de gebeurtenissen bij de *TVOH* emoties op. Deze zijn grofweg op te delen in twee subthema's: Geschokt en Woede en walging.

Geschokt

De meest genoemde emotie bij het horen van het nieuws was verbazing. Alle vrouwelijke deelnemers noemden verbazing als hun initiële reactie. In sommige gevallen werd verbazing zelfs als overheersend genoemd: "Ik was denk ik vooral zo verbaasd dat ik niet echt heel veel emoties meer voelde. Ik dacht alleen maar van: wat?! Hoe kan dit? (V6)". Redenen die genoemd werden voor de verbazing waren bijvoorbeeld verbazing dat het om bekende Nederlanders ging (V2, V3) en dat het in het geval van Marco Borsato zelfs om grensoverschrijdende handelingen bij kinderen ging (V1, V2).

Woeden walging

De andere emoties die genoemd werden waren allemaal negatief. Het ging vooral om boosheid, gericht op John de Mol, Ali B en Marco Borsato, verdriet en onbegrip. Daarnaast werd ook woede (V2, V4), walging (V1, V3, V5) en bezorgdheid (V2) genoemd. Een aantal deelnemers gaf duidelijk aan geen medelijden of empathie te hebben voor de daders. Een goed voorbeeld van deze emoties werd gegeven door deelnemer 2: "Uhm, ja, ook wel een gevoel van van woede ofzo. Maar ja, ik denk dat het wel logisch is want je denkt gewoon: what the fuck! Waarom, waarom doen mensen dit!?! (V2)".

4.1.2 Het effect

Onder dit thema vallen alle manieren waarop het nieuws over *TVOH* indruk heeft gemaakt op de deelnemers. Dit thema is opgedeeld in drie subthema's: Verandering van gedrag, Geraakt door getuigenissen en Gefrustreerd over de Mol.

Verandering van gedrag

Veel deelnemers gaven aan dat het nieuws over de gebeurtenissen bij *TVOH* impact had op hen. Dit had verschillende oorzaken. Vaak werd aangegeven dat de goede imago's van Marco Borsato, Ali B en *TVOH* zelf de impact van het nieuws vergrootte. Sommige deelnemers gaven aan dat de intensiteit waarmee er verslag werd gedaan veel indruk maakte en een deelnemer noemde het nieuws zelfs hét grote MeToo-schandaal van Nederland (V6).

Een deelnemer gaf aan naar aanleiding van de *BOOS*-aflevering alerter te zijn op grensoverschrijdend gedrag: ‘‘Dus dat ik nu denk: Oh ja, dat is er wel en dat gebeurt nog steeds, dus ik moet daar rekening mee houden. En uhm, niet iedereen zomaar vertrouwen of niet iedereen zomaar te dichtbij laten komen (V2)’’. Dezelfde deelnemer deelde hoe ze zich naar aanleiding van het nieuws zorgen maakte om vrouwen in haar omgeving die ook deelgenomen hebben aan *TVOH*.

De impact van dit nieuws werd zichtbaar in de gesprekken die deelnemers voerden naar aanleiding van de uitzending. Alle deelnemers gaven aan dat het onderwerp sterk leefde onder mensen in hun omgeving en dat ze veelvuldig met anderen gepraat hebben over het onderwerp. In sommige gevallen zelfs op activistische wijze:

Wat me bijblijft van de week na *The Voice* zijn dus de gesprekken met mijn schoonouders en mijn eigen ouders daarover. En dat ik daar wel uhm, nou ja, aan hen heb uitgelegd hoe ernstig dit is. Dus daarin heb ik wel mijn visie gegeven in de hoop dat dat wat verandering teweeg brengt in hun visie er op (V4).

Dezelfde deelnemer gaf aan dat de cumulatie van nieuws over grensoverschrijdend gedrag de impact van het nieuws over *TVOH* versterkte en uiteindelijk zelfs leidde tot haar activistische houding. Ook een andere deelnemer gaf aan dat eerdere verslaggeving over hetzelfde onderwerp de impact van het nieuws voor haar vergrootte:

Het was een soort van herhaling van wat je gewoon al heel vaak had gezien op TV. En ook nog eens het feit dat het ook weer een machtige, witte man is. Dat is gewoon heel typisch en uh, dat frustreerde me wel (V6).

Geraakt door getuigenissen

Wanneer gevraagd werd naar het gedeelte van de *BOOS*-uitzending dat het meeste indruk maakte op de deelnemers, gaven vijf van de zes deelnemers aan dat de getuigenissen van vrouwen die te maken hebben gehad met grensoverschrijdend gedrag de meeste indruk maakten. Als redenen daarvoor werden bijvoorbeeld genoemd: de hoeveelheid incidenten (V5) en de details van de verhalen (V4).

De getuigenis die de meeste indruk maakte was het verhaal over de verkrachting door Ali B:

Waar mijn mond echt van open viel was het moment dat het dus over Ali ging en dat dat meisje echt het woord verkrachting in de mond nam en toen ook het verhaal vertelde. Het was ook echt verkrachting. Ja dat was een van die dingen die ik niet had verwacht dat het zo ver zou gaan (V6).

Gefrustreerd over de Mol

Naast de getuigenissen gaven vier deelnemers aan dat ook het interview met John de Mol veel indruk heeft gemaakt. Hierbij werd vooral gesproken over de manier waarop de Mol de schuld bij de slachtoffers neerlegde. Dit onderwerp zal verder belicht worden in het thema Victim blaming. Eén deelnemer gaf zelfs aan dat de reactie van de Mol op het nieuws bij haar meer emoties los maakte dan de verhalen van de slachtoffers: “Bij die vrouwen denk ik: ik vind het gewoon heel erg wat er bij jou is gebeurd en dat moet rechtgezet worden. Maar bij John werd ik gewoon echt boos (V1)”.

4.1.3 Beperkte indruk

In de analyse van de interviews kwamen ook tekenen van een beperkte impact van het nieuws naar voren. Dit thema is opgedeeld in de subthema's Beperkt onder de indruk en Compassion fatigue.

Gematigde interesse

Van de zes vrouwelijke deelnemers gaf slechts één aan dat het nieuws maar beperkt indruk op haar maakte. De redenen die zij hiervoor gaf waren een slechts gematigde interesse in het onderwerp van grensoverschrijdend gedrag en een irritatie door de excessieve media-aandacht voor het nieuws over TVOH (V3).

Andere tekenen van een beperkte impact van het nieuws ging niet om de vrouwelijke deelnemers maar om de mannen in hun omgeving. Twee deelnemers vertelden over hoe zij mannen in hun omgeving apathisch zagen reageren op het nieuws: ‘‘Maar mijn hetero-mannen vrienden, absoluut niet dat ze vrouwonvriendelijk zijn, dat bedoel ik niet, maar het boeit hen gewoon niet. Zij vinden het wel prima hoe het is (V1)’’. Dit illustreert dat het nieuws niet overal zomaar een verpletterende indruk maakte.

Niets nieuws onder de zon

Een andere belangrijke factor die de impact van het nieuws afzwakte is het ontstaan van compassion fatigue. Bij alle vrouwelijke deelnemers waren tekenen van compassion fatigue zichtbaar. Wanneer hen gevraagd werd of grensoverschrijdend gedrag een onderwerp was waar ze veel over lazen in de media gaven ze allemaal aan zeer regelmatig over dit soort incidenten geïnformeerd te worden.

Een deelnemer legde uit waarom het nieuws snel haar aandacht verloor: ‘‘En dat bedoel ik niet lullig maar dacht ik: ja, seksueel grensoverschrijdend gedrag, het is niets nieuws in theorie (V1)’’. Later in het interview gaf zij dit ook als reden waarom ze weinig emotie bij het nieuws ervoer. Deelnemer 5 vertelde hoe de vele MeToo-verhalen uit het buitenland haar ongevoelig hadden gemaakt voor het onderwerp en deelnemer 6 vertelde dat ze cynisch was geworden door de vele soortgelijke incidenten: ‘‘Het maakt me dus enigszins cynisch van: oh ja, weer een geval (V4)’’.

Zoals eerder genoemd maakte het verhaal over de verkrachting door Ali B bij veel deelnemers wel grote indruk. Deelnemer 6 legde uit hoe specifiek de verhalen over Jeroen Rietbergen, waarbij het vooral ging om dickpics sturen en ongepaste opmerkingen maken, haar niet meer verbaasden:

Eigenlijk alles wat Jeroen Rietbergen had gedaan: een beetje appjes sturen en dickpics, daar was ik niet heel erg verbaasd over. Het was niet dat ik dacht van: oh wauw. Het kan echt niet maar het was niet heel verrassend (V6).

De helft van de deelnemers gaf aan dat ze op een gegeven moment het nieuws bewust op afstand van zichzelf hielden omdat het te veel energie kostte om emotioneel betrokken te blijven. Dit is een ander bekend teken van compassion fatigue. Deelnemer 2 zei hierover:

En toen vervolgens, uhm, ben ik er wel afstand van gaan nemen. Toen ben ik meer objectief het nieuws gaan opzoeken. Dus wat gebeurt er? Wordt er al gehandeld met dingen? Is het OM er al mee bezig? Is er al nieuws daarover? Uhm, omdat je het je ook niet twee weken lang of langer emotioneel laten beïnvloeden denk ik (V2).

4.1.4 Schuld (?)

Het thema Victim blaming belicht twee kanten: zowel het afkeuren van victim blaming als het uitvoeren van victim blaming door de deelnemers. Onder de vrouwelijke deelnemers was het aandeel afkeuren aanzienlijk groter dan het uitvoeren.

Geen schuld bij slachtoffers

In drie van de zes interviews werd het uitvoeren van victim blaming actief afgekeurd door de deelnemers. In alle gevallen ging het om de uitspraken van John de Mol in zijn interview in de *BOOS*-uitzending. Het riep bij de deelnemers veel sterke negatieve emoties op dat hij de verantwoordelijkheid bij de slachtoffers legde:

Dat ik dacht: nee! Je moet gewoon zorgen dat het in eerste instantie niet gebeurt, pak die mannen aan. Daar werd ik dan wel heel boos over omdat het gewoon heel erg een bevestiging was van de gevestigde orde zeg maar (V1).

Het beschuldigen van de slachtoffers zorgde ook voor veel frustratie bij vrouwelijke deelnemers:

Ja ik denk dat ik gewoon heel gefrustreerd werd van het feit dat het weer op de vrouwen werd geschoven terwijl we vlak daarvoor een uitzending hadden gezien waarbij het wel duidelijk was dat het echt aan de mannen lag (V6).

Andere deelnemers spraken zich in het interview niet uit over het onderwerp.

Victim blaming

In één van de interviews onder vrouwen was een subtiele vorm van victim blaming zichtbaar. Wanneer gevraagd of haar hetzelfde zou kunnen overkomen trok deelnemer 5 in twijfel of verkrachting iemand echt zou kunnen 'overkomen': "Al denk ik wel: ja jeetje, je kan toch niet zomaar verkracht worden? Dat vind ik dan wel echt ver gaan, dus daar kan ik me minder goed in verplaatsen (V5)".

Naast deze ene opmerking werden er door de vrouwelijke deelnemers geen opmerkingen geplaatst die de schuld van de slachtoffers suggereerde. Er was voornamelijk veel empathie en begrip voor de slachtoffers, zoals in een later thema nog zal blijken.

4.1.5 Identificatie

In dit thema wordt gekeken naar in hoeverre de nieuwsconsumenten zich konden verplaatsen in de slachtoffers uit het nieuws. Vrouwelijke deelnemers gaven veel redenen waarom ze zich konden identificeren met de slachtoffers. Tegelijkertijd zijn er ook een aantal factoren die afstand tot het slachtoffer creëerden. Uit de analyse blijkt dat het niet gaat om een dichotomie maar eerder om een spectrum waarbij allerlei verschillende factoren de afstand tot het slachtoffer bepalen.

Herkenning uit eigen leven

Alle vrouwelijke deelnemers gaven aan in bepaalde mate empathie voor de slachtoffers te voelen. Hoewel geen van hen aangaf een soortgelijke ‘grote’ ervaring met grensoverschrijdend gedrag te hebben, gaven veel van hen aan wel het grensoverschrijdend gedrag in het klein te herkennen uit hun eigen leven. Sommigen noemden daar een voorbeeld van: ‘‘Bijvoorbeeld vroeger dat ik in de horeca werkte en dat er dan een opmerking wordt gemaakt (V5)’’. Twee deelnemers gaven aan dat ze zich konden identificeren met de slachtoffer en zich actief gingen verplaatsen: ‘‘Je gaat je identificeren dan op zo’n moment met zo’n meisje. Dat je denkt: ja, wat zou jij doen als in zo’n situatie zit? (V3)’’.

Andere redenen die werden genoemd waarom de deelnemers empathie voelden voor de slachtoffers waren bijvoorbeeld werken in hetzelfde vakgebied (V2), eigen ervaringen met ongelijke machtsverhoudingen tussen man en vrouw (V1, V5), je beïnvloedbaar voelen als jonge vrouw (V2), vriendinnen hebben met een vervelende ervaring (V2, V5) of een eigen ervaring met het zijn van een minderheid:

Ik ben zelf lesbisch en ik denk dat ik daardoor, omdat ik me vanuit mijn seksuele gerichtheid al anders of niet gezien voel. Of nou ja, wel eens nageroepen ben of zoiets. Dat ik daardoor ook wel alerter ben op mensen in posities die kwetsbaar zijn voor mensen die macht uitoefenen ofzo (V4).

Ontbreken van soortgelijke ervaring

Waar dus elke vrouwelijke deelnemer zich in bepaalde mate kon verplaatsen in de slachtoffers werden er ook meerdere redenen genoemd die de ervaringen van slachtoffers op een afstand hielden. De meest genoemde reden hiervoor is het ontbreken van een soortgelijke ervaring met grensoverschrijdend gedrag (V1, V3, V4, V5, V6) . Met ‘soortgelijke ervaring’ werd door deelnemers meestal bedoeld op de verkrachting door Ali B, deelnemers zagen hun kleinere ervaringen met grensoverschrijdend gedrag hierin dus niet gelijk aan die van de

slachtoffers uit de *BOOS*-uitzending. Deelnemers gaven aan dat het nieuws daardoor op afstand bleef: ‘‘Maar voor de rest heeft het niet per se een impact op me gemaakt omdat ik er nooit zelf mee te maken heb gehad (V5)’’.

Er waren minder factoren die de afstand tot het slachtoffer groter maakten dan factoren die de afstand verkleinden. Als factor voor afstand werden bijvoorbeeld andere seksuele voorkeuren genoemd:

Bij *BOOS* hoorde je verhalen over meisjes die in de douche gingen vingeren en heel seksueel actief waren en dan een grens over gingen. Maar zeg maar, als je dat überhaupt al doet, ja daar kan ik me niet heel erg mee identificeren (V3).

Een andere factor die voor afstand zorgde was een lesbische geaardheid: ‘‘Ik denk het niet op de een of andere manier hoor. Ik zie het niet voor me. Ik moet gewoon nadenken: ik met een man (V1)’’. Ten slotte noemden twee deelnemers dat de slachtoffers voor hen meer op afstand bleven omdat ze zelf vriendinnen hadden die zonder vervelende ervaringen aan *TVOH* deelgenomen hadden (V1, V2).

4.1.6 Motivaties

Wanneer gevraagd naar hun motivaties om het nieuws over *TVOH* te volgen, kwamen drie terugkerenden redenen naar boven: grensoverschrijdend gedrag is een maatschappelijke probleem, mee kunnen praten met hun omgeving en nieuwsgierig door de sensatie rondom het nieuws.

Betrokken bij maatschappelijke problemen

In twee interviews werd het feit dat seksueel grensoverschrijdend gedrag een maatschappelijk probleem is, genoemd als motivatie om het nieuws rondom *TVOH* te volgen. Deze deelnemers vonden het belangrijk om betrokken te zijn bij het nieuws en wat er speelt in de wereld om hen heen.

Ik denk dus uhm, omdat het sociaal-maatschappelijk is. Je kunt je identificeren met die persoon en het is een soort maatschappelijk fenomeen. Dan ga ik denken: waar zit dit nog meer in de samenleving? Dit is een probleem, er moet iets tegen gedaan worden (V3).

Deelnemers 4 en 2 noemden daarbij dat ze sowieso geïnteresseerd zijn in feminisme als maatschappelijk thema en dat dit verhaal daarom ook hun interesse heeft.

Mee willen praten

De helft van de deelnemers noemden hun omgeving als motivatie om het nieuws te volgen. Ze vonden het belangrijk om mee te kunnen praten met mensen in hun omgeving die het nieuws ook zouden volgen. Deelnemer 4 nam deze motivatie nog een stap verder door hem om te draaien: “Ik denk dat ik die omgeving ben die tegen andere mensen zegt: ga eens even kijken want dan kunnen we er over praten (V4)”.

Nieuwsgierigheid gewekt

De meest genoemde motivatie was de sensatie en spanning die ontstond rondom het nieuws en de *BOOS*-uitzending. Tussen het aankondigen van de aflevering en de uitzending zaten een aantal dagen waarin er veel gespeculeerd werd over wat er precies plaats had gevonden. Die opgebouwde spanning heeft er voor gezorgd dat veel deelnemers betrokken zijn geraakt bij het nieuws:

Het duurde ook een tijdje voor de uitzending kwam. Mijn interesse werd zo aangewakkerd omdat het uh, werd aangekondigd van: oké, er zijn bepaalde dingen gebeurd. En uiteindelijk dan die aflevering, daar was ik echt benieuwd naar: wat is er precies gebeurd?

Deelnemer 2 was niet trots om toe te geven dat het deze sensatie was die haar naar het nieuws trok: “Dus het was ook een beetje op een vieze manier van: Oh, juice, ik wil het weten (V2)”.

4.1.7 Tim Hofman als celebrity mediator

Het laatste thema uit de analyse draait om de rol van de celebrity mediator Tim Hofman. Binnen dit thema is gekeken naar de invloed die Tim Hofman heeft gehad op de impact van het nieuws. De vooraf ingenomen houdingen van deelnemers richting Tim Hofman is daarbij van belang omdat een negatieve houding richting hem een sceptische houding richting het nieuws kan veroorzaken en daarmee de impact van het nieuws kan beïnvloeden. Onder de vrouwelijke deelnemers was een positieve houding duidelijk overheersend.

Authentiek en integer

Niet alle deelnemers gaven aan voorafgaand aan de *BOOS*-aflevering een positieve houding richting Tim Hofman te hebben maar wel iedereen gaf aan dat ze Hofman authentiek over vonden komen in deze specifieke *BOOS*-aflevering. Ze noemden daarbij dat zijn houding oprecht leek en dat ze de manier waarop hij de slachtoffers in de uitzending ondersteunde

konden waarderen. Een deelnemer noemde zelfs dat Hofman's integere optreden in de aflevering haar negatieve mening over hem had doen bijdraaien (V3).

Veel deelnemers waren ook te spreken over het publiek dat Hofman aanspreekt. Zij zagen hoe jongeren in hun omgeving graag naar hem kijken en luisteren:

Ik denk dat hij, uhm, mensen kan mobiliseren die normaliter niet al te veel nieuws volgen. Ik ben bijvoorbeeld iemand die Nieuwsuur kijkt maar mijn broertje is dat niet. Hij is gewoon iemand die veel voetbal kijkt en niet het nieuws volgt en het belangrijk vind dat hij er heel goed uit ziet en hip is. En hij volgt dus ook dat nieuws over The Voice omdat hij zich denk ik identificeert met Tim Hofman die er vet uit ziet en jong is (V4).

Verder werd respect voor Hofman genoemd (V1) en werd hij waargenomen als professioneel (V3) en integer (V6).

Twijfel aan authenticiteit

Twee deelnemers spraken twijfels uit over de authenticiteit van Tim Hofman (V3, V6) maar betrokken dit niet op de *BOOS*-aflevering over *TVOH*. Deze twijfels zorgden dus niet voor een sceptische houding richting het nieuws over *TVOH*.

4.2 Analyse mannen

De data van de mannelijke deelnemers is in dezelfde zeven thema's opgedeeld. De inhoud van de thema's verschilt op meerdere plekken van die van de vrouwen. Bovendien zijn er in de data van de mannen een aantal extra subthema's gevonden. Hieronder zullen de thema's verder uitgewerkt worden, daarbij zal vooral de nadruk gelegd worden op de plekken waar de inhoud van de thema's verschilt van die van de vrouwen.

4.2.1 Schok

Het thema emoties is voor de mannelijke groep op te delen in twee thema's: Boven verwachting geschokt en Boosheid.

Boven verwachting geschokt

Ook bij de mannelijke deelnemers was verbazing de overheersende emotie. Zij gaven daarvoor dezelfde redenen als de vrouwelijke groep: verbazing over ongewenst gedrag richting kinderen, verbazing over de hoeveelheid incidenten en verbazing door het ogenschijnlijke goede imago van *TVOH*, Marco Borsato en Ali B:

Als het dan van die mensen zijn zoals Ali B en Marco Borsato waarvan heel Nederland denkt: oh dat zijn lieve, zorgzame mannetjes. Ali B is een knuffel Marokaan zeg maar. (M3)

Een deelnemer gaf aan dat de aflevering ergere dingen aan het licht bracht dan hij had verwacht: ‘‘Ik had eigenlijk verwacht dat in die aflevering meer van hetzelfde zou zitten. Maar het was echt een hele nieuwe laag nog erbovenop, dat had ik niet verwacht (M2)’’.

Boosheid

De overige emoties die genoemd werden waren uitsluitend negatief. Vooral boosheid en onbegrip werden vaak genoemd. Uit de gekozen bewoording voor hun emoties leek de mannelijke groep minder sterke emoties te ervaren dan de vrouwelijke deelnemers. De woorden ‘woedend’ of ‘walging’ kwamen niet voorbij. Slechts één deelnemer noemde een sterke reactie op het nieuws: ‘‘Ik weet niet, gewoon fysieke pijn of zo. Dat je euh, het kijkt maar echt met een 'wat gebeurt hier!?' gevoel. En euh, een soort steek in je buik zeg maar (M6)’’.

4.2.2 Het effect

Dit thema is opgedeeld in de subthema’s Een balletje rollen, Verbaasd over daden Ali B en Autoriteit valt van zijn voetstuk.

Een balletje rollen

Deze groep deelnemers noemden veel verschillende manieren waarop het nieuws een impact op hen maakten. Dat begon bij het moment dat de eerste berichten over misstanden binnen *TVOH* naar buiten kwamen. Een deelnemer vertelde dat hij meteen de pushmeldingen van zijn nieuwsapps inschakelde (M5) en een ander vertelde hoe hij de *BOOS*-uitzending twee keer heeft gekeken omdat deze zoveel indruk op hem maakte (M1).

Alle deelnemers omschreven hoe ze merkten dat het nieuws in hun omgeving veel los maakte. Iedereen gaf aan met mensen in hun omgeving gesprekken te hebben gevoerd over het onderwerp en dat er ook een groter begrip voor slachtoffers van grensoverschrijdend gedrag ontstond. Twee deelnemers zagen dat dit nieuws het balletje rondom seksueel grensoverschrijdend gedrag in Nederland deed rollen: ‘‘Daarna was er wel een soort beweging ingezet die uh, veel meer openbaar gemaakt heeft. Bijvoorbeeld in de voetbalwereld bij Marc Overmars (M4)’’. Deelnemer 6, werkzaam op een middelbare school, zag hoe het nieuws ook verandering teweeg bracht in de organisatie van zijn werkplek:

In de weken daarna zag je bij veel bedrijven in Nederland dat ze een policy duidelijk maakten van: als er iets gebeurt zijn dit de manieren om dat te laten weten. Dus dat gebeurde bij onze school ook. (M6)

De impact van het nieuws bleef niet bij emotionele reacties of interesse in het onderwerp. Het werd in veel gevallen ook omgezet in daden. Zo gingen deelnemers actief in gesprek met vrouwen uit hun omgeving (M6) of hun eigen vriendin (M5). De helft van de deelnemers zei alerter te zijn geworden op hun eigen gedrag dat intimiderend over zou kunnen komen op vrouwen:

En ik denk wel dat dat ook als ik naar m'n vrienden kijk ofzo, dat dat wel impact heeft gemaakt. Dat we echt nog bewuster zijn wel van dat je gewoon moet opletten zeg maar. Dat je niet alles kan maken. (M3)

Verbaasd over daden Ali B

Alle mannelijke deelnemers noemden de getuigenissen in de aflevering van de slachtoffers van grensoverschrijdend gedrag indrukwekkend. Twee keer werd opnieuw het verhaal over Ali B als meest indrukwekkend genoemd: “Het stuk dat Ali B ter sprake kwam, dat was echt zoiets nieuws. Opeens ging je op zo'n andere manier naar hem kijken (M2)”.

Op één deelnemer maakten de getuigenissen in het bijzonder indruk en zorgden ze ervoor dat het nieuws hem bleef raken:

Ik bleef eigenlijk elke keer als ik dat nieuws volgde, bleef ik denken aan die zin die dat meisje zei over Ali B. Ik bleef maar denken van hoe zielig dat voor die mensen is en wat ze daar aan over houden zeg maar. Dus dat is niet iets waarvan ik dacht: ja nou weten we het wel. Dus eigenlijk daardoor, doordat die verhalen zo heftig waren en die gevoelens daarbij best wel sterk, was het niet iets wat ik op een gegeven moment wegwuifde ofzo. (M1)

Autoriteit valt van zijn voetstuk

Door vijf van de zes deelnemers werd ook het interview met John de Mol genoemd als indrukwekkend onderdeel van de uitzending. Het ging dan bijvoorbeeld om verbazing dat hij akkoord was gegaan met een interview (M6). Verder riep het interview bij de mannelijke deelnemers over het algemeen minder sterke emoties op dan bij de vrouwen.

4.2.3 Beperkte indruk

Ook bij de mannelijke deelnemers kwamen oorzaken van een beperkte impact aan bod.

Twijfelen aan het nieuws

Bijna alle mannen in het onderzoek noemden de impact van het nieuws op hen ‘beperkt’. Ze zwakten de impact van het nieuws af door te zeggen dat het nieuws wel indruk maakte maar verder niet tot grote acties heeft geleid. Daarbij lieten ze de eerder genoemde gesprekken en analyse van hun eigen gedrag dus buiten beschouwing. Iemand noemde dat hij niet echt het gevoel had dat het nieuws heel erg leefde in zijn omgeving (M3) en een andere deelnemer zei minder onder de indruk te zijn omdat hij de bekende Nederlanders die beschuldigd werden in de uitzending nauwelijks kende (M1).

Eén deelnemer gaf zelfs aan dat hij twijfelde aan de echtheid van het nieuws en de beschuldigingen. Hij was niet onder de indruk van de mediastorm en alle beschuldigingen die rondgingen: “Eigenlijk geloof ik het nog steeds niet helemaal hoor. In ieder geval niet van Marco Borsato. Maar goed, dat is misschien iets persoonlijks (M5)”.

Verveling

Bij vijf van de zes mannen waren in de interviews tekenen van compassion fatigue rondom grensoverschrijdend gedrag te zien. Zo zei iemand dat het nieuws hem op den duur ging vervelen (M2) en noemde een ander het nieuws vermoeiend (M4). Deelnemer 2 omschreef hoe hij zich verlamd voelde door het nieuws omdat hij niet goed wist wat hij ermee moest doen. Een ander zei dat er altijd een overtreffende trap nodig was in verhalen over grensoverschrijdend gedrag om hem nog te raken (M6). Zo waren de aanklachten tegen Jeroen Rietbergen (dickpics, ongepaste opmerkingen) bijvoorbeeld niet indrukwekkend genoeg om te raken volgens deelnemer 2.

Alle deelnemers herkenden dat het nieuws op den duur hun aandacht verloor: “In het begin is het allemaal heel erg. Maar naarmate je dusdanig veel informatie hebt gekregen, dan op een gegeven moment geloof je het wel weer (M5)”.

4.2.4 Schuld (?)

Dit thema wordt weer van twee kanten belicht: zowel het afkeuren van victim blaming als het uitvoeren van victim blaming door de deelnemers. Bij de mannen kwamen sterkere casussen van victim blaming voorbij in de interviews dan bij de vrouwen.

De Mol beschuldigt slachtoffers onterecht

Door twee deelnemers werd het interview gezegd dat John de Mol de verantwoordelijkheid onterecht bij de slachtoffers legt. Dit werd door deze deelnemers afgekeurd en problematisch genoemd (M2):

Hij isoleerde eigenlijk alleen maar dat de vrouwen het moesten melden.

En daarmee ging hij wel een beetje voorbij aan wat nou precies het probleem is zeg maar. Dus, ik nam het hem wel een soort van kwalijk, dat hij alleen maar daarover praatte op het einde. (M1)

Ook deelnemer 6 kaartte het probleem van victim blaming aan, niet in relatie tot John de Mol maar in algemene zin. Hij ging zelfs nog een stap verder door te zeggen dat alle slachtoffers per definitie onschuldig zijn wanneer er sprake is van scheve machtsverhoudingen:

Ja, ik kon me dat wel voorstellen, dat er dan gewoon dingen fout gaan. En ook dat het niet de schuld van het slachtoffer is daardoor. Want ja, je bent altijd de ondergeschikte en dan ben je per definitie denk ik, euh, onschuldig.

Slachtoffers verantwoordelijk

Twee deelnemers namen juist de beschuldigende rol richting de slachtoffers aan. Hoewel ze beide ook in zekere mate begrip voor de slachtoffers toonden zeiden ze op een later moment in de interviews dingen die de onschuld van de slachtoffers in twijfel trokken.

Deelnemer 4 impliceerde bijvoorbeeld dat de slachtoffers met Ali B naar bed waren gegaan om hun eigen carrière verder te helpen en vond dat zij daar verantwoordelijkheid voor moeten nemen:

En als je dat doet, is het dan eerlijk om, als je er wel gebruik van hebt gemaakt om dan uh, een jaar later te zeggen: het is bij mij ook gebeurd. Ik zeg niet dat dat bij iedereen zo is hoor, helemaal niet. Maar bij sommige verhalen denk ik ook: je hebt er eigenlijk eerst gebruik van gemaakt en bent daarin meegegaan en nu zeg je dan: dit is er gebeurd. (M4)

Verder maakte deelnemer 4 onderscheid tussen 'echte' en 'niet echte' verhalen wanneer hij sprak over de vele berichtgeving over grensoverschrijdend gedrag, daarmee trok hij de oprechtheid van de slachtoffers in twijfel. Zoals eerder genoemd trok ook deelnemer 5 de verhalen over Marco Borsato in twijfel en bracht daarmee de oprechtheid van de slachtoffers in diskrediet.

Verderop in het interview vertelde deelnemer 5 over een ervaring met grensoverschrijdend gedrag die zijn vriendin had gehad. Ook daarbij speculeerde hij over haar schuld in die situatie: “Dus op dat moment dacht ik dat dat zij daar wel een rol speelde, dat zij dat een soort uitlokte of zich daarnaar gedroeg. Dus dat frustreerde mij wel naar haar toe (M5)”.

4.2.5 Identificatie

In dit thema wordt, in tegenstelling tot de vrouwen, niet alleen gekeken naar in hoeverre de nieuwsconsumenten zich konden verplaatsen in de slachtoffers maar ook in de daders en John de Mol. Dit omdat in de interviews vaak naar voren kwam dat de mannelijke deelnemers empathie of begrip konden opbrengen voor de mannen uit het narratief van de *TVOH*.

Ver van mijn bed

Alle deelnemers gaven aan in bepaalde mate afstand tot de slachtoffers te ervaren. De meest genoemde redenen daarvoor waren het zijn van een man, het ontbreken van een soortgelijke ervaring en in het dagelijks leven geen last hebben van scheve machtsverhoudingen.

Meerdere deelnemers gaven aan zelf geen vervelende ervaring te hebben en ook weinig of geen mensen in hun omgeving te kennen die wel zo'n ervaring hebben:

Bij heteromannen komt het denk ik gewoon bijna niet voor. Ik ken ook geen jongens die het wel hebben meegemaakt. Terwijl ik wel denk dat er meer meisjes het hebben meegemaakt dan dat je zelf denkt. (M2)

Het zijn van een man en het omgaan met hoofdzakelijk mannen zorgt dus voor meer afstand tot het slachtoffer. Een deelnemer die wel een ervaring had waarbij hij ongewenst aangeraakt werd gaf aan dat zelfs die ervaring niet hetzelfde was omdat hij nog steeds de controle had in de situatie:

Ik ben trouwens zelf chauffeur geweest, privéchauffeur. En dan haalden we mensen op die hadden gedronken. In het verleden was er dan een jonge, volwassen vrouw die mij in mijn nek ging masseren terwijl ze achter mij zat en ik aan het rijden was. Maar I don't care. Ik vind het prima. (M5)

Deelnemer 6 gaf aan dat hij in zijn werk als leraar nauwelijks geconfronteerd wordt met ongelijke machtsverhoudingen:

Ik werk ergens waar iemand van 60 eigenlijk dezelfde baan heeft als ik, snap je? En daar staat een teamleider boven en dat zijn heel veel vrouwen bij ons op school. Dus

we hebben sowieso een een machtsstructuur die denk ik iets anders geregeld is. Dus ik kon me daar al weinig bij voorstellen. (M6)

Begrip en medelijden

Ondanks de afstand noemde alle deelnemers in zekere mate empathie te hebben voor de slachtoffers. De meeste deelnemers konden zich iets voorstellen bij de impact van de gebeurtenissen op de levens van de slachtoffers: “Ja ik denk wel dat ik me kan voorstellen dat dat gewoon echt een beetje traumatisch is (M3)”. Deelnemer 1 had medelijden met de slachtoffers vanwege hun jonge leeftijd: “En ook omdat je weet dat die slachtoffers gewoon uhm, 18 zijn ofzo. En ik ook wel merk dat ik in de afgelopen vijf jaar wel wat volwassener ben geworden dan toen ik op mijn 18^e was (M1)”. Deelnemer 4 kon zich voorstellen dat een grote naam als Ali B of Marco Borsato goed macht top je kan uitoefenen. Deelnemer 6 nam het nog een stap verder door te zeggen dat slachtoffers in zulke situaties per definitie onschuldig zijn en dat hij daardoor een sterk gevoel van medelijden had voor hen.

Perspectief van daders

In de interviews met mannen werd er een aantal keer nuance aangebracht in de negatieve kijk op de daders terwijl hier bij de vrouwelijke deelnemers zeker geen sprake van was. Een aantal mannen belichten de situatie vanuit het perspectief van de daders en toonden meer begrip voor hen.

Deelnemer 2 sprak van medelijden voor de daders omdat ze zulke domme keuzes maakten in zijn optiek. Ook was hij van mening dat de daders op den duur een tweede kans zouden verdienen. Hij veroordeelde hen dus niet definitief maar stond open voor verandering.

Deelnemer 6 had ook mondjesmaat begrip voor de daders omdat hij zich als man met hen kon identificeren. Hij ging daarbij zijn eigen gedrag na:

Heb ik ooit iets gedaan wat in de buurt komt van dit? Ik kwam gelukkig tot de conclusie dat dat niet het geval is. Maar je denkt wel van: ja, dat kan iemand anders wel heel anders opvatten. Dus daarin betrek je het ook op jezelf. (M6)

Deelnemer 4 was het meest uitgesproken in zijn begrip voor de daders. Zo frustreerde het hem bijvoorbeeld dat Ali B in de media onterecht werd veroordeeld: “Bijvoorbeeld met Ali B was het heel moeilijk, merkte ik gelijk aan wat dat meisje vertelde, om dat juridisch echt hard te maken. Want dat is gewoon geen verkrachting (M4)”. Hij nam het op voor Ali B en had medelijden met de manier waarop hij in de media werd neergezet. Hij trok zijn begrip nog verder door het op te nemen voor mannen in het algemeen:

Wat tegelijkertijd ook wel weer maakt dat je er ook mee uit moet kijken vind ik. Dat je niet allemaal te uh, te gek wordt. Want op een gegeven moment ging er zoveel rond vond ik. Dat je denkt van: een man kan ook helemaal niks meer zeggen. (M4)

De Mol in lastige situatie

Bij meerdere deelnemers was er ook begrip voor de lastige positie waarin John de Mol zich bevond. Bij deelnemer 1 en 5 was dit begrip nog gematigd. Deelnemer 5 geloofde in de oprechtheid van John de Mol tijdens het interview. Over de uitspraken van John de Mol zei deelnemer 1:

Ik had daar een beetje mixed feelings over want aan de ene kant begreep ik hem wel van: als man is het moeilijk om de slachtoffers te begrijpen denk ik. Ik snap dat hij zegt: hey als mensen gewoon zeggen wat er gebeurt dan is er geen probleem. (M1)

Verder bracht deelnemer 1 nuance aan in de media-aandacht voor John de Mol door te benadrukken dat de echte schuldige Marco Borsato en Ali B waren.

Deelnemer 4 was iets feller in zijn begrip voor John de Mol. Hij vond dat de Mol te hard werd veroordeeld in de media:

Ik denk dat zijn bedoeling wel goed was. Alleen dat is niet helemaal overgekomen voor mijn gevoel. Hij is vervolgens ook met de grond gelijk gemaakt in de media en ik weet niet of dat nou echt terecht was. (M4)

4.2.6 Motivaties

In de interviews met de mannelijke deelnemers kwam waren drie motivaties te vinden: Interesse in het onderwerp, Mee willen praten en Opgeouwde spanning.

Interesse in het onderwerp.

De meest genoemde motivatie voor het volgen van het nieuws rondom TVOH was simpelweg interesse. Interesse was voor de vrouwelijke deelnemers ook een motivatie maar werd door hen vaak gelinkt aan interesse in het grotere maatschappelijk probleem. Bij de mannen linkte slechts één deelnemer zijn motivatie aan het maatschappelijke probleem.

Door drie deelnemers werd interesse als de hoofdzakelijke motivatie genoemd. Deelnemer 4 zei hierover bijvoorbeeld: “Het interesseerde mij om een inkijkje te krijgen in hoe dat wereldje dan in elkaar zit. En hoe eng dat wereldje ook wel is. Ja dat vond ik wel interessant (M4)”.

Mee willen praten

De helft van de deelnemers noemden hun omgeving als een motivatie om het nieuws te volgen omdat ze het belangrijk vonden om mee te kunnen praten over het onderwerp.

Deelnemer 6 zei bijvoorbeeld: ‘‘Maar ook denk ik: ja, dit gaat iedereen kijken vanavond en ik wil wel geïnformeerd zijn. Ik wil morgen mee kunnen praten aan de koffietafel. Weet je wel? (M6)’’.

Opgebouwde spanning

Ook de helft van de deelnemers noemden de ontstane sensatie en spanning rondom het nieuws als motivatie om betrokken te zijn bij het nieuws. Die spanning zorgde er niet alleen voor dat de *BOOS*-aflevering werd gekeken maar was ook een motivatie om het daarop volgende nieuws te volgen. Deelnemer 1 vertelde over zijn motivatie na het zien van de uitzending: ‘‘De dingen die ik afgelopen weken een beetje voorbij heb zien komen vond ik wel heel erg dus daardoor uhm, was ik wel geïnteresseerd in hoe de nasleep daarvan was (M1)’’.

4.2.7 Tim Hofman als celebrity mediator

De rol van Tim Hofman werd door de mannen grotendeels hetzelfde waargenomen als door de vrouwen. Onder de mannen was er een iets grotere groep die van te voren een oordeel over Hofman hadden maar elke mannelijke deelnemer was uiteindelijk positief over zijn houding en optreden in de *BOOS*-aflevering.

Hofman en BOOS zijn integer

Alle mannelijke deelnemers waren positief te spreken over Tim Hofman. De woorden die werden gebruikt om hem te omschrijven waren reflectief (M6) en authentiek (M5).

Deelnemer 1 vertelde dat zijn mening over Hofman in positieve zin was bijgedraaid na het zien van de *BOOS*-uitzending. Deelnemer 3 was te spreken over hoe Hofman zijn support voor de slachtoffers toonde in de uitzending en deelnemer 6 vond het goed dat Hofman zijn normale, luide houding uit *BOOS*-afleveringen voor deze aflevering had aangepast en zichzelf meer op de achtergrond plaatste.

Alle deelnemers noemden ook in hun vertrouwen in het programma *BOOS*. Het werd omschreven als integer (M3, M6), authentiek (M2) en onafhankelijk (M4). Deelnemer 6 vertelde hoe de integere reputatie van *BOOS* zijn aandacht voor het onderwerp versterkte:

“En dat de mensen van *BOOS* het in die zin journalistiek zo aan pakten dat ze volgens mij heel integer over kwamen. Dus dat je ook dacht: oké, er komt echt iets indrukwekkends aan (M6)”.

Irritante alternatieveling

Naast deze lof voor Hofman waren er ook wat punten van irritatie of twijfel over Hofman maar niet in zo'n mate dat zijn optreden in *BOOS* in twijfel werd getrokken. Deelnemer 5 omschreef hem als een alternatieveling waar hij zelf niet goed aan kon relateren, deelnemer 4 had respect voor het werk van Hofman maar vond zijn stijl wel eens irritant, deelnemer 2 zei in andere *BOOS*-afleveringen wel eens te twifelen aan Tim's authenticiteit.

4.3 Vergelijking tussen vrouwen en mannen

Tabel 1

Thema's en subthema's voor vrouwen en mannen

Vrouwen		Mannen	
<i>Thema</i>	<i>subthema</i>	<i>Thema</i>	<i>Subthema</i>
Schok en walging	Geschokt	Schok	Boven verwachting geschokt
	Woede en walging		Boosheid
Het effect	Verandering van gedrag	Het effect	Een balletje rollen
	Geraakt door getuigenissen		Verbaasd over daden Ali B
	Gefrustreerd door de Mol		Autoriteit valt van zijn voetstuk
Beperkte indruk	Gematigde interesse	Beperkte indruk	Twijfelen aan het nieuws
	Niets nieuws onder de zon		Verveling
Schuld (?)	Geen schuld bij slachtoffers	Schuld (?)	De Mol beschuldigt slachtoffer onterecht
	Victim blaming		Slachtoffers verantwoordelijk
Identificatie	Herkenning uit eigen leven	Identificatie	Ver van mijn bed
	Ontbreken van soortgelijke ervaring		Begrip en medelijden
Motivaties	Betrokken bij maatschappelijke problemen	Motivaties	Perspectief van daders
	Mee willen praten		De Mol in lastige situatie
	Nieuwsgierigheid gewekt		Interesse in het onderwerp
Tim Hofman als celebrity mediator	Authentiek en integer	Tim Hofman als celebrity mediator	Mee willen praten
	Twijfel aan authenticiteit		Opgebouwde spanning
			Hofman en <i>BOOS</i> zijn integer
			Irritante alternatieveling

In de vergelijking van de twee groepen werd duidelijk dat de ervaringen van mannen en vrouwen in de basis overeenkomen. Beide groepen spraken grote verbazing en boosheid uit. Zowel mannen als vrouwen stelden zich empathisch op richting de slachtoffers maar ervoeren ook barrières om zich helemaal in het slachtoffer te verplaatsen. Desonanks waren er ook genoeg belangrijke verschillen zichtbaar. In het bovenstaande overzicht van de thema's zijn de verschillen tussen de twee groepen terug te zien in de subthema's.

De belangrijkste verschillen tussen de ervaringen van mannen en vrouwen zijn de volgende: de vrouwelijke deelnemers ervoeren sterkere emoties van woede en afschuw over het nieuws dan mannen, vrouwen ervoeren meer frustratie over het interview met John de Mol, bij de mannen werd er getwijfeld aan de echtheid van de verhalen van de slachtoffers, de mannelijke deelnemers toonden meer uitingen van victim blaming en bij de mannelijke groep was er sprake van empathie voor de daders en John de Mol terwijl dat bij de vrouwen niet zo was. Over het algemeen kan er gezegd worden dat, waar vrouwen bijna onvoorwaardelijke support voor de slachtoffers toonden, mannen een iets meer kritische houding richting het nieuws aannamen en meer nuance aanbrachten in de negatieve houding richting de daders en John de Mol.

5. Conclusie

In dit onderzoek is door middel van thematische content analyse onderzoek gedaan naar de impact van het nieuws rondom de gebeurtenissen bij *TVOH* onder jonge mannen en vrouwen. De dataset bestond uit transcripten van twaalf interviews met nieuwsconsumenten tussen de 18 en 25 jaar oud. De onderwerpenlijst voor de interviews was gebaseerd op verschillende theorieën over onder andere de distant other, getuige zijn en uses and gratifications. Omdat het onderzoek vergelijkend was tussen man en vrouw is er een sample van zes mannen en zes vrouwen geselecteerd. Uit de thematische content analyse kwamen voor beide groepen zeven thema's naar voren. De onderzoeksvraag: hoe hebben jonge vrouwen het nieuws rondom seksueel grensoverschrijdend gedrag bij *TVOH* gevolgd en ervaren in vergelijking tot jonge mannen? kan beantwoord worden met behulp van deze thema's.

In de basis waren de reacties op het nieuws over de gebeurtenissen bij *TVOH* bij zowel mannen als vrouwen redelijk hetzelfde. Beide groepen schrokken van het nieuws en spraken hun boosheid uit. Beide groepen voelden empathie voor de slachtoffers en beide groepen waren positief over Tim Hofman en zijn programma BOOS. Wanneer we verder inzoomen zien we echter wel degelijk verschillen tussen de twee groepen. In de volgende sectie zullen deze verschillen nog eens op een rij gezet worden.

Bij het eerste thema was bij zowel mannen als vrouwen de verbazing overheersend. Daarnaast waren er veel negatieve emoties zichtbaar. De boze emoties waren bij vrouwen echter een stuk sterker zichtbaar dan bij mannen. Waar mannen het woord 'boos' gebruikten, namen vrouwen de woorden 'woede' en 'walging' in de mond.

Het nieuws had in beide groepen een vergelijkbare impact. De verbazing leek even groot en ook de handelingen die volgden op het horen van het nieuws, het voeren van gesprekken, waren vergelijkbaar. Waar mannen elkaar alerter maakten op de implicaties van hun gedrag voerden vrouwen gesprekken met mensen die de ernst van de situatie niet begrepen. In beide groepen werd het nieuws 'Nederland's grote MeToo schandaal' genoemd. Beide groepen vonden de getuigenissen van slachtoffers indrukwekkend. Een verschil was zichtbaar bij de impact die John de Mol achterliet. Zijn interview bleef zowel mannen als vrouwen bij maar riep bij vrouwen een stuk meer frustratie en negatieve emoties op.

Het thema Beperkte indruk was bij de mannelijke groep iets groter. Het opvallende verschil tussen de twee groepen bij dit thema was dat er bij mannen sprake was van twijfel aan de echtheid van het nieuws. Geen enkele vrouwelijke deelnemer gaf aan hieraan te twijfelen, zij namen het nieuws volledig voor waarheid aan.

Waar bij de vrouwen slechts een enkele keer sprake was van victim blaming kwam dit bij mannen vaker en explicieter naar voren. Mannen leken hierbij minder gevoelig te zijn voor de rol en kwetsbaarheid van vrouwen in situaties van grensoverschrijdend gedrag. Ook werd het victim blamen door John de Mol bij vrouwen vaker afgekeurd in de interviews dan bij de mannen gebeurde.

Binnen het thema Identificatie was het grootste verschil tussen de twee groepen zichtbaar. Zowel mannen als vrouwen hadden redenen om zich in meerdere of mindere mate in de slachtoffers te kunnen verplaatsen. Bij mannen zorgden hun gender voor een belangrijk stuk afstand tot de slachtoffers. Voor beide groepen was het ontbreken van een soortgelijke ervaring met grensoverschrijdend gedrag een reden voor afstand tot het slachtoffer. Vrouwen spraken iets vaker van medelijden of begrip voor de slachtoffers dan mannen. Het grote verschil bevond zich echter in het feit dat mannen ook spraken van empathie voor de daders (Ali B, Marco Borsato, Jeroen Rietbergen) en John de Mol. Zij konden zich door hun gender in zekere mate identificeren met deze mannen wat hun positie in het verhaal dichterbij bracht. Onder de vrouwelijke deelnemers sprak niemand van empathie voor deze groep en werden de gebeurtenissen nauwelijks van hun kant belicht.

Bij het thema Motivatie was er slechts een klein verschil zichtbaar. Het subthema Betrokken bij maatschappelijke problemen uit de vrouwen analyse werd bij de mannen ingewisseld voor Interesse in het onderwerp. Bij mannen was simpele interesse in de gebeurtenissen bij *TVOH* een belangrijke motivatie terwijl deze interesse bij vrouwen meestal in het bredere plaatje van het maatschappelijke probleem rondom grensoverschrijdend gedrag werd geplaatst. Meerdere vrouwen gaven aan sowieso al een interesse te hebben in feminisme en daarom geïnteresseerd te zijn in het nieuws rondom *TVOH*.

Beide groepen hadden een, over het algemeen, positieve houding richting Tim Hofman. Dat betekent dat zijn rol als celebrity mediator effectief is geweest. De negatieve vooroordelen over Hofman waren bij mannelijke deelnemers iets duidelijker aanwezig dan bij de vrouwen mannen maar de algemene houding was vergelijkbaar.

In de interviews werden twee factoren het vaakst genoemd als reden voor afstand tot de slachtoffer: gender en het ontbreken van een soortgelijke ervaring met seksueel grensoverschrijdend gedrag. Uit de interviews bleek dat gender de belangrijkste factor was in het ervaren van afstand tot de slachtoffers. Het ontbreken van een soortgelijke ervaring werd ook vaak genoemd als een reden voor afstand maar ook wanneer mannen wel zo'n ervaring hadden was de impact daarvan anders. Mannelijke deelnemer 5 is daar een voorbeeld van. Hij beschreef een situatie waarin hij ongewenst werd aangeraakt maar niet onder de indruk was

omdat hij nog steeds de meest machtige persoon in de situatie was. Zo was deze deelnemer in deze situatie bijvoorbeeld fysiek sterker dan de vrouw die hem aanraakte maar er werden door deelnemers ook voorbeelden genoemd waarin mannen door bijvoorbeeld hun positie in een organisatie machtiger waren. Wanneer een man dus een soortgelijke ervaring heeft is dat geen garantie dat die ervaring de afstand tot het slachtoffer verkleint.

5.1 Implicaties voor de theorie

Parallellen #MeToo-beweging

In de reacties op het nieuws over *TVOH* waren veel parallellen zichtbaar met de reacties en effecten van de #MeToo-beweging. Waar de #MeToo-beweging voor meer begrip voor slachtoffers van seksueel grensoverschrijdend gedrag zorgde, deed de mediastorm rond *TVOH* dat ook. Door zowel de mannelijke als vrouwelijke deelnemers werd gezegd dat het nieuws voor hen voor (meer) begrip en empathie voor de slachtoffers zorgde. Deze support is van belang voor de verwerking en heling van de slachtoffers (Bogen et al., 2021). Onderzoek van PettyJohn et al. (2019) zag hoe de #MeToo-beweging een ondernemende reactie van mannen opriep: #HowIWillChange. In dit onderzoek benoemde ook meerdere mannen hoe ze na het lezen van het nieuws hun eigen gedrag zijn nagegaan om te zien of ze ooit iemand ongewenst bejegend hadden en dat ze andere mannen zijn gaan aanspreken op hun gedrag.

Een laatste parallel is met de #MeToo-beweging is zichtbaar in de weerstand die de vele #MeToo-reacties bij sommige mensen opriep. Critici van de beweging spreken van een heksenjacht op mannen waarbij mannen ‘niks meer kunnen zeggen’ (Bhattacharyya, 2018). Ook ontbreekt er soms nog een stuk begrip voor de posities van de slachtoffers waarbij in twijfel wordt getrokken of ze niet zelf ook schuldig zijn aan wat hen is overkomen: het zogeheten victim blaming. Maruna en Pali (2020) noemden dit een hardnekkig tegengeluid van de #MeToo-beweging en dit onderzoek lijkt dat te bevestigen. Meerdere deelnemers van het onderzoek, mannen meer dan vrouwen, stelden vragen bij de rol van de slachtoffers in wat hen is overkomen. Hoewel er dankzij het nieuws dus veel begrip voor de slachtoffers ontstond, blijft victim blaming terugkeren.

Affecten

Van de acht affecten uit Tomkins' affect theorie zagen we er vier herhaaldelijk terugkeren in de reacties van de deelnemers op het nieuws over *TVOH*. Verrassing en boosheid waren de grootste. Bij zowel mannen als vrouwen overheerste verbazing, een vorm van verrassing, in de eerste reacties op het nieuws. Daarna volgde al snel boosheid. Bij vrouwen was deze emotie een stuk sterker. Zo werd deze door hen ook wel omschreven als 'woede'. Walging kwam alleen bij de vrouwelijke deelnemers terug. Zij benoemden walging wanneer ze spraken over de acties van de daders. Dat bij mannen de verbazing groter was dan de boosheid zou kunnen komen doordat zij minder bekend waren met het probleem van grensoverschrijdend gedrag en zich daarom minder bewust waren van de structurele aard er van.

Ten slotte was interesse een regelmatig terugkerend affect. Door de opbouw naar de BOOS-aflevering was de interesse van vrijwel alle deelnemers gewekt en voortdurende interesse dreef hen om het nieuws te blijven volgen. De aanstekelijkheid van affecten die Tomkins beschrijft (Gibbs, 2011) was ook zichtbaar bij de deelnemers van dit onderzoek. Alle deelnemers merkten dat het nieuws in hun omgeving leefde en werden door vrienden of familieleden meegenomen in de interesse, verbazing of boosheid die om het nieuws heen hing.

Cavalcante (2018) zag in zijn onderzoek naar media en emoties dat emoties bij de nieuwsconsument kunnen cumuleren en daarmee een uiteindelijke uitbarsting van emoties kunnen versterken. Bij de vrouwen in dit onderzoek waren de effecten van deze cumulatie zichtbaar. Daarbij werd zowel de veelvuldige verslaggeving over grensoverschrijdend gedrag als oorzaak genoemd als ook hun eigen ervaringen met het onderwerp. Onder de mannen werd slechts een keer de cumulatie van het nieuws genoemd als versterker van de emotionele reactie.

De distant other

Zoals verwacht was er voor de mannen in dit onderzoek in bepaalde mate een onoverbrugbare afstand tot de slachtoffers uit het nieuws, 'de ander'. Dit werd meestal veroorzaakt door hun gender of door het ontbreken van een soortgelijke ervaring met grensoverschrijdend gedrag. Deze laatste oorzaak zorgde echter ook bij de vrouwen voor afstand tot de slachtoffers. Er was dus bij veel deelnemers duidelijk sprake van een ver van hun bed show of 'distant suffering'.

Bij de analyse van de data bleek er bovendien sprake te zijn van nog een vorm van afstand ervaren: waar de mannelijke deelnemers empathie opbrachten voor Marco Borsato,

Jeroen Rietbergen, Ali B en John de Mol was hier bij de vrouwen geen sprake van. Dit keer zat voor vrouwen hun gender in de weg om zich in te kunnen leven in deze mannen. Mannelijke deelnemers hadden medelijden met de veroordeling die de daders moesten doorstaan omdat ze zich in zekere mate met hen konden identificeren, voor vrouwen was dit niet het geval. Voor hen waren de daders ‘de ander’.

De BOOS-aflevering was een belangrijke vorm van mediation van de crisis naar het publiek. Chouliaraki (2006) maakt onderscheid tussen de utopische- en dystopische visie op de effect van mediation. In de resultaten van dit onderzoek waren argumenten voor beide visies terug te vinden. Er was nog steeds sprake van onbegrip en victim blaming onder (met name de mannelijke) deelnemers (dystopische visie) maar de verhalen van de slachtoffers zorgden onder de mannelijke deelnemers tegelijkertijd voor een toename van hun begrip voor slachtoffers van grensoverschrijdend gedrag (utopische visie).

Scott (2015) omschreef in zijn onderzoek het belang van een goede celebrity mediator bij een crisis: iemand die geliefd is bij het publiek, authentiek en oprecht overkomt en betrouwbaar is. Door vrijwel alle deelnemers werd Tim Hofman geduid als een goede mediator. Veel deelnemers hadden voor de uitzending over *TVOH* al een positieve houding richting Hofman en als dat niet zo was, was dat na het zien van de uitzending veranderd. Ze vonden hem authentiek en oprecht overkomen en hadden respect voor de manier waarop de uitzending was ingestoken. Scott (2015) zag dat celebrities vooral een brug slaan tussen slachtoffers en een jong publiek en ook dat lijkt te kloppen voor Hofman die vooral bij de jonge generatie sterk resoneert.

Dat compassion fatigue optrad bij consumenten van het nieuws over *TVOH* was overduidelijk in de analyse. Bijna elke deelnemer gaf aan in zekere mate vermoeid of niet onder de indruk te zijn van het nieuws door eerdere verslaggeving over grensoverschrijdend gedrag of op den duur door de overmatige verslaggeving over *TVOH*. Er was hierbij geen duidelijk verschil zichtbaar tussen de mannelijke en vrouwelijke deelnemers. Beide groepen omschreven hetzelfde gevoel van vermoeidheid en vlakheid. De these van Moeller (1999) lijkt dus ook toepasbaar te zijn op verslaggeving van seksueel grensoverschrijdend gedrag.

Media witnessing

Media witnessing heeft vaak als gevolg dat er een verantwoordelijkheidsgevoel bij het publiek ontstaat (Kyriakidou, 2015). Dit gevoel om iets te moeten doen was ook bij zowel de mannen als vrouwen in dit onderzoek zichtbaar. Veel verder dan het voeren van gesprekken met mensen uit hun omgeving ging het echter niet. Vrouwen spraken met mensen uit hun

omgeving om de ernst van de situatie uit te leggen en mannen gingen met vrienden in gesprek over hoe ze hun gedrag zouden moeten aanpassen. Dit verantwoordelijkheidsgevoel werd met name bij de vrouwen versterkt door de liveness van de gebeurtenissen. Zij noemden het idee dat zulke incidenten nog steeds (kunnen) plaatsvinden als grote frustratie.

Hoewel media witnessing dus iets teweeg kan brengen bij de mediaconsument kunnen we er niet vanuit gaan dat dit voor elke mediaconsument hetzelfde werkt. Ong (2014) beargumenteerd dat er bij de media witnessing-theorie van Kyriakidou voorbij wordt gegaan aan de agency van de consument. Dit is ook terug te vinden in de resultaten van dit onderzoek. Met name bij de mannelijke deelnemers was een meer kritische houding richting de berichtgeving terug te zien. Zo zei één man de verhalen over Marco Borsato bijvoorbeeld helemaal niet te geloven en was een ander het niet eens met de publiekelijke veroordeling van Ali B als verkrachter in de media. In deze voorbeelden namen de deelnemers dus niet direct aan wat de media hen vertelde maar gebruikten ze hun agency om zelf te oordelen wat ze geloofden en wat ze met die informatie deden.

Kyriakidou (2015) beschrijft vier typen getuigen bij media witnessing. De affectieve getuige, reageren met emotie en medelijden, zagen we bij zowel de mannelijke als vrouwelijke deelnemers terug. De extatische getuige, die de emotionele reactie nog een stap verder neemt, was alleen terug te vinden in de vrouwelijke groep. Vrouw 2 was hier een voorbeeld van: ze ervoer sterke emoties bij het horen van het nieuws en heeft direct vanuit die emoties gehandeld. Naarmate de tijd verstreek werden zowel mannen als vrouwen in meerdere mate gepolitiseerde getuigen. De emotionele reacties verdwenen naar de achtergrond en steeds meer deelnemers namen meer afstand tot het nieuws door het in de context van het bredere maatschappelijke probleem te bekijken. De afstandelijke getuige, iemand die weinig emotie bij de gebeurtenissen voelt, was met name in de mannelijke groep terug te zien. Dit werd door hen verklaard door de afstand tot de slachtoffers. Ook vrouwelijke deelnemers zagen bij mannen in hun omgeving deze afstandelijke houding terug. Deze bevindingen zijn in lijn met het onderzoek van Scott (2014) dat bij mannen met name de karakteristieken van de afstandelijke getuige terug zag en bij vrouwen vaker de kenmerken van affectieve- of extatische getuigen.

Gebruiksmotivaties

De meest genoemde motivaties om het nieuws te volgen in dit onderzoek waren: interesse, het maatschappelijke probleem, meedoen met omgeving, en de ontstane sensatie rondom het

onderwerp. Die eerste twee motivaties passen bij de cognitieve behoeften die Katz et al. (1973) beschrijven. Het mee willen praten met de omgeving is een belangrijke motivatie die bij sociale interactie hoort. Sensatie is iets moeilijker te plaatsen in de categorisatie van Katz et al. (1973). Dit zou zowel bij de sociale interactie kunnen horen (hoe meer sensatie, hoe meer mensen naar het onderwerp worden getrokken) als bij cognitieve behoeften (jezelf informeren omdat je wilt begrijpen waarom de sensatie ontstaat).

5.2 Maatschappelijke relevantie

Naast de wetenschappelijke relevantie die hierboven beschreven is, heeft dit onderzoek ook maatschappelijk relevantie. Zoals eerder omschreven liep de ontwikkeling van het nieuws rondom *TVOH* redelijk parallel met de ontwikkelingen van de #MeToo-beweging een aantal jaar geleden. Diezelfde parallel zou getrokken kunnen worden met tientallen andere incidenten van seksueel grensoverschrijdend gedrag die uitgebreid in de media zijn geweest. Denk bijvoorbeeld aan het ontslag van Marc Overmars bij Ajax, wat door veel deelnemers in dit onderzoek werd genoemd als vergelijkbare casus. Maar ook op wereldwijde schaal zijn veel voorbeelden te bedenken van grensoverschrijdend gedrag in de media wat veel losmaakte bij de mediaconsument: Harvey Weinstein, Michael Jackson, R. Kelly, enzovoorts. Dat maakt dit onderzoek maatschappelijk relevant omdat de impact van het *TVOH*-nieuws vergelijkbaar kan zijn met de impact van ander nieuws over MeToo-zaken.

De resultaten van dit onderzoek zijn verder maatschappelijk interessant omdat het ons iets leert over de kijk van mannen en vrouwen op grensoverschrijdend gedrag. Zo zien we dat er onder mannen over het algemeen een iets kritischere houding heerst richting dit nieuws terwijl vrouwen vaker vanuit hun emotie reageren en geneigd zijn de verhalen van de slachtoffers te geloven. Mannen gaan minder direct uit van de onschuld van het slachtoffer en bekijken de situatie vaak ook vanuit het perspectief van de dader.

Het toont verder het belang aan van de celebrity mediator of het platform waarop het nieuws gepresenteerd wordt voor de geloofwaardigheid van de berichtgeving. Bovenal laat dit onderzoek zien dat, ondanks de verschillen in hun reacties, het nieuws over grensoverschrijdend gedrag bij zowel mannen als vrouwen indruk maakt en beide groepen aan het denken zet. Dat maakt het nieuws maatschappelijk interessant en toont voor media-outlets het belang van verslaggeving over grensoverschrijdend gedrag.

5.3 Beperkingen en aanbevelingen

Hoewel zorgvuldig voorbereid, zijn er een aantal beperkingen van dit onderzoek te benoemen. Voor de interpretatie en toepassing van dit onderzoek is het goed om hiervan bewust te zijn.

Ten eerste is een veel voorkomende limitatie bij kwalitatief onderzoek de interpretatie van de onderzoeker. Het coderen van de transcripten is volledig onderhevig geweest aan de interpretatie van de onderzoeker. Omdat dit slechts één persoon is geweest is het moeilijk te bepalen in welke mate de persoonlijke lens van de onderzoeker de resultaten heeft beïnvloed. Zo was het voor de onderzoeker een uitdaging om de eigen overtuigingen over het onderwerp niet in de weg van de analyse te laten komen. De eigen interesse en passie voor het onderwerp waren een belangrijke drijfveer tijdens het uitvoeren van het onderzoek maar maakten de positie van de onderzoeker tegelijkertijd minder neutraal. Bovendien is het verloop van de interviews ook afhankelijk van de keuzes van de onderzoeker. Er is een onderwerpenlijst opgesteld om de interviews te gidsen en het onderzoek daarmee zo replicerbaar, en dus zo betrouwbaar mogelijk te maken. Om de willekeur van een enkele onderzoeker zoveel mogelijk in te perken zou het voor een volgend onderzoek goed zijn om de analyse door twee onafhankelijk codeurs uit te laten voeren. Dat zou de validiteit van de onderzoeksresultaten verhogen.

Verdere limitaties zijn zichtbaar in de selectie van het sample. Deelnemers zijn geworven door gebruik te maken van het netwerk van het netwerk van de onderzoeker. Hiermee is gepoogd te voorkomen dat de onderzoeker een persoonlijke verbinding had met één van de deelnemers. Het was goed dat er geen persoonlijke relatie bestond tussen deelnemer en onderzoeker maar omdat het ging om het tweedegraads netwerk van de onderzoeker werd er nog steeds redelijk binnen een bepaalde bubbel bewogen. Zo was vrijwel elke deelnemer hoogopgeleid en geen enkele deelnemer van kleur. Ook qua politieke overtuigingen leek de groep overwegend links op het spectrum te zitten. Het ging in dit onderzoek om een relatief klein sample maar desondanks was het goed geweest om een iets diversere groep deelnemers te spreken om zo meer een afspiegeling van de Nederlandse samenleving te creëren.

Een andere reden waarom het sample geen goede afspiegeling van de samenleving is geweest is één van de weinige selectiecriteria voor het sample. Deelnemers van dit onderzoek

moesten de *BOOS*-uitzending over het onderwerp gezien hebben. Dat de deelnemers geïnteresseerd genoeg waren om de hele uitzending (van ruim een uur) te kijken zegt in zekere mate al iets over hun interesse in het onderwerp. Dat maakt dus dat we in dit sample sowieso niet kunnen spreken van een groep willekeurige nieuwsconsumenten.

Een volgende beperking van het onderzoek is de tijd die tussen de *BOOS*-uitzending en het afnemen van de interviews zat, in dit geval ongeveer drie maanden. Een deel van de inhoud van de aflevering was voor sommige deelnemers al weggezakt en ook was het soms moeilijk om hun emoties en acties rondom de mediastorm te herinneren. Wanneer er een volgende keer onderzoek gedaan zou worden naar een vergelijkbare mediastorm zou het goed zijn om de interviews zo dicht mogelijk op de gebeurtenissen af te nemen. Op die manier kan er dieper op de emoties van de nieuwsconsument ingezoomd worden. Tegelijkertijd vertelde de data van dit onderzoek op deze manier veel over welke dingen uit de mediastorm een meer lange termijn indruk hebben gemaakt op de nieuwsconsument.

Ten slotte lag er in dit onderzoek een beperking in het gender van de onderzoeker. Als vrouw was het makkelijker om rapport te creëren bij de vrouwelijke deelnemers dan bij de mannelijke deelnemers. Soms was het merkbaar dat mannelijke deelnemers de positie van de onderzoeker richting het onderwerp aftasten voordat ze vrijuit durfden te spreken over het onderwerp. Voor een volgend onderzoek naar seksueel grensoverschrijdend gedrag zou het goed zijn om met twee interviewers te werken, zowel een man als een vrouw. Om een meer ontspannen sfeer te creëren tijdens het interview is er voorafgaand aan het gesprek niet genoemd dat het ging om een vergelijkend onderzoek tussen mannen en vrouwen. Dit is gedaan om te voorkomen dat deelnemers het gevoel kregen ‘hun groep’ goed te moeten presenteren.

Als aanvullend onderzoek zou een kwalitatieve inhoudsanalyse van de *BOOS*-aflevering en de krantenartikelen die volgden op de uitzending interessant zijn. Het kan interessant zijn om te zien welk narratief de media over het nieuws vertellen en of de nieuwsconsumenten dit narratief overnemen of het nieuws met een kritische blik benaderen.

7. Literatuurlijst

- Acquaviva, B. L., O'Neal, E. N., & Clevenger, S. L. (2021). Sexual assault awareness in the # MeToo era: Student perceptions of victim believability and cases in the media. *American journal of criminal justice*, 46(1), 6-32. DOI: 10.1007/s12103-020-09585-7
- Anderson, R. (2007). Thematic content analysis (TCA). Descriptive presentation of qualitative data, 1-4. Geraadpleegd via <http://rosemarieanderson.com/wp-content/uploads/2014/08/ThematicContentAnalysis.pdf>
- Babbie, E. (2008). *The basics of social science research*. New York: Thomson Wadsworth.
- Barak, A. (2005). Sexual harassment on the Internet. *Social Science Computer Review*, 23(1), 77-92. DOI: 10.1177/0894439304271540
- Barnes, R. (2014). The “ecology of participation”: A study of audience engagement on alternative journalism websites. *Digital journalism*, 2(4), 542-557. DOI: 10.1080/21670811.2013.859863
- Bhattacharyya, R. (2018). # Metoo movement: An awareness campaign. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 3(4). Geraadpleegd via https://papers-srn-com.eur.idm.oclc.org/sol3/papers.cfm?abstract_id=3175260
- Boeije, H. (2010). *Analysis in qualitative research*. Sage publications. Geraadpleegd via https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781446205402_A24010263/preview-9781446205402_A24010263.pdf
- Bogen, K. W., Bleiweiss, K. K., Leach, N. R., & Orchowski, L. M. (2021). # MeToo: Disclosure and response to sexual victimization on Twitter. *Journal of interpersonal violence*, 36(17-18), 8257-8288. DOI: 10.1177/0886260519851211
- Bowen, G. A. (2019). Sensitizing concepts. *SAGE Research Methods Foundations*. SAGE Publications. DOI: 109781526421036788357.
- Boyle, K. (2019). # MeToo, Weinstein and feminism. In *# MeToo, Weinstein and Feminism* (pp. 1-20). Palgrave Pivot, Cham. DOI: 10.1007/978-3-030-28243-1_1
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101. Geraadpleegd via https://uwe-repository.worktribe.com/preview/1043068/thematic_analysis_revised_-_final.pdf
- Campbell, D. (2020). The myth of compassion fatigue. In *The violence of the image* (pp.97 – 124). Routledge.
- Cavalcante, A. (2018). Affect, emotion, and media audiences: The case of resilient reception. *Media, Culture & Society*, 40(8), 1186-1201. DOI: 10.1177/016344371871991

- CBS. (2020). *Prevalentie monitor: Huiselijk geweld en seksueel geweld 2020*. Centraal Bureau voor Statistiek. Geraadpleegd op 7 maart, via <https://longreads.cbs.nl/phgsg-2020/>
- Chouliaraki, L. (2006). Towards an analytics of mediation. *Critical discourse studies*, 3(2), 153-178. DOI: 10.1080/17405900600908095
- Gibbs, A. (2011). Affect theory and audience. In *The handbook of media audiences*, (pp. 251-266). Geraadpleegd via <https://onlinelibrary-wiley-com.eur.idm.oclc.org/doi/pdf/10.1002/9781444340525#page=263>
- Hofman, T. [BOOS]. (2022, 20 januari). BOOS: This is The Voice [video]. Geraadpleegd op 1 juni 2022, van https://www.youtube.com/watch?v=1idPrF17UP0&ab_channel=BOOS
- Inan, J. (2022, 6 februari). Marc Overmars weg bij Ajax na grensoverschrijdende berichten aan vrouwelijke collega's: 'Ik schaam me kapot'. *Algemeen Dagblad*. Geraadpleegd op 16 mei 2022 via <https://www.ad.nl/nederlands-voetbal/marc-overmars-weg-bij-ajax-na-grensoverschrijdende-berichten-aan-vrouwelijke-collegas-ik-schaam-me-kapot~a19b6fad/>
- Johnson, J. M. (2001). In-depth interviewing. In *Handbook of Interview Research* (pp. 103-119). DOI: 10.4135/9781412973588
- Knobloch-Westerwick, S. (2007). Gender differences in selective media use for mood management and mood adjustment. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51(1), 73-92. DOI: 10.1080/08838150701308069
- Kyriakidou, M. (2015). Media witnessing: Exploring the audience of distant suffering. *Media, Culture & Society*, 37(2), 215-231. DOI: 10.1177/0163443714557981
- Lottes, I. L., & Kuriloff, P. J. (1994). Sexual socialization differences by gender, Greek membership, ethnicity, and religious background. *Psychology of Women Quarterly*, 18(2), 203-219. DOI: 10.1111/j.1471-6402.1994.tb00451.x
- Maruna, S., & Pali, B. (2020). From victim blaming to reintegrative shaming: The continuing relevance of crime, shame and reintegration in the era of # MeToo. *Int. J. Restor. Justice*, 3(1), 38-44. Geraadpleegd via https://www.researchgate.net/profile/Shadd-Maruna/publication/340624261_From_victim_blaming_to_reintegrative_shaming_the_continuing_relevance_of_Crime_shame_and_reintegration_in_the_era_of_MeToo/links/5e9f4a8a4585150839f3f33a/From-victim-blaming-to-reintegrative-shaming-the-continuing-relevance-of-Crime-shame-and-reintegration-in-the-era-of-MeToo.pdf

- Meijer, I. C. (2013) Valuable journalism: A search for quality from the vantage point of the user. *Journalism* 14 (6), 754–770. DOI: 10.1177/1464884912455899
- NOS. (2020, 11 maart). *Weinstein hoort zijn vonnis, hoe is het in Nederland met #MeToo?* Geraadpleegd op 3 maart 2022, via <https://nos.nl/artikel/2326659-weinstein-hoort-zijn-vonnishoe-is-het-in-nederland-met-metoo>
- Ong, J. C. (2014). “Witnessing” or “Mediating” distant suffering? Ethical questions across moments of text, production, and reception. *Television & New Media*, 15(3), 179-196. DOI: 10.1177/1527476412454687
- Page, A., & Arcy, J. (2020). # MeToo and the politics of collective healing: Emotional connection as contestation. *Communication, Culture, and Critique*, 13(3), 333-348. DOI: 10.1093/ccc/tcz032
- PettyJohn, M. E., Muzzey, F. K., Maas, M. K., & McCauley, H. L. (2019). # HowIWillChange: Engaging men and boys in the # MeToo movement. *Psychology of Men & Masculinities*, 20(4), 612. DOI: 10.1037/men0000186
- Rosas, O. V., & Serrano-Puche, J. (2018). News media and the emotional public sphere: Introduction. *International Journal of Communication*, 12(9). Geraadpleegd via <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6785/2345>
- RTL Nieuws. (2022, 17 april). ‘D66 verzwijgt grensoverschrijdend gedrag prominent partijlid’. *RTL Nieuws*. Geraadpleegd op 16 mei 2022 via <https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/nederland/artikel/5302457/d66-grensoverschrijdend-gedrag-partijlid-onderzoek-doofpot>
- Scott, M. (2014). The mediation of distant suffering: An empirical contribution beyond television news texts. *Media, Culture & Society*, 36(1), 3-19. DOI: 10.1177/0163443713507811
- Scott, M. (2015). The role of celebrities in mediating distant suffering. *International Journal of Cultural Studies*, 18(4), 449-466. DOI: 10.1177/1367877914530038
- Segers, M. (2022, 18 januari). Waar en wanneer is de Boos-afllevering over The Voice te zien? *Algemeen Dagblad*. Geraadpleegd op 1 juni 2022, via <https://www.ad.nl/show/waar-en-wanneer-is-de-boos-afllevering-over-the-voice-te-zien~a2bd52ef/>
- Shtarkshall, R. A., Santelli, J. S., & Hirsch, J. S. (2007). Sex education and sexual socialization: Roles for educators and parents. *Perspectives on sexual and reproductive health*, 39(2), 116-119. DOI: 10.1363/3911607

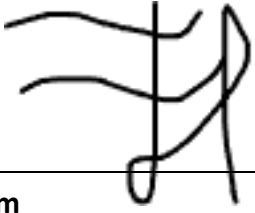
- Spanier, G. B. (1977). Sexual socialization: a conceptual review. *International Journal of Sociology of the Family*, 87-106. Geraadpleegd via <https://www.jstor.org/stable/23028433>
- Tanta, I., Mihovilović, M., & Sablić, Z. (2014). Uses and gratification theory– Why adolescents use Facebook? *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 20(2), 85-111. Geraadpleegd via <https://hrcak.srce.hr/133809>
- Van Wijk, L., & Jansen, D. (2022, 28 april). Johan Derksen penetreerde bewusteloze vrouw met kaars, Talpa ‘enorm geschrokken’ van verhaal. *Algemeen Dagblad*. Geraadpleegd op 16 mei 2022 via <https://www.ad.nl/show/johan-derksen-penetreerde-bewusteloze-vrouw-met-kaars-talpa-enorm-geschrokken-van-verhaal~ac4b319d/>
- Vann, A., & Coyer, F. (2014). Exploring compassion fatigue: How does compassion fatigue affect the intensive care nurse? *Australian critical care*, 27(1), 46. DOI: 10.1016/j.aucc.2013.10.012
- Von Engelhardt, J., & Jansz, J. (2014). Distant suffering and the mediation of humanitarian disaster. In R.E. Anderson (Ed.) *World suffering and quality of life* (pp. 75-87). DOI: 10.1007/978-94-017-9670-5_26
- Wahl-Jorgensen, K. (2020). An emotional turn in journalism studies? *Digital Journalism*, 8(2), 175-194. DOI: 10.1080/21670811.2019.1697626
- Ward, L. M. (2003). Understanding the role of entertainment media in the sexual socialization of American youth: A review of empirical research. *Developmental review*, 23(3), 347-388. DOI: 10.1016/S0273-2297(03)00013-3
- Welsh, S. (1999). Gender and sexual harassment. *Annual review of sociology*, 25(1), 169-190. DOI: 10.1146/annurev.soc.25.1.169

Appendix A: Consent formulier

Voorbeeld informed consent formulier

INFORMED CONSENT FORMULIER

Naam van het onderzoeksproject	Master scriptie: verschil in ervaring van het nieuws rondom seksueel grensoverschrijdend gedrag TVOH tussen mannen en vrouwen.
Doel van het onderzoek	Dit onderzoek wordt geleid door Fleur van Leeuwen. U bent van harte uitgenodigd om deel te nemen aan dit onderzoek. Het doel van dit onderzoek is om te spreken over hoe je de mediastorm rondom het nieuws over seksueel grensoverschrijdend gedrag bij TVOH hebt ervaren.
Gang van zaken tijdens het onderzoek	U dient tenminste 18 jaar te zijn om deel te nemen aan dit onderzoek. Tijdens het interview zal, aan de hand van een topic list, dieper worden ingegaan op het onderwerp. Van het interview zal een audio-opname worden gemaakt, zodat het gesprek later ad-verbatim (woord voor woord) kan worden uitgewerkt. Dit transcript wordt vervolgens gebruikt in het verdere onderzoek.
Potentiële risico's en ongemakken	Er zijn geen fysieke, juridische of economische risico's verbonden aan uw deelname aan deze studie. U hoeft geen vragen te beantwoorden die u niet wilt beantwoorden. Uw deelname is vrijwillig en u kunt uw deelname op elk gewenst moment stoppen.
Vertrouwelijkheid van gegevens	In het onderzoek wordt, om uw privacy te beschermen, uw naam niet gebruikt. Er wordt in plaats daarvan een nummer gebruikt om aan u te refereren (bijvoorbeeld: deelnemer 1).
Vrijwilligheid	Deelname aan dit onderzoek is geheel vrijwillig. Je kunt als deelnemer jouw medewerking aan het onderzoek te allen tijde stoppen, of weigeren dat jouw gegevens voor het onderzoek mogen worden gebruikt, zonder opgaaf van redenen. Dit betekent dat als je voorafgaand aan het onderzoek besluit om af te zien van deelname aan dit onderzoek, dit dit op geen enkele wijze gevolgen voor jou zal hebben. Tevens kun je tot 5 werkdagen (bedenktijd) na het interview alsnog de toestemming intrekken die je hebt gegeven om gebruik te maken van jouw gegevens.

	<p>In deze gevallen zullen jouw gegevens uit mijn bestanden worden verwijderd en vernietigd. Het stopzetten van deelname heeft geen nadelige gevolgen voor jou.</p>	
Toestemmings- verklaring	<p>Met uw ondertekening van dit document geeft aan dat u minstens 18 jaar oud bent; dat u goed bent geïnformeerd over het onderzoek, de manier waarop de onderzoeksgegevens worden verzameld, gebruikt en behandeld en dat u akkoord gaat met het opnemen van het interview.</p>	
Handtekening en datum	Naam Deelnemer	Naam Onderzoeksleider Fleur van Leeuwen
	Handtekening	Handtekening 
	Datum	Datum 13-04-22

Appendix B: Eerste versie onderwerpenlijst

Onderwerpenlijst scriptie interviews

Basis

- Heb je het nieuws rondom TVOH gevolgd? Heb je de BOOS aflevering gezien?
- Wat voor nieuws heb je allemaal gevolgd? (welke kanalen?)
- Hoe lang kon het nieuws je aandacht vasthouden?

Gevoel/ affecten/ Mood management theorie

- Wat was je eerste reactie op het nieuws?
- Hoe liet de berichtgeving je voelen? (schaamte, interesse, verrassing, vreugde, boosheid, angst, stress, walging)
- Zou je jezelf omschrijven als een emotioneel persoon?
- Heeft de reactie van anderen jouw reactie beïnvloed? (aanstekelijkheid van boosheid of walging)
- Zou je zeggen dat het 'impact' maakte?
- In hoeverre hebben eerdere ervaringen met het onderwerp je reactie beïnvloed? (ophoping)

Indien van toepassing:

- Wat deed je met de negatieve gevoelens die je overhield aan het nieuws?
- Was er in je omgeving ruimte voor je boosheid?

Uses and gratifications

- Waarom heb je het nieuws gevolgd? (informereren/ zelfidentificatie/ sociale status/ verbinden met anderen/ escapisme)
- Veranderde je motivatie gaandeweg?
- Wat is je eerste herinnering aan een MeToo zaak?
- Ben je meer betrokken bij nieuws rondom MeToo zaken? Lees je dat? Waarom wel/ niet (meer)?

Getuige zijn

- Raakte het nieuws je op persoonlijk niveau?
- Herkende je je in de slachtoffers of daders?
- Heb je het gevoel dat iets soortgelijks jou zou kunnen overkomen? Waarom wel/ niet?
- Laat je het nieuws je raken of houdt je het op een bepaalde afstand? (gepolitiseerd getuige zijn)
- In hoeverre heeft je eigen affiniteit met het onderwerp de impact van het nieuws voor jou vergroot?

Celebrity mediator

- Wat vind je van Tim Hofman? Waarom?
- Wat vond je van zijn rol in de BOOS aflevering?
- Volgde je hem destijds ook op zijn social media kanalen?
- Zou je hem als geloofwaardig of authentiek beschrijven?
- Was de impact van de uitzending anders geweest als iemand anders het had gebracht?

Appendix C: Tweede versie onderwerpenlijst

De eerste versie van de onderwerpenlijst is aangepast naar aanleiding van het afgenomen proefinterview. Aanpassingen zijn oranje gemarkeerd.

Onderwerpenlijst scriptie interviews

Consent formulier toelichten

Leeftijd vooraf controleren om zeker te weten of persoon in het sample past.

Basis

- Heb je het nieuws rondom TVOH gevolgd? Heb je de BOOS aflevering gezien?
- Wat voor nieuws heb je allemaal gevolgd? (welke kanalen?)
- Hoe lang kon het nieuws je aandacht vasthouden?
- Wat herinner je je van die eerste week na het de aflevering?

Gevoel/ affecten/ Mood management theorie

- Wat was je eerste reactie op het nieuws?
- Hoe liet de berichtgeving je voelen? (schaamte, interesse, verrassing, vreugde, boosheid, angst, stress, walging) → meer doorvragen
- Zou je jezelf omschrijven als een emotioneel persoon?
- Heeft de reactie van anderen jouw reactie beïnvloed? (aanstekelijkheid van boosheid of walging)
- Zou je zeggen dat het 'impact' maakte?
- In hoeverre hebben eerdere ervaringen met het onderwerp je reactie beïnvloed? (ophoping)
- Welke andere incidenten van seksueel grensoverschrijdend gedrag in de media kan je je herinneren?
- Heb je actie ondernomen naar aanleiding van de aflevering? (gesprekken, cancelen, petities, etc.)
- Hoe zou je het vinden als The Voice weer op tv uitgezonden zou worden?

Uses and gratifications

- Waarom heb je het nieuws gevolgd? (informereren/ zelfidentificatie/ sociale status/ verbinden met anderen/ escapisme)
- Veranderde je motivatie gaandeweg?
- Wat is je eerste herinnering aan een MeToo zaak?
- Ben je meer betrokken bij nieuws rondom MeToo zaken? Lees je dat? Waarom wel/ niet (meer)?

Getuige zijn

- Raakte het nieuws je op persoonlijk niveau?
- Herkende je je in de slachtoffers of daders?
- Heb je het gevoel dat iets soortgelijks jou zou kunnen overkomen? Waarom wel/ niet?
- Laat je het nieuws je raken of houdt je het op een bepaalde afstand? (gepolitiseerd getuige zijn)
- In hoeverre heeft je eigen affiniteit met het onderwerp de impact van het nieuws voor jou vergroot?

- Welk onderdeel uit de BOOS-uitzending is je het meest bijgebleven?

Celebrity mediator

- Wat vind je van Tim Hofman? Waarom?
- Wat vond je van zijn rol in de BOOS aflevering?
- Volgde je hem destijds ook op zijn social media kanalen?
- Zou je hem als geloofwaardig of authentiek beschrijven?
- Was de impact van de uitzending anders geweest als iemand anders het had gebracht?

Appendix D: Codeboom

Dit is hoe de codeboom voor de mannelijke deelnemers er uit ziet, met een aantal quotes om de thema's te illustreren.

<i>Thema</i>	<i>Subthema</i>	<i>Axiale code</i>	<i>Voorbeeld quote</i>
Schuld (?)	De Mol beschuldigt slachtoffers onterecht	Afkeuren victim blaming	Maar soort van, het was wel grappig dat hij daar vijf minuten over door ratelde en niet soort van, dat we ook dingen aan kunnen doen, zeg maar dat de mensen die dat gedrag vertonen dat niet doen zeg maar. Daar ging het dan niet over bij hem.
	Slachtoffers verantwoordelijk	Uitvoeren victim blaming	Dus op dat moment dacht ik dat dat zij daar wel een rol speelde, dat zij dat een soort van ja ik weet niet, uitlokte of zich daarnaar gedroeg. Dus dat frustreerde mij wel naar haar toe.
Beperkte indruk	Twijfelen aan het nieuws	Beperkt onder de indruk	I: Zou je zeggen dat het nieuws impact op je had? M2: Ja, ja. Maar niet met veel consequenties
		Twijfelen aan verhalen	Eigenlijk geloof ik het nog steeds niet helemaal hoor. In ieder geval niet van Marco Borsato
	Verveling	Compassion fatigue	Uhm, en het was een hele grote verrassing maar ook helemaal niet ofzo vond ik. Ik dacht wel van, nou je

			had natuurlijk de hele MeToo al gehad en daar kwam steeds meer en steeds heftiger. En toen ik dit hoorde was het volgens mij eerder van: oh, daar óók, dan dat ik echt dacht: wow.
		Aandacht vervaagd	Dat bouwde zich op tot de afleveringen en tot een aantal dagen daarna. En daarna ja, verwaterde dat wel.
Schok	Boosheid	Negatieve emoties	Uhm ja. Ik ben niet zo heel snel boos. Maar wel dat je denkt van: waarom? Waarom, je hebt het zo goed voor elkaar, dus waarom zou je zo... Het voelt ook zo dom, zo dom!
	Boven verwachting geschokt	Verbazing	En eigenlijk die aflevering was best wel, vond ik best wel heftig, schokkend.
Motivaties	Interesse in het onderwerp	Motivatie: interesse	Maar ik was ook gewoon geïnteresseerd.
	Mee willen praten	Motivatie: omgeving	En het feit dat een soort van, ik wel doorhad dat uhm, wel echt veel mensen erover aan het praten waren. En om dan ook inderdaad op de hoogte te zijn van wat er was gebeurd en om daarover mee te kunnen praten, dat soort dingen.

	Opgebouwde spanning	Motivatie sensatie	Nou ik vond het sowieso al wel redelijk slim hier en daar gedropt. Want het kwam eerst door die, werd dat van die Jeroen Rietbergen werd dat bekend. En toen werd dat bekend dat BOOS die programma, en dat werd goed warm gehouden. En toen zat ik er wel lekker in en toen kwam dat BOOS filmpje weet je wel.
Identificatie	Ver van mijn bed	Afstand tot slachtoffers	Als man soort van, is dat moeilijk te begrijpen denk ik ofzo. Van: hey als mensen gewoon zeggen wat er gebeurt dan is er geen probleem.
	Begrip en medelijden	Empathie slachtoffers	Dus ik kan me voorstellen dat je dat in die situatie heel moeilijk vindt om weg te lopen of nee te zeggen of wat dan ook zeg maar.
	Perspectief van daders	Empathie voor daders	Ten eerste, vind ik dus ook wel dat je die kunstenaar en z'n persoon los van elkaar moet kunnen zien. En, uiteindelijk vind ik ook wel dat ze wel een nieuwe kans verdienen, toch.
	De Mol in lastige situatie	Empathie voor John de Mol	Alleen ik denk dat zijn bedoeling wel goed was. Alleen dat is niet helemaal

			overgekomen voor mij gevoel.
Tim Hofman als celebrity mediator	Hofman en <i>BOOS</i> zijn integer	Positief over Tim Hofman	Dus ik denk dat hij ook wel een goeie guy van zichzelf is zeg maar.
		Vertrouwen in BOOS	Dus ik denk dat hij juist hiervoor wel de juiste persoon was. En BOOS wel een goed platform ervoor was.
	Irritante alternatieveling	Negatief over Tim Hofman	Ik vind hem ook wel echt heel irritant. Hij vindt zichzelf ook wel heel erg goed en wil dat ook wel graag horen.
Het effect	Een balletje rollen	Nieuws maakt impact	Ik bleef maar een beetje denken van hoe zielig dat voor die mensen is en soort van en wat ze daar aan over houden zeg maar. Dus dat is niet iets waarvan ik dacht: ja nou weten we het wel.
		Ophoping versterkt emoties	Die stapel wordt gewoon steeds groter en op steeds meer verschillende plekken. Het laat opeens, zeg maar het laat zien hoe diep het zit en waar het allemaal zit.
		Leven in omgeving	Maar toen we die aflevering hadden gekeken en de dag erna ofzo, had iedereen het er over zeg maar.

	Grootshheid van het nieuws	Dus er kwam wel steeds meer maar voor mijn gevoel was dit wel echt de grootste klap.
Verbaasd over daden Ali B	Getuigenissen maken indruk	Het eerste ding is wat ik soort van het meest uhm, het meest zielig vond uit de aflevering. Het meest heftig, het meest schokkend. Was dat een meisje zei over Ali B van uh: Ja ik had het gevoel van jij bent zo machtig, jij bent zoveel groter dan ik dus we doen nu wat jij wilt.
Autoriteit valt van zijn voetstuk	John de Mol maakt indruk	Iets waar het de dag erna ook veel over ging. Over John de Mol namelijk die soort van op het einde van de aflevering.