

Onderzoeksproject ‘Jongeren, nieuws en sociale media: hoe jongeren zich informeren over belangrijke gebeurtenissen in de wereld’.

Voor een goed werkende democratie is het belangrijk dat burgers zich breed en met onafhankelijke, betrouwbare informatie een vrije mening kunnen vormen, ook in een veranderend medialandschap.

Uit verschillende onderzoeken blijkt dat jongeren steeds minder gebruik maken van traditionele media, en steeds meer van sociale media, ook voor informatie over belangrijke gebeurtenissen in binnen- en buitenland. In het Digital News Report Nederland 2023 zagen we een indicatie van dalend vertrouwen in het nieuws onder degenen die vooral sociale media als nieuws gebruiken. En dat geldt voor veel jongeren.

Voor het Commissariaat voor de Media (Commissariaat) vormt het toegenomen gebruik van sociale media als bron van nieuws, met name onder jongeren, aanleiding voor een onderzoekstraject: ‘Jongeren, nieuws en sociale media: hoe jongeren zich informeren over belangrijke gebeurtenissen in de wereld’. We gaan onderzoeken hoe het toegenomen belang van sociale media invloed heeft op het informatiegebruik van jongeren, en in hoeverre dit consequenties heeft voor het gebruik van journalistiek als bron voor informatie.

Het is onze ambitie ook aanbevelingen te doen voor beleidsmakers en de politiek en om de nieuwssector handelingsperspectieven te geven, zodat de relevantie van journalistiek bij jongeren ook in de toekomst op een hoog niveau blijft.

Hieronder volgt verdere informatie over de achtergrond en de doelstelling van het onderzoek, de aanpak in deelprojecten en de algemene planning. Voor meer informatie kunt u contact opnemen met projectleider Karin Schut, k.schut@cvdm.nl.

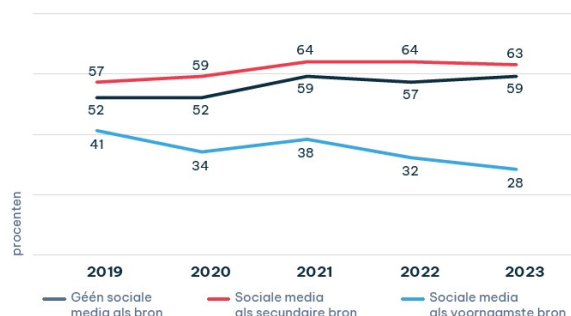
A. Achtergrond

In de Mediamonitor zien we al sinds jaren een dalend bereik van traditionele media onder de Nederlanders van 6 jaar en ouder. Met name onder jongeren is het dagbereik van traditionele media laag, hetgeen gevolgen kan hebben voor het gebruik van nieuws.

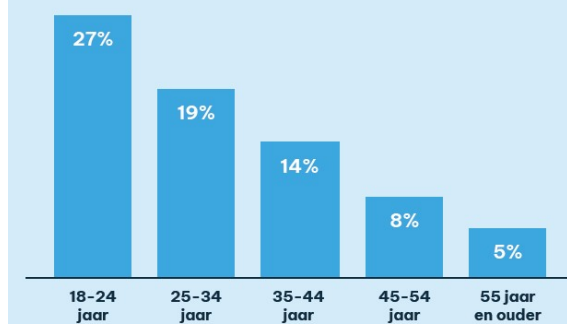
Het Digital News Report Nederland 2023 (DNR) laat zien dat sociale media inmiddels voor bijna 40 procent van de Nederlanders van 18 jaar en ouder een belangrijke bron voor nieuws zijn. Voor 11 procent vormen sociale media zelfs de *voornaamste* of *enige* bron voor nieuws. En juist onder deze groep zien we een verlies van vertrouwen in het merendeel van het nieuws, waar dit onder andere groepen stabiel blijft.

Aangezien inmiddels meer dan een kwart van de jongeren het nieuws voornamelijk via sociale media consumeert, is dit ook de omgeving waarin ze ervaring opdoen met nieuws en waar de basis kan worden gelegd voor vertrouwen in journalistiek.

Vertrouwen in nieuws daalt onder gebruikers met sociale media als voornaamste nieuwsbron



Jongeren gebruiken vaker sociale media als voornaamste nieuwsbron



In het DNR 2023 wordt de aanbeveling gedaan meer informatie te verzamelen over het nieuwsaanbod en het gebruik daarvan binnen sociale media. Met het project 'Jongeren, nieuws en sociale media: hoe jongeren zich informeren over belangrijke gebeurtenissen in de wereld' geeft het Commissariaat hier invulling aan.

Voor dit project maakt professor Irene Costera Meijer als senior researcher deel uit van het onderzoeksteam. Zij is de grondlegger van 'The Audience turn in Journalism' en houdt zich al 20 jaar bezig met de veranderende verhouding tussen jongeren en nieuws. Haar onderzoek laat zien hoe jongeren verschillen in hun nieuwsvoorkeuren van andere leeftijdsgroepen, maar ook in de betekenis die ze geven aan betrouwbaarheid van nieuws.

Wat onderzoek naar nieuws onder jongeren op voorhand complex maakt, is dat jongeren onder 'informatie' en 'geïnformeerde' meer onderwerpen scharen dan beleidsmakers en wetenschappers. De laatste groep beperkt het concept 'geïnformeerde' in de regel tot informatie die nodig is om een mening te vormen als maatschappelijk betrokken burger.

De journalistiek heeft de democratische taak om betrouwbare informatie te verzamelen en deze op een zodanige manier bij gebruikers aan te leveren dat zij er als burger mee uit de voeten kunnen. Het vervullen van deze taak voor jongeren vraagt van de journalistiek aanpassingen in de manier waarop ze jongeren benaderen.

B. Doelstellingen

Het doel van het onderzoekstraject is meervoudig:

1. Het eerste doel is informatiegebruik te koppelen aan een interesseprofiel bij jongeren. We willen achterhalen voor welk **type informatie** jongeren zich interesseren en **hoe ze zich daarover informeren**.
2. Het tweede doel is te traceren of de journalistieke nieuwsorganisaties bij jongeren nog voldoende gelegenheid hebben om hun rol voor de democratie te vervullen. Dat betekent dat jongeren zal worden gevraagd **welke nieuwsbronnen ze kennen en waar ze deze tegenkomen**. Ook vragen we ze welke nieuwsmerken ze doorgaans gebruiken en welke ze als **'te vertrouwen'** beschouwen. Hiermee zijn we in staat de koppeling te maken tussen de bronnen die jongeren vertrouwen versus de bronnen die ze zelf gebruiken.
3. Het derde doel is om inzicht te krijgen in de **basishouding** bij jongeren ten aanzien van nieuws: is hier sprake van een basishouding van vertrouwen, situationeel wantrouwen, een kritische houding of wantrouwen¹;
4. Het achterhalen of **journalistiek meerwaarde** heeft voor jongeren en waar deze uit bestaat is een vierde doel. Een hiermee samenhangende doelstelling is om aanknopingspunten te vinden om de **relevantie van journalistiek** bij jongeren op niveau te houden of te krijgen. In hoeverre is hier een rol voor opvoeders of onderwijs weggelegd?
5. Onderdeel van de democratische rol van nieuwsmedia is het aanleveren van informatie op een dusdanige manier dat burgers ermee uit de voeten kunnen. In het verlengde hiervan is het van belang om te onderzoeken met name voor jongeren hoe nieuwsorganisaties het **vinden, zoeken en herkenbaar aanbieden van informatie via sociale media zo goed mogelijk kunnen faciliteren**. Dat betekent dat we nagaan in hoeverre nieuwsmedia bereid zijn om hun nieuws zodanig te vertalen naar de conventies van de verschillende platforms dat jongeren er ook mee uit de voeten kunnen. Deze kwestie onderzoeken we niet onder jongeren, maar onder nieuwsorganisaties.

¹ zie Costera Meijer, WRR-paper, 2023: H3



C. Aanpak in drie deelprojecten

De vragen die vanuit literatuur en bestaand onderzoek worden opgeroepen laten zich indelen in drie deelprojecten, waarvan de resultaten in het eindrapport zullen worden samengevoegd:

1. Allereerst wordt met een sociale media analyse het aanbod van nieuws binnen sociale media in kaart gebracht, omdat dit bepalend is voor de beschikbaarheid van nieuws en journalistiek binnen deze omgevingen. Met behulp van monitoring tools kunnen we op algemeen niveau inzicht krijgen in de bronnen die het meest actief zijn binnen sociale media platformen die jongeren veel gebruiken.
2. Het tweede project is het hoofdproject, waarin we ons richten op de jongeren zelf. We kiezen ervoor de groep jongeren af te bakenen op 16 – 24 jaar oud. Deze groep wordt ook wel ‘social natives’ genoemd, omdat zij is opgegroeid met sociale media. Dit is bovendien de levensfase waarin nieuwsroutines worden opgebouwd en vertrouwen in nieuws en journalistiek tot stand komt. Met het vragenlijstonderzoek brengen we interesses en informatiezoekgedrag rondom verschillende onderwerpen in kaart en onderzoeken we de bekendheid, het gebruik en de betrouwbaarheid van nieuwsbronnen onder jongeren. Ook het vertrouwen in het nieuws komt aan bod, evenals de rol van opvoeding en onderwijs.

De vragenlijst wordt online voorgelegd aan 2.000 jongeren in de leeftijd van 16 tot en met 24 jaar én aan circa 500 volwassenen tussen 40 en 65 jaar oud, de leeftijd van de meeste ouders van jongeren tussen 16 en 24 jaar. Dit maakt een vergelijking tussen generaties mogelijk. Voor de uitvoering van het veldwerk is na een bureauselectie gekozen voor onderzoeksbureau IPSOS I&O.

3. In het derde deelproject staan de makers van het nieuws centraal en met hen willen we in gesprek gaan over onder andere de belangrijkste bevindingen uit het vragenlijstonderzoek en de keuzes die zij maken rondom aanwezigheid binnen sociale media en jongeren als doelgroep. We gaan voor dit onderdeel uit van circa 15 interviews met redacties en andere betrokkenen bij nieuwsorganisaties en andere nieuwsbronnen.

D. Planning:

Onze verwachting is dat het eindrapport waarin de bevindingen worden geïntegreerd in het vierde kwartaal 2024 beschikbaar komt.