



Universiteit
Leiden
The Netherlands

TikTok als trigger voor de jonge nieuwsconsument: Een kwantitatief onderzoek naar het gebruik van tekst door NOS Stories

Hassfeld, Niels

Citation

Hassfeld, N. (2023). *TikTok als trigger voor de jonge nieuwsconsument: Een kwantitatief onderzoek naar het gebruik van tekst door NOS Stories*.

Version: Not Applicable (or Unknown)

License: [License to inclusion and publication of a Bachelor or Master Thesis, 2023](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/3665253>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

TikTok als trigger voor de jonge nieuwsconsument

Een kwantitatief onderzoek naar het gebruik van tekst door NOS Stories



MA-scriptie Journalistiek en Nieuwe Media

MA Journalistiek en Nieuwe Media

Universiteit Leiden

Naam: Niels Hassfeld

Studentnummer: S1820613

Begeleider: Dr. A. Vandendaele

Tweede lezer: Dr. J.P. Burger

Inleverdatum: 11 augustus 2023

Woordenaantal: 14.388

Inhoudsopgave

Voorwoord	4
Samenvatting.....	5
1. Inleiding	6
2. Theoretisch Kader	9
2.1 Online nieuws	9
2.2 Jongeren en nieuws	10
2.3 Nederlandstalige jongeren en nieuws	11
2.4 Nieuwskoppen.....	12
2.5 Nieuws op sociale media	13
2.6 Bite-sized news	14
2.7 TikTok.....	15
2.8 Conclusie.....	16
3. Methodologie	17
3.1 Kwantitatieve onderzoeksmethode	17
3.2 Selectie van het corpus.....	17
3.2.1 Behoud van het corpus	18
3.2.2 Het corpus	18
3.3 Onderzoeksmodellen.....	24
3.3.1 Model Salb	24
3.3.1.1 Tekst.....	25
3.3.1.2 Ondertiteling	26
3.3.1.3 Bijschriften.....	27
3.3.2 Model Kuiken et al.....	28
3.3.2.1 Lengte en leesbaarheid.....	28
3.3.2.2 Woordsoorten en zinsopbouw.....	29
3.4 Conclusie.....	30
4. Resultaten.....	31
4.1 Resultaten uit model Salb	31

4.1.1 Tekst.....	31
4.1.2 Ondertiteling	32
4.1.3 Bijschriften.....	33
4.2 Resultaten uit model Kuiken et al. – NOS-artikelen.....	35
4.2.1 Lengte en leesbaarheid.....	35
4.2.2 Woordsoorten en zinsopbouw.....	35
4.3 Resultaten uit model Kuiken et al. – TikTok-video's.....	37
4.3.1 Lengte en leesbaarheid.....	37
4.3.2 Woordsoorten en zinsopbouw.....	38
4.4 Resultaten uit model Kuiken et al. – vergelijking artikelen en video's	39
4.4.1 Lengte en leesbaarheid.....	39
4.4.2 Woordsoorten en zinsopbouw.....	40
4.5 Conclusie.....	41
5. Conclusies en Discussie	42
5.1 Beantwoording van de onderzoeksvragen	42
5.2 Beperkingen	43
5.3 Suggesties voor toekomstig onderzoek.....	44
Referenties	46
Bijlage A – Corpus NOS-artikelen	51
Bijlage B – Corpus TikTok-video's.....	58

Voorwoord

Voor u ligt de masterscriptie “TikTok als trigger voor de jonge nieuwsconsument: een kwantitatief onderzoek naar het gebruik van tekst door NOS Stories”. Deze scriptie is geschreven als een van de afrondingseisen van mijn masterstudie Journalistiek en Nieuwe Media aan Universiteit Leiden.

Ik wil beginnen met het bedanken van mijn scriptiebegeleidster Dr. Astrid Vandendaele. Dankzij haar goede begeleiding, feedback en steun is mijn scriptie tot een goed einde gebracht. Toch is het onderzoek niet uitgevoerd zoals dat vooraf bedacht was.

In eerste instantie was het de bedoeling zowel een kwantitatieve inhoudsanalyse van de TikTok-video's van NOS Stories en de artikelen van NOS.nl, als een aantal interviews met redacteurs van NOS Stories uit te voeren. Het is helaas niet gelukt interviews uit te voeren. Hiervoor kan ik twee redenen aanwijzen.

De eerste is dat de redactiesamenstelling van NOS Stories lastig vindbaar is, waardoor je moet hopen dat de paar mensen die online vindbaar zijn, ook bereid zijn deel te nemen aan een interview of contactgegevens van andere redactieleden door willen sturen. De andere reden die aan te wijzen is, ligt aan mijn eigen tijdsplanning. Doordat ik niet meteen na de goedkeuring van het onderzoeksplan interviewverzoeken heb uitgestuurd, werd de kans kleiner dat verzoeken daadwerkelijk ingewilligd zouden worden. Dit is voor mij een leermoment geweest om in de toekomst zo snel mogelijk interviewverzoeken uit te sturen.

Om te compenseren voor het ontbreken van interviews, heb ik ervoor gekozen een uitgebreidere analyse toe te passen. Zo heb ik naast het analyseren van het koppengebruik door NOS Stories en NOS.nl ook een analyse toegepast op al het tekstgebruik in de TikTok-video's van NOS Stories. Daarnaast heb ik ook het corpus vergroot van 46 paren van artikelen en video's naar 69 paren. Door het corpus met 50% te vergroten, werden de resultaten representatiever dan ze dat met de originele corpusgrootte geweest zouden zijn.

Ik wens u veel leesplezier toe.

Niels Hassfeld

Leiden, 10 augustus 2023

Samenvatting

In deze scriptie is onderzoek gedaan naar het gebruik van tekstelementen door NOS Stories op TikTok. Er is gezocht naar antwoorden op de volgende twee onderzoeksvragen:

RQ1 Hoe maken de TikTok-video's van NOS Stories gebruik van de TikTok-elementen tekst, ondertiteling en bijschriften?

RQ2 Hoe verschillen de koppen, die als tekst op de video's van NOS Stories staan, van de koppen boven de artikelen over hetzelfde onderwerp van NOS.nl?

Om tot antwoorden te komen, wordt gebruik gemaakt van een kwantitatieve inhoudsanalyse. Hiervoor wordt geanalyseerd hoe er gebruik is gemaakt van tekst op de video's, ondertiteling en bijschriften. Ook worden de koppen bij iedere video vergeleken met de koppen bij artikelen over dezelfde onderwerpen op NOS.nl.

Uit deze analyse komt naar voren dat NOS Stories altijd tekst gebuikt op video's door een kop in beeld te zetten en dat verder het benoemen van de naam en functie van een spreker met regelmaat voorkomt. Er is bijna altijd gesproken tekst en is deze altijd zo volledig mogelijk ondertiteld. Meestal hebben de video's van NOS Stories een bijschrift, dat over het algemeen het nieuws in de video ondersteunt. Hierin staan meestal drie hashtags, waaronder #nosstories. De andere hashtags zijn gerelateerd aan het onderwerp van de video.

De analyse van de koppen toont aan dat de koppen van NOS Stories over het algemeen een stuk korter en leesbaarder zijn dan die van NOS.nl. Daarnaast keren er andere clickbaitelementen terug in de koppen van NOS.nl dan in die van NOS Stories.

Aan de hand van deze resultaten kan gesteld worden dat de meest succesvolle video's van NOS Stories over onderwerpen die ook op NOS.nl staan een redelijk strak sjabloon lijken te volgen op het gebied van tekstgebruik. Op het gebied van koppen wordt duidelijk dat die van NOS Stories over het algemeen korter en leesbaarder zijn en meer vragen, signaalwoorden en persoonlijk voornaamwoorden bevatten dan die van NOS.nl. Ook is de woordsoort van het eerste woord gevarieerder dan bij de NOS-artikelen.

1. Inleiding

Sinds de lancering in 2017 is TikTok, een app waarop gebruikers korte video's kunnen maken en delen, uitgegroeid tot een van de populairste socialemediaplatforms. Uit het Digital News Report 2022 van Reuters blijkt dat jongeren in het Verenigd Koninkrijk tussen de 18 en 24 jaar hun gebruik van sociale media eerst verlegden van Facebook naar Instagram, maar nu massaal richting TikTok trekken (Newman et al., 2022, p. 24).

Met die explosieve groei komen er ook grote zorgen naar boven over de veiligheid van de app van de Chinese ontwikkelaar ByteDance. Ook Nederlandse media uiten hun zorgen over de veiligheid van TikTok. Uit een artikel van Nieuwsuur blijkt dat TikTok in ieder geval alles wat gebruikers in de app doen opslaat, maar ook typgedrag en biometrische gegevens, zoals gegevens voor de vingerafdrukscan of gezichtsherkenning, zijn niet veilig. Daarnaast worden ook de locatie en het IP-adres van gebruikers bewaard. Ook kan ervan uitgegaan worden dat deze informatie bij Chinese autoriteiten terechtkomt (Van der Linden, 2022). Verschillende landen zien de ernst hiervan in en besloten met maatregelen te komen. Zo geldt er een verbod op TikTok op werktelefoons van rijksambtenaren in Canada (NOS, 2023b) en België (NOS, 2023c) en bespreekt de Tweede Kamer een soortgelijk verbod voor Nederlandse rijksambtenaren (NOS, 2023a).

Ondanks de controverse rondom TikTok, wordt de app vaak gebruikt door verschillende nieuwsmedia om hun nieuws onder jongeren te brengen. Met name het korte format van de filmpjes slaat aan bij een jongere doelgroep, ook al is het vele scrollen door TikTok niet bevorderend voor ze. Uit onderzoek is gebleken dat een hoge hoeveelheid schermtijd een negatieve invloed heeft op de slaapkwaliteit, wat er vervolgens toe leidt dat het brein minder goed functioneert (Small et al., 2020, pp. 181-182). De grote hoeveelheid schermtijd van veel jongeren heeft dus een negatieve impact op het concentratievermogen. Het gebrek aan concentratie resulteert er logischerwijs in dat jongeren niet het geduld kunnen opbrengen om rustig een krant te lezen of een langere uitzending van een nieuwsprogramma te kijken.

In een reactie hierop proberen veel nieuwsmedia jongeren te bereiken met korte video's op socialemediaplatforms zoals Instagram en TikTok. Eerder onderzoek naar het gebruik van TikTok onder nieuwsmedia is uitgevoerd door Vázquez-Herrero et al. (2022). In dat onderzoek is er gekeken naar hoe verschillende media uit de Verenigde Staten, Frankrijk, Egypte, Zuid-Korea, India, Australië, het Verenigd Koninkrijk, Argentinië, Duitsland en Spanje hun content aanpassen om geschikt te zijn voor TikTok.

Naar Nederlandse media en hoe zij hun content aanpassen naar TikTok is nog geen onderzoek uitgevoerd. Ook zijn er geen studies over media die zich specifiek richten op het brengen van nieuws naar jongeren in Nederland. Een medium dat zich perfect leent voor deze onderzoeksfocus is NOS Stories, dat zichzelf in de profielbiografie op TikTok en Instagram omschrijft als "nieuws voor jongeren" (*NOS Stories (@nosstories) Official*, z.d.).

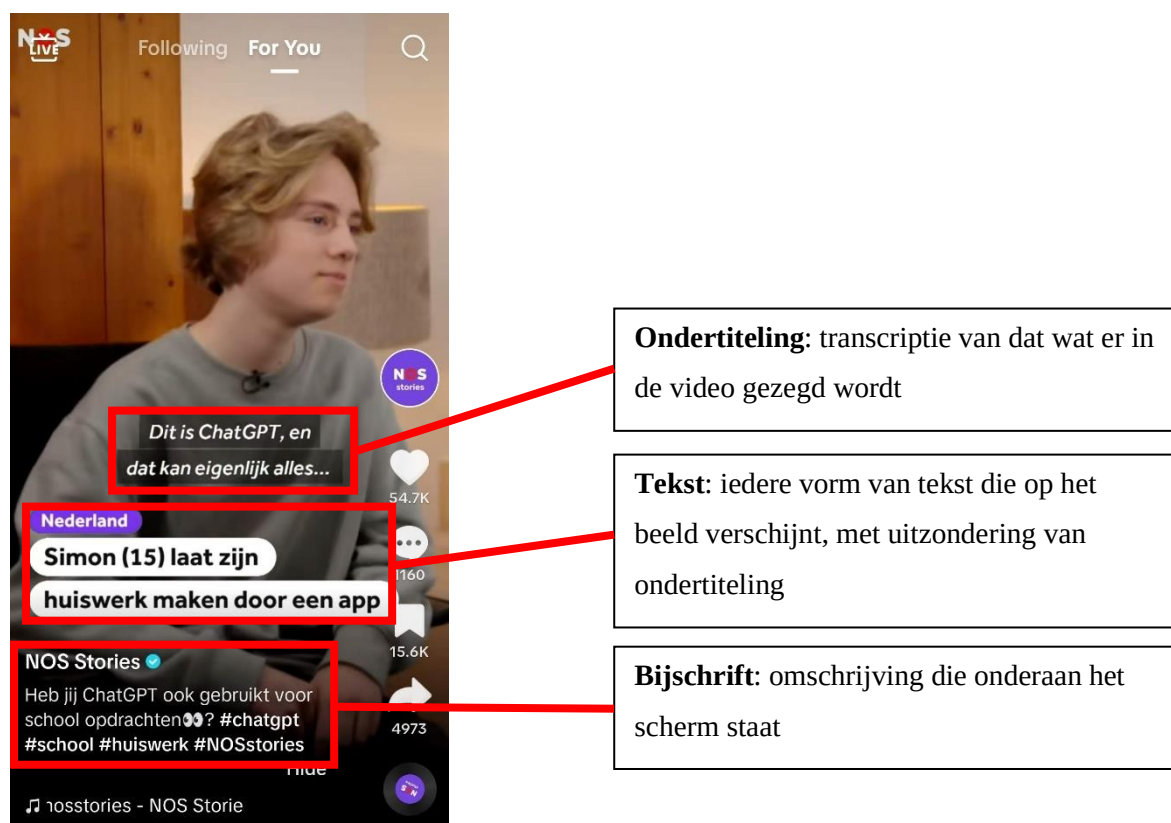
Dit onderzoek is een comparatief onderzoek. Het doel van dit onderzoek op wetenschappelijk gebied is te beginnen met het in kaart brengen van de strategieën die door NOS Stories toegepast worden om hun TikTok-video's aantrekkelijker te maken voor jongeren. Dit wordt aan de ene kant gedaan door te achterhalen hoe de video's gebruik maken van de TikTok-elementen tekst, ondertiteling en bijschriften. Aan de andere kant zal dit gebeuren door te kijken hoe de koppen bij de TikTok-video's opgesteld zijn vergeleken met de koppen bij artikelen op NOS.nl over hetzelfde onderwerp.

Het doel op maatschappelijk gebied is bijdragen aan het in kaart brengen van succesvolle TikTok-strategieën. Deze strategieën kunnen door andere media toegepast worden. Hiermee wordt het nieuwsaanbod voor jongeren verhoogd, waardoor de nieuwsconsumptie onder jongeren ook kan stijgen. Om deze doelen te realiseren, zullen de volgende onderzoeksvragen beantwoord moeten worden:

RQ1 Hoe maken de TikTok-video's van NOS Stories gebruik van de TikTok-elementen tekst, ondertiteling en bijschriften?

RQ2 Hoe verschillen de koppen, die als tekst op de video's van NOS Stories staan, van de koppen boven de artikelen over hetzelfde onderwerp van NOS.nl?

In Figuur 1 is uitgelegd wat in het kader van deze scriptie onder tekst, ondertiteling en bijschrift valt.



Figuur 1. @nosstories. (2023a). Simon (15) laat zijn huiswerk maken door een app [schermafbeelding door auteur]. TikTok. <https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7189334338368998661>

In deze scriptie zullen in het hoofdstuk ‘Theoretisch Kader’ relevant eerder onderzoek en enkele sleutelconcepten voor deze scriptie worden besproken. Deze bestaan uit de ontwikkeling van online nieuws, de omgang van jongeren met nieuws, Nederlandstalige jongeren en nieuws, het gebruik van nieuwskoppen, het aanpassen van nieuws naar sociale media, nieuws in een bite-sized vorm zoals op TikTok en de algemene werking van het platform TikTok. In het volgende hoofdstuk, ‘Methodologie’, zal gekeken worden naar de methode die toegepast is om het onderzoek uit te voeren. Deze methode betreft een kwantitatieve inhoudsanalyse van de elementen tekst, ondertiteling en bijschriften in de TikTok-video’s van NOS Stories en een kwantitatieve inhoudsanalyse waarbij de koppen van NOS.nl en de koppen van NOS Stories die over dezelfde onderwerpen gaan met elkaar worden vergeleken. In het hoofdstuk ‘Resultaten’ zullen de uitkomsten van de inhoudsanalyse besproken worden. Wat deze resultaten betekenen in het kader van de onderzoeksvragen, zal ten slotte aan bod komen in het hoofdstuk ‘Discussie’, alsook de beperkingen van deze studie en ideeën voor vervolgonderzoek.

2. Theoretisch Kader

In dit hoofdstuk zal ingegaan worden op relevante voorafgaande studies en verschillende sleutelconcepten die van belang zijn voor de uitvoering van dit onderzoek. Door de opkomst van het internet verloren de traditionele nieuwsmedia veel lezers. Deze lezers proberen ze nu terug te winnen door jongeren te betrekken. Dit is namelijk een grote groep die relatief weinig nieuws consumeert. Door het gebruiken van clickbaitelementen in koppen en nieuws aan te passen naar socialemediaplatforms, proberen ze dit doel te bereiken. Recent trekken jongeren steeds meer naar visueel ingestelde platforms als TikTok en Instagram. Traditionele nieuwsmedia die jongeren willen bereiken gaan hierin mee. Om dit toe te lichten zullen de ontwikkeling van online nieuws (2.1), jongeren en nieuws (2.2), Nederlandstalige jongeren en nieuws (2.3), nieuwskoppen (2.4), de aanpassing van nieuws voor sociale media (2.5), *bite-sized news* (2.6) en de werking van TikTok (2.7) worden besproken. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een conclusie (2.8).

2.1 Online nieuws

Met de opkomst en groei van het internet, is er ook verandering opgetreden in de manier waarop nieuws gemaakt en geconsumeerd wordt. Zo is deze ontwikkeling de oorzaak van de opkomst van de nieuwswebsite zoals die er vandaag de dag uitziet. Vrij snel na de komst van het internet zijn kranten begonnen met experimenteren met wat voor hen online mogelijk was (Weber, 2017, p. 86).

Halverwege de jaren '90 komt de blog op. De kranten zelf maakten hier geen gebruik van, maar journalisten gebruikten blogs om hun meningen en zelfgeschreven teksten te delen. In 1997 werd het eerste sociale medium, SixDegrees.com, in het leven geroepen, waarna anderen snel volgden. De opkomst van sociale media was het begin van het Web 2.0-tijdperk; de consument kreeg meer invloed op online content, zoals het zelf maken van nieuws, en kon hier online discussies over voeren (Weber, 2017, p. 88).

De opkomst van Web 2.0 was een belangrijk kantelpunt voor kranten. Blogs werden steeds populairder en er kwamen zelfs succesvolle nieuwsblogs, zoals Huffington Post en Gawker, op. Deze concurreerden met de kranten, waardoor de kranten inzagen dat ze ook het internet op moesten. In het begin was er weinig connectie tussen de bloggers en de kranten, maar door de jaren heen nam het gebruik van hyperlinks naar andere websites toe, waardoor er meer cohesie ontstond tussen de online nieuwsmakers (Weber, 2017, pp. 90-92).

Mitchelstein en Boczkowski (2009) schrijven dat traditionele nieuwsmedia vrij langzaam het digitale nieuwsmaken omarmden. Volgens hen lag de uitdaging voornamelijk in het feit dat de rollen van journalisten volledig omgegooid moesten worden en niet meer leken op de rollen zoals ze het grootste deel van de 20^e eeuw ingevuld werden. Journalisten hadden moeite zich aan te passen aan het nieuwe takenpakket dat online nieuwsmaken met zich meebracht. (Mitchelstein & Boczkowski, 2009, p. 570).

De ontwikkeling van nieuws op het internet wordt ook besproken door García-Avilés (2021). In deze studie deed García-Avilés onderzoek naar verschillende ontwikkelingen in onlinejournalistiek in de periode 2000-2020. Ook García-Avilés schrijft dat de traditionele nieuwsmedia er langer over deden om zich aan te passen naar de digitalisering van het nieuws (2021, p. 6). Voor de nieuwsmedia die enkel digitaal te werk gingen was dit het moment om flink te groeien. Ze trokken veel publiek door meer focus te leggen op de interesses van de lezer, zoals nieuws over beroemdheden. Daarnaast hadden ze meer ruimte om veel te experimenteren en innoveren, waardoor ze zich sneller aan konden passen aan het internet dan traditionele media. Aangezien zij geen papieren krant hadden, konden ze het zich veroorloven meer risico's te nemen (García-Avilés, 2021, p. 6).

2.2 Jongeren en nieuws

Jongeren zijn in de recente geschiedenis steeds minder nieuws gaan lezen. Dit heeft volgens het onderzoek van Huang (2009) naar de oorzaken van lagere nieuwsconsumptie onder jongeren in de Verenigde Staten vijf verschillende redenen. Zo hebben jongeren door schoolwerk, bijbanen en andere hobby's veel minder tijd om nieuws te consumeren. Ook zijn veel jongeren van mening er in de media te veel focus is op roddelpraat en niet genoeg op wat echt belangrijk is in de wereld. Verder denken jongeren dat het hun nieuwsconsumptie zou helpen als het medium waarin het nieuws gebracht wordt optimaal gebruikt wordt en er gelijk ter zake gekomen wordt. Daarnaast kiezen jongeren er minder voor om de krant te lezen, omdat ze meer geïnteresseerd zijn in andere vormen van media, het format van de krant niet meer van deze tijd vinden, of niet willen betalen voor hun nieuws. Ten slotte hebben ouders een negatieve invloed op het nieuwsconsumptiegedrag van jongeren. Wanneer ouders hun kinderen niet aanmoedigen om het nieuws te lezen, zullen ze dit minder snel doen (Huang, 2009, pp. 112-114).

De invloed van de ouders op het nieuwsgedrag van jongeren wordt ook genoemd als een van de redenen voor het feit dat jongeren minder nieuws consumeren in onderzoek van Valenzuela et al. (2019, p. 1108). Verder wordt door deze onderzoekers gezocht naar een oplossing om *news avoidance* of nieuwsvermijding onder jongeren tegen te gaan. Hierbij wordt benadrukt dat de puberteit de belangrijkste periode is om gewoontes aan te leren rondom het consumeren van nieuws en dat opvoeders er in deze fase voor kunnen zorgen dat jongeren meer nieuws consumeren (Valenzuela et al., 2019, p. 1108).

Een manier waarop jongeren die niet bewust nieuws consumeren toch nieuws binnenkrijgen, is toevallig en gaat meestal via sociale media. Het onderzoek van Boczkowski et al. (2018) focust op deze toevallige nieuwsconsumptie. Boczkowski et al. melden dat dit het meest voorkomt bij mensen tussen 18 en 29 jaar oud (2018, p. 3527). Uit het onderzoek komt naar voren dat de smartphone het apparaat is dat het meeste schermtijd biedt en dat die vooral wordt gebruikt om sociale media te bezoeken. Dit niet-gericht scrollen op sociale media blijkt vaak het moment te zijn dat jongeren nieuws binnenkrijgen terwijl ze hier niet bewust naar op zoek zijn (Boczkowski et al., 2018, p. 3531).

2.3 Nederlandstalige jongeren en nieuws

Ook naar nieuwsconsumptie onder Nederlandse jongeren is onderzoek gedaan. Geers (2020) heeft in het onderzoek bekeken hoe jongeren nieuws consumeren op verschillende platformen. Ook heeft ze onderzocht wat de invloed van iemands maatschappelijke achtergrond hierop is (Geers, 2020, pp. 338-339). Om tot antwoorden te komen is een online survey ingevuld door 1084 Nederlandse jongeren aan het secundaire en tertiaire onderwijs (Geers, 2020, pp. 339-340). Uit het onderzoek komt naar voren dat het grootste deel van de participanten minimaal nieuws consumeren. Slechts een klein deel consumeert de hele dag nieuws. Verder gaf ongeveer een derde van de participanten aan hun nieuws uit traditionele media te halen. Dit is vergelijkbaar met oudere generaties, waarvan ook ongeveer een derde traditionele nieuwsmedia consumeert. De groep jongeren die hun nieuws van het internet haalt, geeft daarbij aan niet al het online nieuws prettig te vinden. De voorkeur gaat bij hen uit naar nieuws op platforms met sociale en interactieve functionaliteit. Wat betreft de sociale achtergrond, geeft Geers aan dat de invloed van opleidingsniveau verwaarloosbaar is (2020, pp. 348-350).

Een ander onderzoek naar nieuwsconsumptie onder Nederlandse jongeren is gedaan door Swart (2021). In dit onderzoek is bestudeerd wat de invloed van algoritmes is op het nieuwsgebruik onder Nederlandse jongeren. Aan de hand van 22 diepte-interviews laat Swart zien dat jongeren het algoritme aan de ene kant prettig vinden omdat het voor ze uitzoekt wat ze graag willen zien. Aan de andere kant bestaat de angst dat belangrijk nieuws gemist wordt, doordat het algoritme dat als niet interessant beschouwt (Swart, 2021, pp. 4-7). Swart pleit in het onderzoek dat het van belang is te begrijpen wat algoritmes doen. Hier moet gedacht worden aan hoe ze berichten tonen op basis van eerder getoonde interesses en hoe het gebruiken van algoritmes om nieuws te vergaren van invloed kan zijn op het niveau van geïnformeerdeheid (Swart, 2021, p. 8).

In het onderzoek van Groot Kormelink en Klein Gunnewiek (2022) is de nieuwsconsumptie onder Nederlandse jongeren aan het begin van de coronapandemie bestudeerd. Groot Kormelink en Klein Gunnewiek merken op dat de jongere generaties in Nederland minder nieuws consumeren en dat dit vooral voor nieuws op televisie geldt. Slechts 18% van de Nederlanders tussen 18 en 24 jaar volgt het nieuws op tv en tussen 25 en 34 jaar is dit ook maar 21% (Groot Kormelink & Klein Gunnewiek, 2022, p. 672).

Om uit te vinden hoe Nederlandse jongeren nieuws consumeerden tijdens de coronapandemie, hebben Groot Kormelink en Klein Gunnewiek 22 diepte-interviews gehouden onder Nederlanders tussen 19 en 36 jaar (2022, p. 673). Hieruit kwam naar voren dat respondenten het nieuws rondom het virus in vier fasen zagen. In eerste instantie werd het gezien als een probleem dat niet relevant is voor Nederland. Respondenten gingen niet meer nieuws consumeren over het virus dan normaal, zelfs nadat de eerste besmettingen in Nederland gemeld werden (Groot Kormelink & Klein Gunnewiek, 2022, p. 674). Toen de eerste maatregelen ingevoerd werden, bleek het toch duidelijk een relevant probleem te worden. Hierdoor nam de nieuwsconsumptie onder de respondenten drastisch toe (Groot Kormelink & Klein Gunnewiek, 2022, p. 675). Na een periode van hoge nieuwsconsumptie begonnen de

respondenten moe te worden van coronanieuws. Hierdoor besloten ze minder nieuws te consumeren. Dit deden ze niet door helemaal te stoppen met het nieuws, maar door het nieuws in kleinere doseringen te consumeren (Groot Kormelink & Klein Gunnewiek, 2022, p. 678). Uiteindelijk zijn de respondenten gewend geraakt aan ‘het nieuwe normaal’, waardoor de nieuwsconsumptie weer terugging naar de situatie voordat het nieuws in de ban van het coronavirus was (Groot Kormelink & Klein Gunnewiek, 2022, p. 680).

Groot Kormelink en Klein Gunnewiek laten naast de fases weten dat de respondenten gematigd tot zeer tevreden waren over de Nederlandse media ten tijde van de pandemie. Daarbij plaatsten de respondenten wel de kanttekening dat nieuws gedeeld vanuit andere landen, bijvoorbeeld China, sterk afhankelijk is van de informatie die door de betreffende landen verstrekt werd. Ze gaven aan voorzichtig om te gaan met dit nieuws (Groot Kormelink & Klein Gunnewiek, 2022, pp. 680-681).

Niet alleen in Nederland, maar ook in Vlaanderen is onderzoek gedaan naar het nieuws gericht op jongeren. Het onderzoek van Hendrickx (2021) focust op de nieuwsproductie van het Instagramaccount @nws.nws.nws. Dit account deelt nieuws voor Vlaamse jongeren van 13 tot 17 jaar en wordt beheerd door de redactie van VRT (Hendrickx, 2021, p. 2). Het onderzoek bestond uit een combinatie van het interviewen van redactieleden en het toepassen van een kwantitatieve inhoudsanalyse (Hendrickx, 2021, p. 7). Uit het onderzoek komt naar voren dat volgens de redactie relevant nieuws, verrassend nieuws en nieuws over beroemdheden de belangrijkste nieuwswaarden vormen voor het nieuws op Instagram. Uit de inhoudsanalyse bleek dat de meeste nieuwsberichten over één van vijf onderwerpen gingen. Dit waren misdaad, beroemdheden, COVID-19, milieu, en media en communicatie. Iets dat Hendrickx opvalt, is dat nieuws over beroemdheden zowel uit de inhoudsanalyse als uit de interviews als een belangrijke nieuwswaarde voor Nederlandstalig nieuws voor jongeren naar voren komt (2021, pp. 8-10).

In het Reuters Institute Digital News Report 2022 (Newman et al., 2022) wordt ook geschreven over Nederland. De boost die de nieuwsconsumptie kreeg door de coronapandemie is inmiddels voorbij. Voor de oudere generaties is de interesse in nieuws teruggezakt naar het niveau van voor de coronauitbraak in 2020, maar de interesse van jongeren tussen de 18 en 24 jaar oud is verder afgenomen. Voor de nieuwsconsumptieboost tijdens de coronapandemie was die 51% en in 2022 nog maar 39% (Newman et al., 2022, p. 90).

2.4 Nieuwskoppen

Een onderzoek naar nieuwskoppen komt van Kuiken et al. (2017). In deze studie is onderzoek gedaan naar de effectiviteit van koppen op het gebied van structuur en clickbaitfeatures (Kuiken et al., 2017, p. 1301). Hiervoor hebben ze de koppen van nieuwsartikelen en de door Blendle geschreven koppen vergeleken. Uit de analyse komt naar voren dat de geschreven koppen langer zijn en meer clickbaitelementen bevatten. Door de extra lengte en clickbaitelementen zijn deze koppen effectiever dan de originele koppen (Kuiken et al., 2017, p. 1312).

Lamot et al. (2022) hebben onderzoek gedaan naar het nieuws op Facebook, hoe hiervoor de koppen aangepast zijn en wat het effect hiervan was op engagement (2022, pp. 1-2). Voor het onderzoek zijn de koppen van de vijf grootste Vlaamse kranten en de versies aangepast voor Facebook geanalyseerd (Lamot et al., 2022, p. 4). Uit het onderzoek komt naar voren dat onder andere koppen met daarin nummers en uitroeptekens het goed doen op Facebook. Ook vragen en andere elementen die nieuwsgierigheid opwekken, werken goed (Lamot et al., 2022, p. 7).

Park et al. (2021) hebben onderzoek gedaan naar nieuwskoppen en de boost die het bewerken ervan geeft aan engagement. Ook uit dit onderzoek komt naar voren dat het aanpassen van headlines, waardoor ze meer clickbaitelementen bevatten, een positief effect heeft op het engagement van socialemediagebruikers. De precieze aanpassingen die aan een kop gemaakt moesten worden, bleken mediumafhankelijk te zijn. Er is volgens dit onderzoek dus geen specifieke manier van koppen opstellen die universeel het meeste engagement geeft (Park et al., 2021, pp. 9-10).

2.5 Nieuws op sociale media

Met de opkomst van sociale media werd het voor traditionele nieuwsmedia vanzelfsprekend om hun nieuws op deze platforms te delen. Het onderzoek van Welbers en Opgenhaffen (2018) richt zich op de manier waarop kranten hun nieuws delen op Facebook. Hierbij ligt de focus op het vergelijken van de statusupdate die door de socialemediamanager aan de post toegevoegd wordt met de kop en de lead van het artikel (Welbers & Opgenhaffen, 2018, p. 2). Uit het onderzoek komt naar voren dat de statusupdates bij nieuwsberichten subjectiever zijn en meer polariteit bevatten dan de koppen en leads van de artikelen waar ze bijgevoegd zijn. Dit komt overeen met de hypothese dat het delen van een mening, emotie of standpunt over een onderwerp belangrijk is om het nieuws te verspreiden (Welbers & Opgenhaffen, 2018, pp. 13-14).

Een vergelijkbaar onderzoek naar de statusupdate op Facebook komt van Hendrickx et al. (2023). Net als Welbers en Opgenhaffen (2018, pp. 13-14), komen Hendrickx et al. tot de conclusie dat er meer polariteit en subjectiviteit in de statusupdates van nieuwsmedia zit vergeleken met de koppen van traditionele nieuwsmedia. Wel bevatten de statusupdates bij artikelen over het coronavirus minder subjectiviteit en polariteit dan die bij nieuwsberichten over andere onderwerpen (Hendrickx et al., 2023, pp. 14-15).

In de studie van Al-Rawi et al. (2021) is onderzoek gedaan naar de belangrijkste nieuwswaarden van nieuws op Instagram. Aan de hand van een geautomatiseerde inhoudsanalyse van ongeveer 123.000 Instagramposts geplaatst door twaalf verschillende nieuwsmedia werden de belangrijkste nieuwswaarden voor het nieuws op Instagram gezocht. De helft van deze media publiceert in het Engels, de andere helft in het Arabisch (Al-Rawi et al., 2021, pp. 310-311). Uit het onderzoek blijkt dat met name positieve nieuwsberichten en berichten die sterke emoties opwekken, ook wel *human interest*-berichten genoemd, het goed doen bij het publiek. Nieuwsberichten over beroemdheden vallen, net als berichten over dieren en reddingsoperaties, onder de human interest-berichten (Al-Rawi et al., 2021,

pp. 313-315). De nieuwswaarden voor het algemene Instagrampubliek komen dus deels overeen met dat voor het jonge Vlaamse publiek (Hendrickx, 2021, pp. 8-9). Een vergelijkbare conclusie wordt getrokken in het onderzoek van Larsson, door wie de human interest-berichten als meest geplaatst aangemerkt worden (2018, p. 55).

Ander onderzoek naar het nieuws op sociale media komt van Hase et al. (2022). In dit onderzoek wordt uitgezocht hoe Duitse nieuwsmedia kiezen welke berichten op de socialemediaplatforms Twitter, Instagram, Facebook en TikTok geplaatst worden en hoe deze daarvoor aangepast worden (Hase et al., 2022, p. 2). Hiervoor moet rekening gehouden worden met de verschillende eigenschappen van de platforms. Zo is bijvoorbeeld een platform als Facebook veel meer tekstueel ingesteld, terwijl Instagram en TikTok juist meer draaien om visualisatie (Hase et al., 2022, p. 4). Uit het onderzoek komt naar voren dat de content op journalistiek niveau niet veel aangepast wordt aan het platform. Bij platforms als Facebook ligt de focus namelijk meer op zacht nieuws. Toch blijkt uit hun analyse dat er niet op een systematische wijze voor content wordt gekozen om op sociale media te plaatsen. Ook het aanpassen van de content gebeurt verder nauwelijks. Meestal wordt er naar de eigen website gelinkt zodat het nieuws daar gelezen kan worden. Daarnaast wordt er weinig gebruik gemaakt van interactieve features van de platforms en taalgebruik dat zorgt voor engagement of personalisatie, zoals dat door Lamot et al. (2022, p. 7) en door Welbers en Opgenhaffen (2018, p. 14) omschreven wordt als effectief (Hase et al., 2022, pp. 16-17).

2.6 Bite-sized news

Door het lagere concentratievermogen onder jongeren zoals eerder benoemd door Small et al. (2020), moesten nieuwsmedia op zoek naar een oplossing om hun nieuws toch aan de man te brengen onder de jeugd. Een optie die hiervoor gevonden is, is gebruik maken van korte video's, meestal niet langer dan een minuut. Dit wordt ook wel *bite-sized content* genoemd, omdat het kort genoeg is om in kleine beetjes tussendoor te consumeren. Nieuwsmedia gingen hier massaal gebruik van maken.

In een studie van Vázquez-Herrero et al. (2019) is gekeken naar het gebruik van Instagram Stories, korte video's die 24 uur te zien blijven, door nieuwsmedia om hun nieuws te brengen. Het doel van dit onderzoek was achterhalen wat de aanpak is van media om content aan te passen aan de korte videovorm (Vázquez-Herrero et al., 2019, pp. 1-2). Naar aanleiding van een contentanalyse toegepast op de Instagram Stories en een vragenlijst ingestuurd naar verschillende redacties, werd de conclusie getrokken dat verschillende media hierop verschillende strategieën toepasten. Er is dus geen sprake van een strategie die door alle media als beste gezien wordt (Vázquez-Herrero et al., 2019, pp. 4-7).

In een volgende studie van Vázquez-Herrero et al. (2022) is gekeken naar nieuwsmedia op TikTok en de invloed die het platform heeft op de content. Aan de hand van een contentanalyse van TikTok-video's van 19 verschillende geverifieerde accounts van nieuwsmedia, komt naar voren dat nieuwsmedia goed gebruik maken van elementen als taal en esthetiek die uniek zijn voor TikTok. Hierbij kan gedacht worden aan het gebruik van *slang* of het aanpassen van beeld naar de

portretbeeldverhouding die standaard is op TikTok. Wel blijkt dat het gebruiken van TikTok om het dagelijkse nieuws te brengen niet logisch is, doordat dit niet strijkt met het algoritme van het platform. Het algoritme van TikTok geeft namelijk niet de voorkeur aan recente content, maar aan virale content die valt binnen de interesses van een gebruiker (Vázquez-Herrero et al., 2022, pp. 7-14).

Ook in het onderzoek van Klug en Autenrieth (2022) wordt gekeken naar *bite-sized content* op TikTok. In de studie wordt onderzoek gedaan naar het gebruik van TikTok door traditionele nieuwsmedia uit Duitsland, Zwitserland, Oostenrijk en de Verenigde Staten (Klug & Autenrieth, 2022, p. 4). Uit het onderzoek blijkt dat het merendeel van de grote traditionele media actief zijn op TikTok. Wel verschilt het gebruik van TikTok flink van medium tot medium. Zo gebruiken sommige media TikTok als een plek om reclame te maken voor hun papieren krant en online kanalen en zo jongeren te bereiken. Dit doen ze door flink in te zetten op onlinetrends. Andere media gebruiken TikTok juist om nieuws te delen. Ze passen hun nieuwscontent aan naar TikTok en proberen zo jongeren in aanraking te brengen met nieuws (Klug & Autenrieth, 2022, pp. 8-11).

2.7 TikTok

Omdat analyse van TikTok-content aan de basis ligt van dit onderzoek, is het van belang om te toelichten hoe TikTok werkt en hoe het platform omgaat met zaken als privacy en beveiliging. Anderson (2020) heeft hier een studie aan gewijd. Zo wordt benoemd dat TikTok een socialemediaplatform is waar gebruikers zelf korte video's met verschillende soorten muziek en effecten kunnen maken en deze kunnen delen met gebruikers (Anderson, 2020, pp. 7-8). Het platform maakt gebruik van een algoritme dat sterk is in het laten zien van content aan gebruikers waarin zij geïnteresseerd zijn, die voorbij komt in de standaard 'For You'-pagina (Anderson, 2020, p. 8).

Ook vermeldt Anderson de negatieve kant van TikTok. Zo bestaan er enerzijds grote zorgen over de beveiliging van gegevens in de app. Anderzijds levert de content zelf problemen op, zoals het verspreiden van misinformatie of het schaden van de mentale gezondheid van andere gebruikers (Anderson, 2020, p. 9).

Wat betreft de beschikbare features op TikTok, komt Salb (2021) met een duidelijke uitleg. Zo is het mogelijk om binnen de mobiele app van TikTok video's op te nemen en deze te bewerken. Zo kunnen gebruikers muziek aan de video toevoegen, stemmen bewerken, filters over de video heen plaatsen en de afspeelsnelheid van de video wijzigen (Salb, 2021, p. 16).

Toen TikTok voor het eerst op de markt kwam, konden video's maximaal vijftien seconden duren. Dit werd in 2017 uitgebreid naar 60 seconden en in 2021 naar drie minuten. Begin 2022 is er geëxperimenteerd met een maximale videolengte van tien minuten, maar dat bleek niet succesvol (Birney, 2023). Met de korte videolengte probeert TikTok gebruikers zo veel mogelijk video's achter elkaar te laten kijken (Salb, 2021, p. 17).

Het merendeel van de gebruikers van TikTok behoren tot Generatie Z, die tussen de 15 en 26 jaar oud zijn. In 2020 bestond 59% van de gebruikers op TikTok uit mensen van Generatie Z. Sindsdien is het aantal TikTok-gebruikers van oudere generaties gestaag toegenomen (Salb, 2021, p. 18).

Onderzoek naar het effect van TikTok op gebruikers is gedaan door Zulli en Zulli (2022). Uit dit onderzoek blijkt dat niet alleen het algoritme, maar ook de interface gebruikers oproept tot imitatie. Video's die oproepen tot imiteren, zoals het uitdagen van gebruikers een bepaalde taak uit te voeren en vast te leggen, verschijnen door het algoritme sneller op de 'For You'-pagina dan andere video's. Daarnaast staat de interface toe delen van video's die oproepen tot een *challenge* over te nemen en toe te voegen aan eigen video's (Zulli & Zulli, 2022, pp. 1883-1887).

Belangrijk om bij TikTok in het achterhoofd te houden, is de explosieve groei die het platform de laatste jaren heeft doorgemaakt (Newman et al., 2022, p. 24). De verwachting van Reuters is dat deze groei ook in 2023 door zal zetten. De bevroegde nieuwsproducenten geven aan dat ze daarom minder aandacht gaan geven aan Facebook en Twitter en meer aan TikTok, Instagram en YouTube. TikTok is hierbij het platform waarvoor de grootste stijging verwacht wordt, namelijk met 63% (Newman, 2023, p. 4).

2.8 Conclusie

In dit hoofdstuk zijn de verschillende sleutelconcepten en voorafgaande studies die van belang zijn voor het uitvoeren van dit onderzoek besproken. Zo is de ontwikkeling van online nieuws voorbijgekomen. Hier bleek dat traditionele nieuwsmedia zich moesten aanpassen aan het internet om zo te voorkomen achterop te raken. Doordat ze geen risico's konden nemen in verband met de papieren krant, kregen nieuwsmedia die enkel digitaal publiceerden een voorsprong.

Vervolgens werd ingegaan op nieuwsconsumptie onder jongeren. Zo bleek dat jongeren minder snel de traditionele nieuwsbronnen bekijken en eerder hun nieuws consumeren via visuele platforms als TikTok en Instagram. In Nederlandstalige landen is dit niet anders. Traditionele nieuwsmedia worden hierdoor aangespoord gebruik te maken van clickbaitelementen in koppen en zich aan te passen aan sociale media. Clickbaitelementen die succesvol bleken, zijn vragen, uitroeptekens en getallen.

Daarna is *bite-sized news* behandeld. Dit zijn korte video's zoals die populair zijn op TikTok. Deze video's werden ingezet om de aandacht van jongeren te behouden, wat lastig was door het verminderde concentratievermogen. Met de *bite-sized content* is TikTok een steeds populairder platform geworden en wordt het meer en meer gebruikt voor het verspreiden van nieuws.

In het volgende hoofdstuk zal de methodologie gebruikt in deze scriptie worden besproken. Er zal worden besproken waarom voor een kwantitatieve inhoudsanalyse gekozen is, hoe het corpus tot stand is gekomen en hoe de gebruikte analysemodellen werken.

3. Methodologie

In dit hoofdstuk zal de methode gebruikt voor het onderzoek toegelicht worden. Als eerste zal ingegaan worden op wat een kwantitatieve onderzoeksmethode inhoudt en waarom dit geschikt is voor het beantwoorden van de onderzoeksvragen (3.1). Daarna zal besproken worden hoe het corpus tot stand is gekomen (3.2). Vervolgens zal ingegaan worden op de kwantitatieve inhoudsanalyse die is toegepast op de artikelen van NOS.nl en de TikTok-video's van NOS Stories (3.3). Er wordt afgesloten met een conclusie (3.4).

3.1 Kwantitatieve onderzoeksmethode

In dit onderzoek is gebruikgemaakt van een kwantitatieve onderzoeksmethode: de inhoudsanalyse. De kwantitatieve inhoudsopgave is geschikt om een antwoord te krijgen op de twee onderzoeksvragen: 'Hoe maken de TikTok-video's van NOS Stories gebruik van de TikTok-elementen tekst, ondertiteling en bijschriften?' en 'Hoe verschillen de koppen, die als tekst op de video's van NOS Stories staan, van de koppen boven artikelen over hetzelfde onderwerp van NOS.nl?'

Volgens Neuendorf is het doel van een kwantitatieve inhoudsanalyse om "counts of key categories and measurements of the amounts of other variables" te ontdekken (2017, p. 26). In het kader van dit onderzoek betekent het dat de TikTok-eigen elementen die terugkeren op de video's van NOS Stories, alsook de elementen die terugkeren in de verschillende koppen van NOS Stories en NOS.nl, geanalyseerd worden. De frequentie waarin deze elementen terugkeren, is gebruikt om antwoord te geven op de onderzoeksvragen.

3.2 Selectie van het corpus

Omdat een van de onderzoeksvragen een vergelijking van de koppen over hetzelfde onderwerp van NOS.nl en NOS Stories betreft, was het nodig een corpus samen te stellen dat bestaat uit artikelen van NOS.nl en TikTok-video's van NOS Stories die hetzelfde onderwerp beslaan. In eerste instantie is er gekozen om alle video's gepubliceerd in de periode januari 2023 tot en met maart 2023 die op het moment van selecteren, 18 april 2023, meer dan 400.000 keer bekeken waren in het corpus op te nemen. Alle video's die hieraan voldeden, maar geen corresponderend artikel op NOS.nl hadden, vielen vervolgens af. Met deze criteria bleven er 46 TikTok-video's en 46 artikelen over.

Tijdens het onderzoek bleek dit corpus aan de kleine kant te zijn, dus is er besloten om ook de video's gepubliceerd in april met meer dan 400.000 views en de bijbehorende artikelen mee te nemen. Dit is gebeurd op 16 juli 2023. In april 2023 heeft NOS Stories 23 video's geplaatst die op 16 juli 2023 meer dan 400.000 keer bekeken waren en waarbij een artikel over hetzelfde onderwerp op NOS.nl te vinden was. Dit bracht het totale corpus op 69 TikTok-video's en 69 artikelen.

De keuze om alleen video's met 400.000 views of meer te selecteren, is gemaakt aan de hand van het aantal volgers dat het TikTok-account van NOS Stories had op 28 maart 2023. Op die dag waren

dat 502.600 volgers. Er is gekozen voor 400.000 views of meer, omdat dit betekent dat ongeveer 80% of meer van de volgers de video gezien heeft. Gezien het feit dat er ook video's door NOS Stories gepubliceerd zijn in dezelfde periode die slechts 20.000 keer of minder bekeken zijn, kan gesteld worden dat video's met meer dan 400.000 weergaven succesvolle video's zijn. Deze video's zullen dus het beste weergeven welke elementen in de video en de kop succesvol zijn onder jongeren.

3.2.1 Behoud van het corpus

Om ervoor te zorgen dat alle video's beschikbaar bleven tijdens de analyse, is ervoor gekozen om deze offline op te slaan. TikTok biedt zelf geen downloadfunctie, dus is er gebruik gemaakt van een externe applicatie. Op de website TikMate.app konden alle video's in HD-kwaliteit gedownload worden door de link naar de betreffende TikTok-post in te voeren. Bij deze download werd het bijschrift van de video's niet inbegrepen. Om dat op te slaan, zijn er screenshots gemaakt van elke video waarop zowel het bijschrift, als de kop zichtbaar waren. Op die manier was duidelijk welk bijschrift bij welke video hoorde.

Naast de video's zijn ook de artikelen van NOS.nl offline opgeslagen. Dit is gedaan met behulp van de Google Chrome extensie 'Opslaan in Google Drive'. Wanneer op een webpagina van een artikel op NOS.nl gekozen werd om de pagina af te drukken (ctrl+P), stond door deze extensie de optie 'Opslaan in Google Drive' tussen de afdrukbestemmingen. Door deze optie te selecteren en vervolgens op de knop 'afdrukken' te klikken, werd een PDF-versie van het artikel opgeslagen in Google Drive. Deze PDF-versies van de artikelen konden vervolgens gedownload worden om deze ook offline beschikbaar te hebben.

3.2.2 Het corpus

In Tabel 1 zijn op publicatievolgorde de koppen van de NOS-artikelen en TikTok-video's van NOS Stories weergegeven. Ook zijn de koppen in Tabel 1 genummerd en is te zien hoeveel weergaven elke TikTok-video had op de selectiedatum. In het vervolg van deze scriptie zal aan de NOS-artikelen gerefereerd worden als A1, A2, A3, etc. en aan de TikTok-video's als V1, V2, V3 etc. In bijlage A is per NOS-artikel een link naar het betreffende artikel en de datum waarop het artikel gepubliceerd is te vinden. In bijlage B zijn de links van de TikTok-video's en de publicatiedata na te gaan.

Tabel 1

Alle geselecteerde NOS-artikelen en TikTok-video's

No.	NOS-artikel	TikTok-video	Aantal weergaven
			op TikTok
1	Racistische teksten op Erasmusbrug tijdens aftelmoment	Racisme op de Erasmusbrug: 'Ik wist niet wat ik zag'	521.700

2	Cristiano Ronaldo gepresenteerd bij Al-Nassr: 'Mijn werk in Europa was klaar'	Waarom doet Ronaldo's move (woestijn)stof opwaaien?	769.600
3	CBR: actie nodig tegen georganiseerde 'voorzegfraude' bij theorie-examens	Frauderen op autotheorie: ingefluisterd via oortje	666.300
4	Circusartiest valt bij optreden van grote hoogte naar beneden in Haarlem	Circusartiest valt meters naar beneden tijdens show	1.200.000
5	6-jarige jongen in VS schiet zijn lerares neer na woordenwisseling	Jongen van 6 schiet lerares neer na ruzie	679.700
6	Spermakwaliteit holt achteruit door plastic, maar strengere EU-wetten blijven nog uit	Chemische stoffen zorgen voor slecht zaad	478.800
7	Grootste islamitische begraafplaats van Nederland gaat open	Dit is de grootste islamitische begraafplaats van Nederland	400.200
8	11-jarig meisje omgekomen bij schietpartij in Antwerpen	11-jarig nichtje van Belgische drugs crimineel gedood	468.700
9	Politieactie op A27 had te maken met ontvoering van 15-jarige jongen	15-jarige jongen uit Amsterdam ontvoerd	1.200.000
10	Brabants museum heeft mogelijk wereldnieuws in handen met dino-embryo	Zit in een van deze eieren een dino-baby?	405.200
11	Dankzij 3D-animatie aanhouding in coldcase zedenzaak	Hologram zorgt ervoor dat deze man nu vastzit	477.700
12	ChatGPT glipt langs docenten: 'Ik gebruik het om snel huiswerk te maken'	Simon (15) laat zijn huiswerk maken door een app	774.400
13	Stagiaire crèche Amsterdam verspreidde ongepast filmpje van kinderen	Stagiair crèche scheldt kindjes uit en gooit ze om	1.400.000
14	Streekvervoer staakt, dit is wat het betekent voor jouw reis	Staking: streek-ov rijdt morgen en overmorgen niet	900.300

15	Jongen (15) mist de bus en pakt de auto van zijn ouders	Jongen (15) mist bus, pakt daarom de auto	1.200.000
16	Houdverbod voor honden met te korte snuit: 'Ze lijden onder hun uiterlijk'	Zijn Snuf en Simba straks verboden?	1.000.000
17	Pratende M&M's 'te woke', verdwijnen uit reclamespotjes in Verenigde Staten	'Woke' M&M's moeten weg	503.000
18	Beloning van 30.000 euro voor gouden tip moord Zwijndrecht	Weet je waar deze man is? Dan krijg je 30.000 euro	1.100.000
19	Belgen blunderen met vlag bij bezoek Rutte, De Croo zet situatie recht	België blundert bij bezoek Rutte	735.200
20	Justin Bieber verkoopt muziekrechten voor megabedrag	Waarom verkoopt Justin Bieber zijn muziekrechten?	456.700
21	OM zwakt verdenking in mishandelingszaak tegen Lil Kleine af	Jaimie Vaes lekte zelf beelden mishandeling	485.400
22	Geen pretpark, maar dierentuin: schoolreisjes dit jaar minder spectaculair	Schoolreisjes worden skeer	690.100
23	Streekvervoer gaat opnieuw staken vanaf maandag	Jouw bus of trein rijdt volgende week niet	1.100.000
24	Na sterk WK met Marokko krijgen Ziyech en Amrabat hun toptransfers nét niet	Zielig voor Ziyech: geen transfer door blunder	826.100
25	China keurt neerhalen 'spionageballon' door VS af: 'Overduidelijke overreactie'	Amerika schiet Chinese 'spionageballon' lek	463.400
26	Jongen na dreiging met schietpartij op school in Rijswijk aangehouden	Jongen (18) opgepakt voor dreigen met schoolshooting	604.000
27	Zware aardbeving treft Turkije en Syrië, 1200 doden en duizenden gewonden	Doden en gewonden na aardbeving in Turkije	446.600

28	Amalia over bedreigingen en zware beveiliging: 'Ik heb het nog steeds heel moeilijk'	Prinses Amalia praat voor het eerst over bedreigingen	553.700
29	13-jarige jongen opgepakt voor brandstichting op school Roermond	Docent bedreigd op school: lokaal in de fik gestoken	481.600
30	Rotterdamse snack kapsalon viert twintigste verjaardag	Er is er één jarig: caloriebom viert jubileum	1.100.000
31	Spanje verruimt transgenderrechten en voert betaald menstruatieverlof in	Moet menstruatieverlof ook in Nederland komen?	574.800
32	Chaos bij onlusten in Suriname, betogers dringen parlement binnen	Arrestaties en avondklok na rellen in Suriname	543.400
33	Marokkaanse zanger Saad Lamjarred moet in Frankrijk cel in voor verkrachting	Marokkaanse zanger Lamjarred bak in voor verkrachting	568.100
34	Megagevangenis geopend in El Salvador: plaats voor 40.000 gevangenen	Nieuwe mega-gevangenis voor 40.000 mensen	1.200.000
35	Noorderlicht goed te zien boven Nederland: 'Relatief zeldzaam'	In de Nederlandse lucht kon je het noorderlicht zien	496.800
36	Topvoetballer Hakimi beschuldigd van verkrachting, politie start onderzoek	Topvoetballer Hakimi beschuldigd van verkrachting	1.100.000
37	Jumbo koopt geen Mars-producten in vanwege 'te hoge prijsstijgingen'	Ruzie over prijzen: geen Mars meer in de Jumbo	813.300
38	Youtuber Dennis Schouten gewond na steekpartij in Enschede	YouTuber Dennis Schouten gestoken in gezicht	944.200
39	Mats (19) overlijdt na metro-ongeluk, redt vijf levens met orgaandonatie	Mats (19) is verongelukt maar redt toch nog levens	1.500.000

40	Politieactie bij school in Den Bosch afgelopen: 'Geen vuurwapen aangetroffen'	School in Den Bosch tijd dicht door dreiging	473.400
41	BBB nu in alle provincies de grootste partij geworden	Is BBB meer dan anti-stikstof?	593.700
42	Voetballer Vloet erkent drankgebruik voor dodelijk ongeluk, OM eist 3,5 jaar cel	Vloet misschien 3,5 jaar de cel in na doodrijden kleuter	545.000
43	Vanaf volgende week statiegeld op blik, 'ongelooflijke operatie'	Moet dat plakkerige blikje straks terug in je rugzak?	1.300.000
44	Nog meer chaos in Libanon: zomertijd maand uitgesteld	In Libanon weet niemand meer hoe laat het is	456.400
45	Vrouw meer werken, man meer zorgen? Overheid begint campagne	Ministerie: 'vrouwen moeten meer werken'	404.000
46	Tieners maken programma voor opsporing van longkanker, 'heel knap voor jongens van 17'	Met pws van Ted en Yahya kun je longkanker vinden	408.500
47	Diepste vis ooit gefilmd voor de kust van Japan	Vis gespot op diepste plekje in zee ooit	1.100.000
48	Een dode door treinongeval bij Voorschoten, 19 mensen naar het ziekenhuis	Dode en veel gewonden bij treinbotsing Voorschoten	812.900
49	Oud-president Trump zegt onschuldig te zijn aan 34 strafbare feiten	Oud-president Donald Trump gearresteerd	667.500
50	Gorilla Bokito (27) tijdens narcose doodgegaan in Diergaarde Blijdorp	Bokito, de beroemdste aap van Nederland, is dood	629.400
51	Musical The Bodyguard in Manchester stilgelegd om luid meeblerende toeschouwers	Britse musical stopt eerder door vals zingend publiek	819.000
52	Moeder aangeklaagd van jongetje (6) dat basisschooljuf neerschoot in VS	Jongen (6) schiet juf neer, moeder aangeklaagd	875.500

53	Pink tax: waarom een scheermes voor vrouwen duurder is dan voor mannen	Waarom een scheermes voor vrouwen duurder is	478.200
54	Taaltips LAKS: geen 'jongens en meisjes' en 'excellente school' meer	Geen 'zittenblijven' en 'zwarte school' meer?	456.100
55	Witte Huis noemt 'zombie drug' ernstige bedreiging voor de volksgezondheid	Waarom wordt dit een zombiedrug genoemd?	1.600.000
56	Vrouw bevalt op afrit A13 van dochter, geholpen door verloskundige	Baby geboren op vluchtstrook	956.500
57	Zwarte tiener die bij verkeerde deur stond neergeschoten, Amerikaan aangeklaagd	Jongen (16) neergeschoten, stond voor verkeerde deur	752.000
58	Een chatbot die in het echt wil afspreken? Ook Snapchat vindt het wat ver gaan	Waarom wil Snapchat opeens met je chillen?	680.600
59	Ruim tien jaar na Fyra-debacle rijdt de allernieuwste intercity op het spoor	NS blij: nieuwe snelle trein erbij	415.200
60	Drentse verpleegkundige opgepakt voor betrokkenheid bij dood patiënten	Verpleegkundige opgepakt voor dood van patiënten	525.700
61	Einde aan onzekerheid voor moslims: vandaag Suikerfeest	Waarom je het Suikerfeest niet precies kan voorspellen	412.700
62	Inez Weski, advocaat Taghi, aangehouden om deelname criminele organisatie	Inez Weski, advocaat van Ridouan Taghi, opgepakt	612.100
63	Modemarktplaats Vinted worstelt met terugbetalen klanten	Klachten over Vinted: 'Ik krijg m'n geld niet'	1.800.000
64	Nieuwe barbiepop met downsyndroom moet stigmatisering bestrijden	De nieuwste barbiepop heeft het syndroom van Down	1.800.000
65	Dit was het bezoek van de koninklijke familie aan Rotterdam	Dit was Koningsdag in Rotterdam	643.500

66	Massadonor met honderden kinderen moet stoppen met verstrekken sperma	Na 550 kinderen is het genoeg geweest	431.400
67	Agent die bij boerenprotest op trekker schoot vervolgd voor poging tot doodslag	Agent vervolgd die op trekker met jongen schoot	722.500
68	Illegale rave zet Belgische gemeente nog een nacht op stelten, 'nu 10.000 feestgangers'	Illegaal feest met 5000 man is niet te stoppen	1.100.000
69	Benzema produceert derde hattrick van de maand, 15-jarige debutant bij Barcelona	Lamine (15) is jongste speler ooit bij Barça	1.100.000

3.3 Onderzoeksmodellen

Doordat dit onderzoek twee vragen beantwoordt, is er gebruik gemaakt van twee verschillende onderzoeksmodellen uit eerdere onderzoeken. Het onderzoeksmodel gebruikt om antwoord te krijgen op de onderzoeksvraag ‘Hoe maken de TikTok-video’s van NOS Stories gebruik van de TikTok-elementen tekst, ondertiteling en bijschriften?’, is het model van Salb (2021). In deze studie is onderzoek gedaan naar acht verschillende TikTok-accounts van traditionele nieuwsmedia en hoe zij gebruik maken van functies die TikTok biedt. Hierbij ligt de focus op de tekst op de video geplaatst, ondertiteling en bijschriften bij de video.

Het tweede model gebruikt in dit onderzoek, is dat van Kuiken et al. (2017). Dit model is gebruikt om tot een antwoord te komen op de onderzoeksvraag ‘Hoe verschillen de koppen, die als tekst op de video’s van NOS Stories staan, van de koppen boven de artikelen over hetzelfde onderwerp van NOS.nl?’ In de studie van Kuiken et al. is onderzoek gedaan naar elementen in koppen die meer clicks genereren, dus is het geschikt om te achterhalen in hoeverre deze elementen terugkeren in de koppen van NOS Stories en NOS.nl.

3.3.1 Model Salb

Voor het onderzoek van Salb zijn 200 TikTok-video’s van 8 verschillende accounts gebruikt (2021, p. 35). Omdat het onderzoek in deze scriptie slechts video’s van een enkel medium beslaat, volstaat het om hier met een kleiner corpus te werken. Het codeboek van Salb is opgebouwd uit drie categorieën: tekst, ondertiteling en bijschriften (2021, pp. 36-39). Het coderen aan de hand van het codeboek van Salb is gedaan in een Excelbestand. Wanneer een code aanwezig was in een video, werd dit gemarkeerd met een 1. Wanneer iets niet aanwezig was, werd er een 0 ingevoerd. De enige code waar dit niet voor

gold, is de hoeveelheid hashtags. Hierbij werd het getal ingevuld dat overeenkwam met het aantal hashtags.

3.3.1.1 Tekst

Het codeboek van Salb over tekst is te zien in Tabel 2. Bij het coderen werd eerst aangegeven of er tekst aanwezig is of niet. Vervolgens is er per categorie aangegeven of de tekst in de video onder de betreffende categorie valt. Op deze manier kon de relatieve frequentie van iedere tekstcategorie in de video's van NOS Stories bepaald worden (Salb, 2021, pp. 36-37).

Tabel 2

De tekstcategorieën uit het codeboek van Salb en de bijbehorende definities (2021, p. 36)

Code	Definitie
Gebruik van tekst	Er is tekst over de video heen geplaatst
Tekstcategorie	
Videotitel	De tekst staat aan het begin van de video en geldt als kop of titel van de video
Verlengen van de kijktijd	De tekst spoort de kijker aan de video tot het einde te kijken (bijvoorbeeld “zo weet je het”)
Benadrukken van belangrijke gesproken tekst	De tekst ondersteunt belangrijke gesproken stukken (bijvoorbeeld een socialemediapost in beeld gebracht die in de gesproken tekst benoemd wordt)
Benadrukken van belangrijke cijfers, details of locaties	Belangrijke cijfers, details of locaties worden bij de gesproken tekst in beeld gezet
Labelen van de naam of functie van een spreker	De naam en/of functie van een spreker in de context van bijvoorbeeld een interview wordt in beeld gezet
Memeformaat	De tekst wordt gebruikt als een populair memeformaat op het internet (bijvoorbeeld “*valse Whitney Houston geluiden*”)
Verhaalvertelling	De tekst wordt gebruikt om bij te dragen aan het vertellen van het verhaal (bijvoorbeeld verschillende bij elkaar horende gebeurtenissen op een rij zetten)
Bron van het beeldmateriaal	De tekst geeft de bron van het gebruikte videomateriaal
Reactie van het account op de video	De tekst is een reactie van het account op de video (bijvoorbeeld “Let op: heftige beelden”)

3.3.1.2 Ondertiteling

Het codeboek van Salb over ondertiteling is te zien in Tabel 3. Als eerste is gecodeerd of er spraak aanwezig was in een video. Wanneer er gesproken werd in de video, werd genoteerd of er gebruik werd gemaakt van ondertiteling bij deze tekst. In het geval dat er ondertiteling in de video voorkwam, werd genoteerd of deze voor alle woorden, het grootste deel van de woorden, alleen bij belangrijke informatie of slechts een enkele keer gebruikt werden. Ook werd genoteerd of en hoe de ondertiteling zich onderscheidde van de rest van de tekst in de video (Salb, 2021, pp. 37-38).

Tabel 3

De ondertitelcategorieën uit het codeboek van Salb en bijbehorende definities (2021, p. 37)

Code	Definitie
Spraak	Er komt gesproken tekst voor
Ondertiteling	Er wordt gebruik gemaakt van ondertiteling
Het gebruik van de ondertiteling	
Alle gesproken woorden inbegrepen	Alle gesproken woorden staan in de ondertiteling
Meeste gesproken woorden inbegrepen	Meer dan 50% van de gesproken woorden staan in de ondertiteling
Alleen belangrijke informatie	De belangrijkste informatie, zoals belangrijke feiten, worden ondertiteld
Enkele keer	Eenmaal wordt iets ondertiteld, de rest van de gesproken tekst bevat geen ondertiteling
Manier waarop ondertiteling worden aangegeven	
Cc:	“Cc:” of een vergelijkbare afkorting wordt gebruikt om aan te geven dat een tekst ondertitel is
Aanhalingstekens	Er staan aanhalingstekens om de tekst heen om aan te geven dat het ondertiteling is
Onderscheidend uiterlijk	Voor de ondertiteling wordt een ander font of een andere stijl gebruikt dan voor andere tekst in de video
Zelfde als andere tekst	De ondertiteling ziet er hetzelfde uit als de andere tekst in de video
Geen tekst om mee te vergelijken	De ondertiteling is de enige vorm van tekst in de video

3.3.1.3 Bijschriften

In Tabel 4 is het codeboek van Salb over bijschriften te zien. Hier werd als eerste gecodeerd of er een bijschrift bij de video geplaatst was. Vervolgens is per bijschrift gemarkeerd wat het specifieke doel van dit bijschrift was. Daarna is er genoteerd of er hashtags aanwezig waren in het bijschrift. Als die er waren werd ook genoteerd hoeveel dit er dan waren. Ook werd bijgehouden wat voor type hashtag het betreft. Ten slotte is er gekeken naar de getagde accounts in de omschrijving en waarom deze accounts in het betreffende bijschrift getagd zijn (Salb, 2021, pp. 39-40).

Tabel 4

De bijschriftcategorieën uit het codeboek van Salb en bijbehorende definities (2021, pp. 38-39)

Code	Definitie
Bijschrift	Er is een bijschrift bijgevoegd
Het doel van het bijschrift	
Ondersteunend	Het bijschrift werkt ondersteunend ten opzichte van de video waar het bij zit
Gevatte opmerking	Het bijschrift bevat een grap of gevatte opmerking die past bij de video die bij de video past
Verhelderende informatie	Er wordt verhelderende informatie bij de video gegeven (bijvoorbeeld “iedereen is ok!”)
Vraag	Er wordt een vraag gesteld in het bijschrift
Call-to-action	In het bijschrift staat een call-to-action, zoals kijkers vragen hun ervaringen te delen of een vraag te beantwoorden
Reactie	Het account dat de video plaatst reageert in het bijschrift op de video (bijvoorbeeld “aww”)
Bron van beeld	De bron van gebruikt beeldmateriaal wordt benoemd in het bijschrift
Alle informatie	Alle informatie bij de post staat in het bijschrift, niets wordt in de video genoemd
Hashtags	
Hashtags	Er staan hashtags in het bijschrift
Aantal hashtags	De hoeveelheid hashtags in het bijschrift (uitgedrukt als getal)
Type hashtags	
Hashtag gerelateerd aan het video-onderwerp	Een of meerdere hashtags zijn gerelateerd aan het onderwerp van de video
Trending hashtag	Een of meerdere hashtags zijn trending hashtags die niets met de video te maken hebben (bijvoorbeeld een challenge hashtag)

Hashtag van het nieuwsaccount	Een of meerdere hashtags zijn een eigen hashtag van het medium (bijvoorbeeld #nosstories)
-------------------------------	---

Getagde accounts

Getagde accounts	Een of meer accounts zijn getagd in het bijschrift in het format “@gebruikersnaam” of door middel van de tagfunctie
------------------	---

Types van taggen

Iets dat in de video verschijnt, is getagd	Een persoon, merk, institutie of locatie zichtbaar in de video is getagd
Taggen voor een TikTok-effect	Een account is getagd in relatie tot de verschillende visuele effecten beschikbaar in TikTok
Antwoord	Een account is getagd omdat de video een antwoord op een eerdere reactie is
Video-onderwerp of inspiratie	Een account is getagd omdat de video hierover gaat of dit account de inspiratie voor de video was

3.3.2 Model Kuiken et al.

Het onderzoek van Kuiken et al. naar zogenaamde ‘clickbaitfeatures’ in koppen omvatte 1828 koppen van 202 verschillende nieuwsbrieven op Blendle (2017, p. 1303). Omdat deze scriptie focust op de koppen van slechts twee verschillende media, NOS.nl en NOS Stories, is twee keer 69 koppen voldoende om conclusies te trekken over het gebruik van koppen door die twee media. Het codeboek van Kuiken et al. kan opgedeeld worden in twee delen: de lengte en leesbaarheid van de kop en woordsoorten en zinsopbouw (2017, p. 1305). Het coderen volgens dit codeboek gebeurde in Excel. Alle codes die om een hoeveelheid vroegen, zijn gemarkeerd met de betreffende hoeveelheid. De codes die vroegen of iets aanwezig is, zijn gemarkeerd met bijvoorbeeld het woord of de woordsoort die in de kop terugkwam, of met ‘nee’ als de code niet van toepassing was op de kop.

3.3.2.1 Lengte en leesbaarheid

In Tabel 5 zijn de codes rondom de lengte en leesbaarheid van de koppen te vinden. In het codeboek van Kuiken et al. komt het aantal lettergrepen niet terug. Dit is echter een van de variabelen om het Flesch-Kincaid Grade Level te berekenen, dus is die ook genoteerd. Verder maakte Kuiken et al. gebruik van de Flesch Reading Ease score om de leesbaarheid te berekenen (2017, p. 1305). Er is in dit onderzoek voor het Flesch-Kincaid Grade Level gekozen, omdat de formule voor de Flesch Reading Ease score minder geschikt is voor teksten van een zin en met regelmaat een negatief getal gaf, terwijl dit een getal tussen 0 en 100 moet zijn (Eleyan et al., 2020, p. 6). De gebruikte formule voor het Flesch-Kincaid Grade Level is als volgt:

$GL = 0,39 * (aantal\ woorden / aantal\ zinnen) + 11,8 * (aantal\ lettergrepen / aantal\ woorden) - 15,59$
(Kincaid et al., 1975, p. 14).

Tabel 5

Codes omtrent lengte en leesbaarheid van koppen in het codeboek van Kuiken et al. (2017, p. 1305)

Code	Definitie
Aantal karakters	Het aantal karakters in de kop, inclusief spaties en interpunctie
Aantal woorden	Het aantal woorden in de kop
Gemiddelde woordlengte	Het aantal karakters in de kop, exclusief spaties en interpunctie, gedeeld door het aantal woorden
Aantal zinnen	Het aantal zinnen in de kop
Aantal lettergrepen	Het aantal lettergrepen in de kop
Leesbaarheidsscore	Het Flesch-Kincaid Grade Level van de kop. Dit getal is het Amerikaanse schoolniveau waarvoor een tekst goed te begrijpen is. Hoe lager het getal, hoe makkelijker de tekst (Kincaid et al., 1975, p. 14)

3.3.2.2 Woordsoorten en zinsopbouw

De codes rondom woordsoorten en zinsopbouw in het model van Kuiken et al. zijn te vinden in Tabel 6. Wanneer een code niet van toepassing was op een kop, is deze kop aangemerkt met 'nee'. In het geval van een vraag of nummer, werd bij aanwezigheid geantwoord met 'ja'. Bij een citaat werd bij aanwezigheid geantwoord met 'deels' of met 'geheel'. Voor zowel de signaalwoorden, als de voornaamwoorden werd genoteerd welke van deze woorden voorkwamen en hoe vaak alle verschillende woorden in de kop stonden.

Tabel 6

Codes omtrent woordsoorten en zinsopbouw in het codeboek van Kuiken et al. (2017, p. 1305)

Code	Definitie
Bevat een vraag	De kop bevat een vraag
Bevat een citaat	De kop bevat een citaat. Hier wordt onderscheid gemaakt tussen citaten die de hele kop beslaan en citaten die slechts een deel van de kop vormen
Bevat signaalwoorden	Het aantal keer dat elk van de volgende signaalwoorden voorkomt: daarom, deze, dit, hierdoor, hierom, hoe, waarom, wanneer, welke, wie en zo
Bevat persoonlijk voornaamwoorden	Het aantal persoonlijke en bezittelijke voornaamwoorden dat wordt gebruikt. Hier wordt onderscheid gemaakt tussen eerste, tweede en derde persoon en tussen enkelvoud en meervoud

Bevat een nummer	De kop bevat een nummer. Alleen numeriek geschreven getallen (“3”) tellen mee, uitgeschreven nummers (“drie”) tellen niet mee
Woordsoort van het eerste woord	De woordsoort van het eerste woord van de headline (bijvoorbeeld zelfstandig naamwoord of bijwoord)

3.4 Conclusie

In dit hoofdstuk is de methodologie gebruikt voor dit onderzoek toegelicht. Er is gebruik gemaakt van een kwantitatieve inhoudsanalyse om antwoord te krijgen op de onderzoeksvragen. In het begin van het hoofdstuk is toegelicht waarom deze methode hiervoor geschikt was. Vervolgens is besproken hoe het corpus is samengesteld. Dit bestond eerst uit 46 TikTok-video's en 46 artikelen, maar dat werd later uitgebreid naar 69 video's en 69 artikelen.

Daarna werden de gebruikte modellen besproken. Het eerste model, dat van Salb (2021), hielp bij het analyseren van de elementen tekst, ondertiteling en bijschrift bij de TikTok-video's. Het andere model, dat van Kuiken et al. (2017), stond toe dat de koppen van NOS Stories en van NOS.nl vergeleken werden op het gebied van lengte, leesbaarheid en clickbaitelementen.

In het volgende hoofdstuk zullen de resultaten weergegeven worden die uit de modellen van Salb en Kuiken et al. gekomen zijn. De resultaten van de koppen van NOS.nl en NOS Stories zullen in dat hoofdstuk ook naast elkaar gelegd worden.

4. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de inhoudsanalyse van de TikTok-video's en de NOS-artikelen gepresenteerd. Hierbij zullen eerst de resultaten die uit de methode van Salb (2021) kwamen aan bod komen (4.1). Vervolgens zullen de resultaten uit het model van Kuiken et al. (2017), toegepast op de koppen van de artikelen van NOS.nl, behandeld worden (4.2). Daarna is het de beurt aan de koppen van NOS Stories en de resultaten die daarvoor uit het model van Kuiken et al. (2017) gekomen zijn (4.3). Dan zullen de resultaten rondom de koppen van NOS.nl en NOS Stories met elkaar vergeleken worden (4.4). Ten slotte wordt het hoofdstuk afgesloten met een conclusie (4.5).

4.1 Resultaten uit model Salb

Zoals besproken in 3.3.1 is het model van Salb verdeeld in de categorieën tekst, ondertiteling en bijschriften (2021, pp. 36-39). In de onderstaande sectie worden de frequenties van de gebruikte codes voor de drie categorieën weergegeven.

4.1.1 Tekst

In Tabel 7 zijn de relatieve frequenties van alle tekstcategorieën te zien. Iedere TikTok-video van NOS Stories begint met een kop. Hierdoor wordt in iedere video gebruik gemaakt van tekst. Het proberen te verlengen van de kijktijd wordt in 5,8% van de video's gedaan. Een voorbeeld hiervan is V20, waarbij de tekst "dus, nu weet je het" aan het begin van de video in beeld komt. Het benadrukken van belangrijke gesproken tekst komt voor in 14,5% van de video's, zoals in V38. Hier wordt de socialemediapost van Dennis Schouten in beeld gebracht terwijl hierover gesproken wordt.

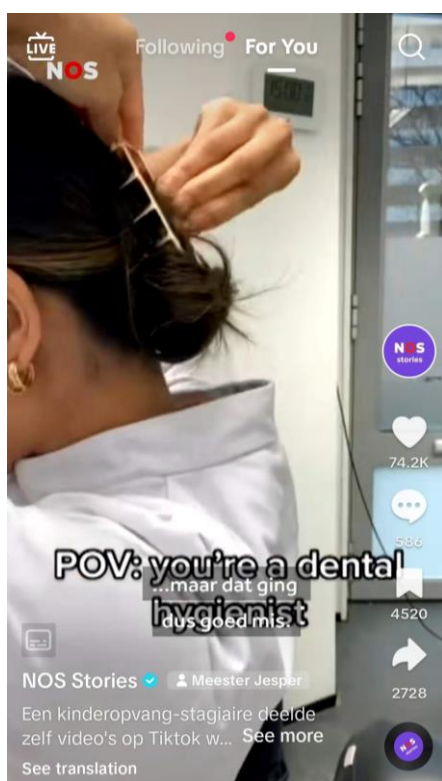
Wat niet gedaan wordt door NOS Stories, is het benadrukken van belangrijke cijfers, details of locaties. In 31,9% van de video's wordt een naam of functie van een spreker in beeld gezet. Een voorbeeld hiervan is terug te vinden in V1, waar een meisje geïnterviewd wordt wiens naam in beeld komt. Tekst gebruikt in een memeformat komt terug in 5,8% van de gevallen, zoals te zien in het voorbeeld uit V13 in Figuur 2.

Een enkele keer wordt de tekst die in beeld komt gebruikt voor verhaalvertelling. Dit is het geval in V41, waar de tekst laat zien hoe Nederland stemde tijdens de Provinciale Statenverkiezing van 2023 ten opzichte van die in 2019. Een verwijzing naar beeldmateriaal komt in 18,8% van de gevallen voor, zoals in V65, waarin beelden van socialemediagebruiker @fcrotterdam gebruikt worden. In 5,8% van de video's wordt een reactie op de video gegeven. Een voorbeeld hiervan is V55. Hier wordt door NOS Stories gewaarschuwd dat de beelden in de video heftig zijn.

Tabel 7

Relatieve frequentie van de tekstcategorieën uit het codeboek van Salb (2021, p. 36)

Code	Relatieve frequentie
Gebruik van tekst	100%
Tekstcategorie	
Videotitel	100%
Verlengen van de kijktijd	5,8%
Benadrukken van belangrijke gesproken tekst	14,5%
Benadrukken van belangrijke cijfers, details of locaties	0%
Labelen van de naam of functie van een spreker	31,9%
Memeformat	5,8%
Verhaalvertelling	1,4%
Bron van het beeldmateriaal	18,8%
Reactie van het account op de video	5,8%



Figuur 2. @nosstories (2023b). Stagiair crèche scheldt kindjes uit en gooit ze om [schermafbeelding door auteur]. TikTok. <https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7189687458458619141>

4.1.2 Ondertiteling

De relatieve frequenties van de ondertitelcategorieën zijn te vinden in Tabel 8. In 98,6% van de video's wordt spraak gebruikt. Alle video's met spraak bevatten ook ondertiteling, die allemaal in dezelfde

onderscheidende stijl opgemaakt zijn. De enige video zonder spraak is V39. Voor deze video is er geen tekst ingesproken, maar is alle informatie te vinden in het bijschrift. Qua invulling van de ondertiteling wordt in 52,2% van de gevallen gekozen alle uitgesproken woorden te ondertitelen. In 46,4% van de video's wordt het grootste deel van de woorden ondertiteld. Wanneer dit het geval is, worden er vaak slechts een paar woorden weggelaten. Ook de video's met gesproken Engelse tekst die in de ondertiteling vertaald is, zijn onder deze categorie geschaard. Deze keuze is gemaakt omdat de gesproken woorden niet één op één vertaald zijn.

Tabel 8

Relatieve frequentie van de ondertitelcategorieën uit het codeboek van Salb (2021, p. 37)

Code	Relatieve frequentie
Spraak	98,6%
Ondertiteling	98,6%
Het gebruik van de ondertiteling	
Alle gesproken woorden inbegrepen	52,2%
Meeste gesproken woorden inbegrepen	46,4%
Alleen belangrijke informatie	0%
Enkele keer	0%
Techniek	
Cc:	0%
Aanhalingstekens	0%
Onderscheidend uiterlijk	98,6%
Zelfde als andere tekst	0%
Geen tekst om mee te vergelijken	0%

4.1.3 Bijschriften

In Tabel 9 zijn de relatieve frequenties van alle bijschriftcategorieën te vinden. 94,2% van de geanalyseerde video's bevatten een bijschrift. In 79,7% van de video's ondersteunt het bijschrift het nieuws dat in de video benoemd wordt. Een voorbeeld hiervan is V56. In het bijschrift staat: "Het gaat goed met de vrouw en de baby." Dit is informatie die ook in de video gegeven wordt.

In de bijschriften van 15,9% van de video's wordt een vraag gesteld. In de meeste van die gevallen is dit ook direct een call-to-action, omdat de kijker gevraagd wordt te reageren. Een voorbeeld hiervan is te vinden in V22, waarin kijkers gevraagd wordt of ze merken dat hun schoolreisjes veranderd zijn door de kosten. De enige video met een vraag in het bijschrift die geen call-to-action is, is V37. Daarin staat namelijk het volgende: "En heb je een hond of kat? Pedigree of Whiskas voor je huisdier moet je ook ergens anders kopen." Dit is een vraag die niet aanspoort tot reageren op de video.

Zoals in 4.1.2 al benoemd is, is er een enkele video waarin alle informatie in het bijschrift gegeven wordt in plaats van in de video. Dat is V39, waarin geen spraak bijgevoegd zit in de video, maar alles in de tekst van het bijschrift is gezet.

Hashtags komen voor in alle video's die een bijschrift hebben. Wanneer alleen de video's met een bijschrift worden meegerekend, worden er gemiddeld 3,03 hashtags per post gebruikt. Eén daarvan is altijd #nosstories of iets vergelijkbaars. De rest zijn altijd hashtags die relevant zijn voor het onderwerp van de video.

In maar twee video's wordt gebruik gemaakt van de tagfunctie. In V13 is meester Jesper aan het woord. Er wordt naar zijn TikTok-profiel doorverwezen door middel van de tagfunctie. De andere keer dat deze functie gebruikt is, is in V32. Hierin wordt de locatie Paramaribo in Suriname getagd. Als hierop geklikt wordt, komen andere video's waarvan is aangegeven dat ze zich in Paramaribo afspelen in beeld.

Tabel 9

Relatieve frequentie van de bijschriftcategorieën uit het codeboek van Salb (2021, pp. 38-39)

Code	Relatieve frequentie
Bijschrift	94,2%
Het doel van het bijschrift	
Ondersteunend	79,7%
Gevatte opmerking die bij de video past	0%
Verhelderende informatie	0%
Vraag	15,9%
Call-to-action	14,5%
Reactie	0%
Bron van beeld	0%
Alle informatie	1,4%
Hashtags	
Hashtags	94,2%
Type hashtags	
Hashtag gerelateerd aan het video-onderwerp	94,2%
Trending hashtag	0%
Hashtag van het nieuwsaccount	94,2%
Getagde accounts	
Getagde accounts	2,9%
Type taggen	
Iets dat in de video verschijnt, is getagd	2,9%

Taggen voor een TikTok-effect	0%
Antwoord	0%
Video-onderwerp of inspiratie	0%

4.2 Resultaten uit model Kuiken et al. – NOS-artikelen

Zoals in 3.3.2 is aangegeven, kan het model van Kuiken et al. opgedeeld worden in twee delen: de lengte en leesbaarheid van de kop en de gebruikte woordsoorten en zinsopbouw (2017, p. 1305). In de volgende sectie zullen de frequenties van deze onderdelen in de koppen van de NOS-artikelen weergegeven worden.

4.2.1 Lengte en leesbaarheid

In Tabel 10 is zien wat de gemiddelde lengte van de koppen en van de woorden in de koppen is. Ook is te zien hoeveel zinnen en hoeveel lettergrepen er gebruikt worden in een kop. Daarnaast is ook de gemiddelde leesbaarheidsscore, berekend volgens de formule voor het Flesch-Kincaid Grade Level te zien. Uit de analyse van de koppen van de artikelen van NOS.nl blijkt dat deze koppen gemiddeld uit 68 karakters, inclusief spaties en leestekens, en 9,57 woorden bestaan. Gemiddeld genomen bestaat een woord in een kop van NOS.nl uit 7,14 karakters en bestaat een kop uit 1,23 zinnen. De koppen bevatten gemiddeld 19,97 lettergrepen.

De gemiddelde leesbaarheidsscore van de geanalyseerde koppen op NOS.nl is 13,01. Deze score staat gelijk aan de dertiende klas in het Amerikaanse schoolstelsel. Het laatste jaar van het Amerikaanse schoolstelsel is klas twaalf (Marriage, 2019). Met deze informatie kan gesteld worden dat klas dertien gelijk staat aan het eerste jaar van de universiteit.

Tabel 10

Gemiddelde lengte van de koppen en woorden, woorden en zinnen per kop en leesbaarheidsniveau

Code	Gemiddelde
Aantal karakters	68
Aantal woorden	9,57
Gemiddelde woordlengte	7,14
Aantal zinnen	1,23
Aantal lettergrepen	19,97
Leesbaarheidsscore	13,01

4.2.2 Woordsoorten en zinsopbouw

De relatieve frequentie van vragen, citaten, signaalwoorden, persoonlijk voornaamwoorden en nummers kan gevonden worden in Tabel 11. Van de koppen van NOS.nl bevat 2,9% een vraag. Een

voorbeeld hiervan is A45 “Vrouw meer werken, man meer zorgen? Overheid begint campagne.” 18,8% van de koppen bevat een citaat (A55 “Witte Huis noemt ‘zombie drug’ ernstige bedreiging voor de volksgezondheid”). In alle koppen met een citaat vormt dit slechts een deel van de kop.

Signaalwoorden komen in 5,8% van de koppen van NOS.nl voor, zoals in A14 “Streekvervoer staakt, dit is wat het betekent voor jouw reis”. In drie verschillende koppen wordt “dit” gebruikt en eenmaal komt “waarom” voor. In 11,6% van de koppen staat een persoonlijk voornaamwoord. Driemaal is het in de eerste persoon enkelvoud, één keer in de tweede persoon enkelvoud en twee persoonlijk voornaamwoorden zijn derde persoon enkelvoud. Persoonlijk voornaamwoorden in de derde persoon meervoud komen drie keer voor: één kop bevat er eentje, een andere kop twee (A16 “Houdverbod voor honden met te korte snuit: ‘Ze lijden onder hun uiterlijk’”). In 27,5% van de koppen staat een numeriek geschreven getal.

Tabel 11

Relatieve frequentie van vragen, citaten, signaalwoorden, voornaamwoorden en nummers

Code	Relatieve frequentie
Bevat een vraag	2,9%
Bevat een citaat	18,8%
Bevat signaalwoorden	5,8%
Bevat persoonlijk voornaamwoorden	11,6%
Bevat een nummer	27,5%

In Tabel 12 is de relatieve frequentie van alle voorkomende woordsoorten als eerste woord te zien. Van alle geanalyseerde koppen op NOS.nl beginnen de meeste (62,3%) met een zelfstandig naamwoord. Met 21,7% begint een significant deel met een bijvoeglijk naamwoord. Voorzetsels (4,3%), bijwoorden (4,3%) en lidwoorden (2,9%) worden slechts sporadisch als eerste woord gebruikt. Onvoltooid deelwoorden, telwoorden en aanwijzend voornaamwoorden (allen 1,4%) komen ieder maar één keer voor als eerste woord van de kop.

Tabel 12

Relatieve frequentie van woordsoorten als eerste woord van de kop

Woordsoort	Relatieve frequentie
Zelfstandig naamwoord	62,3%
Bijvoeglijk naamwoord	21,7%
Voorzetsel	4,3%
Onvoltooid deelwoord	1,4%
Telwoord	1,4%

Bijwoord	4,3%
Lidwoord	2,9%
Aanwijzend voornaamwoord	1,4%

4.3 Resultaten uit model Kuiken et al. – TikTok-video's

Zoals in 3.3.2 is aangegeven, kan het model van Kuiken et al. opgedeeld worden in twee delen: de lengte en leesbaarheid van de kop en de gebruikte woordsoorten en zinsopbouw (2017, p. 1305). In de volgende sectie zullen de frequenties van deze onderdelen in de koppen van de TikTok-video's van NOS Stories getoond worden.

4.3.1 Lengte en leesbaarheid

Uit Tabel 13 kan afgelezen worden wat de gemiddelde lengte van de koppen en van de woorden in de koppen is. Ook kan gezien worden hoeveel zinnen en lettergrepen er gemiddeld per kop gebruikt worden. Verder is de gemiddelde leesbaarheidsscore, berekend volgens de formule voor het Flesch-Kincaid Grade Level te zien. Uit de analyse van de koppen van de TikTok-video's blijkt dat deze koppen gemiddeld uit 44,91 karakters, inclusief spaties en leestekens, en 7,09 woorden bestaan. Gemiddeld genomen bestaat een woord in een kop van NOS Stories uit 5,59 karakters en bestaat een kop uit 1,16 zinnen. De koppen bevatten gemiddeld 12,81 lettergrepen.

De gemiddelde leesbaarheidsscore van de geanalyseerde koppen van NOS Stories is 8,98. Deze score staat gelijk aan de negende klas in het Amerikaanse schoolsysteem. De twaalfde klas is de laatste klas in het Amerikaanse schoolsysteem (Marriage, 2019) en is dus te vergelijken met de Nederlandse zesde klas van de middelbare school. Met die kennis betekent dat de negende klas in het Amerikaanse schoolsysteem gelijk staat aan de derde klas op de middelbare school in het Nederlandse schoolsysteem. Kinderen in de derde klas zijn 14 en 15 jaar oud.

Tabel 13

Gemiddelde lengte van de koppen en woorden, woorden en zinnen per kop en leesbaarheidsniveau

Code	Gemiddelde
Aantal karakters	44,91
Aantal woorden	7,09
Gemiddelde woordlengte	5,59
Aantal zinnen	1,16
Aantal lettergrepen	12,81
Leesbaarheidsscore	8,98

4.3.2 Woordsoorten en zinsopbouw

Tabel 14 toont de relatieve frequentie van vragen, citaten, signaalwoorden, persoonlijk voornaamwoorden en nummers. Zo bevat 15,9 % van de koppen van NOS Stories een vraag en komt in 8,7% van de gevallen een citaat terug in de kop. De citaten vormen altijd slechts een deel van de kop. In 17,4% van de koppen komen signaalwoorden voor. Zes koppen bevatten het woord “waarom”, in drie koppen komt “dit” terug, éénmaal wordt “daarom” aangetroffen en in drie koppen staat “deze”. Eén van de koppen waar “waarom” in staat, staat ook “dit” in. Het gaat hier om kop V55 “Waarom wordt dit een zombiedrug genoemd?”

Persoonlijk voornaamwoorden komen voor in 17,4% van de koppen. Eénmaal is dit eerste persoon enkelvoud, zes keer komt er een voornaamwoord in de tweede persoon enkelvoud voor, de derde persoon enkelvoud komt twee keer terug en één kop bevat een voornaamwoord in de derde persoon meervoud. Twee koppen bevatten twee persoonlijk voornaamwoorden. In V63 (“Klachten over Vinted: 'Ik krijg m'n geld niet'”) staat twee keer een eerste persoon enkelvoud en in V18 (“Weet je waar deze man is? Dan krijg je 30.000 euro”) komt de tweede persoon enkelvoud dubbel voor. In 21,7% van de koppen van NOS Stories komt een numeriek geschreven getal terug.

Tabel 14

Relatieve frequentie van vragen, citaten, signaalwoorden, voornaamwoorden en nummers

Code	Relatieve frequentie
Bevat een vraag	15,9%
Bevat een citaat	8,7%
Bevat signaalwoorden	17,4%
Bevat persoonlijk voornaamwoorden	17,4%
Bevat een nummer	21,7%

In Tabel 15 zijn de relatieve frequenties van de woordsoorten van het eerste woord van de koppen te zien. In iets meer dan de helft van de gevallen (53,6%) is het eerste woord een zelfstandig naamwoord. Bijvoeglijk naamwoorden zijn in 13% van de koppen het eerste woord. Werkwoorden (10,1%), bijwoorden (10,1%) en voorzetsels (5,8%) zijn ook regelmatig aan het begin van een kop te vinden. Aanwijzend voornaamwoorden (2,9%), bezittelijk voornaamwoorden (1,4%), lidwoorden (1,4%) en telwoorden (1,4%) vormen ieder slechts één of twee keer het begin van de kop.

Tabel 15*Relatieve frequentie van woordsoorten van eerste woord van de kop*

Woordsoort	Relatieve frequentie
Zelfstandig naamwoord	53,6%
Bijvoeglijk naamwoord	13,0%
Voorzetsel	5,8%
Telwoord	1,4%
Bijwoord	10,1%
Lidwoord	1,4%
Aanwijzend voornaamwoord	2,9%
Werkwoord	10,1%
Bezittelijk voornaamwoord	1,4%

4.4 Resultaten uit model Kuiken et al. – vergelijking artikelen en video's

Zoals in 3.3.2 is aangegeven, kan het model van Kuiken et al. opgedeeld worden in twee delen: de lengte en leesbaarheid van de kop en de gebruikte woordsoorten en zinsopbouw (2017, p. 1305). In de volgende sectie zullen de frequenties van deze onderdelen in de koppen van de NOS-artikelen en die van de TikTok-video's van NOS Stories vergeleken worden.

4.4.1 Lengte en leesbaarheid

Uit de vergelijking in Tabel 16 blijkt dat de koppen op TikTok zowel qua woordenaantal als aantal karakters een stuk korter zijn dan de koppen op NOS.nl. De koppen op TikTok bevatten 25,9% minder woorden. Daarnaast is te zien dat ook de woorden gemiddeld korter zijn op TikTok. NOS Stories heeft ook een lager gemiddeld aantal zinnen, dus gebruiken ze iets vaker een enkele zin als kop. Ook in het aantal lettergrepen valt op dat dit aantal op TikTok lager is. Op TikTok bevatten de koppen 35,9% minder lettergrepen dan op NOS.nl. Dit aantal komt deels door het lagere woordenaantal per kop, maar ook door de kortere gemiddelde woordlengte op TikTok. Ten slotte kan gezien worden dat het leesbaarheidsniveau van koppen op NOS.nl ongeveer 13 is, wat correspondeert met het eerste jaar van de universiteit, terwijl het niveau van de koppen van NOS Stories rond de 9 ligt, wat ze begrijpelijk maakt voor iemand uit de derde klas van de middelbare school.

Tabel 16*Gemiddelde lengte van de koppen en woorden, woorden en zinnen per kop en leesbaarheidsniveau*

Code	Gemiddelde Artikelen	Gemiddelde TikToks
Aantal karakters	68	44,91
Aantal woorden	9,57	7,09
Gemiddelde woordlengte	7,14	5,59
Aantal zinnen	1,23	1,16
Aantal lettergrepen	19,97	12,81
Leesbaarheidsscore	13,01	8,98

4.4.2 Woordsoorten en zinsopbouw

Tabel 17 laat zien dat de TikTok-koppen een stuk vaker een vraag bevatten dan die van NOS.nl. Ook wordt er meer gebruik gemaakt van signaalwoorden en van persoonlijk voornaamwoorden. De koppen van NOS.nl bevatten daarentegen juist vaker een citaat of een nummer dan de tegenhanger van TikTok.

Tabel 17*Relatieve frequentie van vragen, citaten, signaalwoorden, voornaamwoorden en nummers*

Code	Relatieve frequentie	Relatieve frequentie
	Artikelen	TikToks
Bevat een vraag	2,9%	15,9%
Bevat een citaat	18,8%	8,7%
Bevat signaalwoorden	5,8%	17,4%
Bevat persoonlijk voornaamwoorden	11,6%	17,4%
Bevat een nummer	27,5%	21,7%

Uit Tabel 18 blijkt dat de koppen op NOS.nl minder gevarieerd zijn wat betreft woordsoort van het eerste woord. In 84% van de koppen is het een zelfstandig naamwoord of een bijvoeglijk naamwoord. Bij de koppen op TikTok is dit in 66,6% van de gevallen zo. Wat daarnaast opvalt is dat 10,1% van de koppen van NOS Stories begint met een werkwoord. De koppen van de NOS-artikelen beginnen namelijk nooit met een werkwoord. Verder is er wat betreft eerste woorden op TikTok iets meer variatie. Op TikTok zijn er namelijk negen woordsoorten gebruikt als eerste woord van koppen, terwijl dit er bij NOS.nl acht waren.

Tabel 18*Relatieve frequentie van woordsoorten als eerste woord van de kop*

Woordsoort	Relatieve frequentie	Relatieve frequentie
	Artikelen	TikToks
Zelfstandig naamwoord	62,3%	53,6%
Bijvoeglijk naamwoord	21,7%	13,0%
Voorzetsel	4,3%	5,8%
Onvoltooid deelwoord	1,4%	0%
Telwoord	1,4%	1,4%
Bijwoord	4,3%	10,1%
Lidwoord	2,9%	1,4%
Aanwijzend voornaamwoord	1,4%	2,9%
Werkwoord	0%	10,1%
Bezittelijk voornaamwoord	0%	1,4%

4.5 Conclusie

In dit hoofdstuk zijn de resultaten die uit de methoden van Salb en Kuiken et al. gekomen zijn gepresenteerd. Op het gebied van tekst, bevatten de TikTok-video's dit allemaal. Dit komt doordat ze allemaal een kop hebben. Ook gesproken tekst komt in bijna iedere video voor. In video's met gesproken tekst is dit ook ondertiteld. De meeste video's maken ook gebruik van een bijschrift en iedere video met een bijschrift bevatte hashtags.

Dan de koppen. Qua lengte zijn de koppen op TikTok gemiddeld korter in aantal karakters, woorden en lettergrepen. Ook zijn deze koppen eenvoudiger om te lezen dan de koppen op NOS.nl. Wat betreft het gebruik van clickbaitelementen komen vragen, signaalwoorden en persoonlijk voornaamwoorden vaker terug in de TikTok-koppen, terwijl numerieke getallen en citaten juist vaker in koppen van NOS.nl zitten. Verder is er in de koppen van NOS Stories meer variatie te zien in de woordsoort van het eerste woord in de kop.

In het volgende hoofdstuk zullen de gevonden resultaten besproken worden. Zo wordt er vergeleken met eerder onderzoek en worden de onderzoeksvragen beantwoord. Ook zal er aan bod komen waar de beperkingen in dit onderzoek lagen en worden er enkele suggesties voor toekomstig onderzoek gegeven.

5. Conclusies en Discussie

In dit hoofdstuk zal de betekenis van de resultaten die besproken zijn in hoofdstuk 4 aan bod komen. Aan de hand hiervan zullen de onderzoeksvragen beantwoord worden (5.1). Ook zullen hier de beperkingen van dit onderzoek aan bod komen en manieren waarop dit in de toekomst beter zou kunnen (5.2). Tot slot zullen enkele suggesties voor vervolgonderzoek gegeven worden (5.3).

5.1 Beantwoording van de onderzoeksvragen

Traditionele nieuwmedia hebben na de opkomst van het internet een daling gezien in het aantal lezers (García-Avilés, 2021, p. 6). Door meer gebruik te maken van sociale media proberen ze jongeren, die over het algemeen geen grote nieuwsconsumenten zijn, te bereiken (Geers, 2020, p. 349). Met de groei van TikTok de afgelopen tijd (Newman et al., 2022, p. 24) zetten nieuwmedia steeds meer in op TikTok. Ook dit jaar zal er meer activiteit op TikTok zijn vanuit nieuwmedia dan voorheen (Newman, 2023, p. 4). Een van deze nieuwmedia op TikTok is NOS Stories, dat zich focust op het brengen van nieuws naar jongeren. Uit de analyse kwam naar voren dat NOS Stories veel gebruik maakt van de functies die TikTok aanbiedt.

In alle video's van NOS Stories was tekst te zien, wat niet overeenkomt met eerder onderzoek naar het gebruik van de features van TikTok (Salb, 2021, p. 43). Waar het wel overeenkomt, zijn de meest gebruikte categorieën voor de tekst. Zo is tekst gebruiken als kop voor de video het vaakst aanwezig, met daarna het benoemen van de naam en functie van een spreker (Salb, 2021, pp. 44-45).

Op het gebied van ondertiteling kan geconcludeerd worden dat dit altijd gebruikt wordt wanneer er gesproken tekst aanwezig is. Dit geeft aan dat de redactie van NOS Stories waarde hecht aan ondertiteling, wat ook als belangrijk naar voren komt in eerder onderzoek (Salb, 2021, pp. 53-54). In het geval van NOS Stories bestond de ondertiteling vaak uit alle gesproken woorden of bijna alle gesproken woorden. De ondertiteling heeft altijd dezelfde, onderscheidende stijl.

Bij bijna iedere video zit een bijschrift toegevoegd. Dit bijschrift geeft over het algemeen extra informatie bij de video en bevat meerdere relevante hashtags. Dit is in overeenstemming met eerder onderzoek (Salb, 2021, pp. 56-61; Vázquez-Herrero et al., 2022, p. 9).

Met deze informatie kan er antwoord gegeven worden op de eerste onderzoeksvraag: 'Hoe maken de TikTok-video's van NOS Stories gebruik van de TikTok-elementen tekst, ondertiteling en bijschriften?' De TikTok-video's van NOS Stories volgen op het gebied van de TikTok-elementen tekst, ondertiteling en bijschriften een redelijk strakke formule. Zo begint iedere video met een kop in beeld en worden sprekers met naam en functie in beeld omschreven. Indien nodig wordt de bron van het beeldmateriaal vermeld. Zo goed als iedere video bevat gesproken tekst, die altijd ondertiteld wordt. Voor de ondertiteling wordt geprobeerd alle gesproken woorden erin te zetten. In de gevallen dat er in een andere taal gesproken wordt of woorden herhaald worden binnen de zin, wordt ervoor gekozen dit niet één op één in de ondertiteling te zetten. Hierbij wordt wel zo dicht als kan bij de originele tekst

gebleven. De meeste video's van NOS Stories bevatten een bijschrift. Dit bijschrift is in de meeste gevallen ondersteunende informatie bij de video, maar in enkele gevallen wordt ook een vraag aan de kijker gesteld. Dit gebeurt vermoedelijk om engagement te stimuleren. Ieder bijschrift bevat ook hashtags. Over het algemeen zijn dit er drie. Twee daarvan zijn relevant voor het onderwerp en de laatste is #nosstories. NOS Stories tagt zo goed als nooit andere accounts in het bijschrift.

Wat betreft de koppen, is gesteld dat de koppen op TikTok gemiddeld korter en leesbaarder zijn dan die op NOS.nl. Dit gaat in tegen een eerdere conclusie dat langere koppen succesvoller werken om lezers naar een nieuwsitem te trekken (Kuiken et al., 2017, pp. 1311-1312). Dit verschil zou verklaard kunnen worden door het feit dat de focus in het onderzoek van Kuiken et al. lag op koppen op Blendle. Dat platform richt zich meer op volwassenen, terwijl NOS Stories juist nieuws naar jongeren probeert te brengen.

Op het gebied van clickbaitelementen komen vragen en signaalwoorden veel vaker voor in de koppen op TikTok dan in de koppen op NOS.nl. Ook staan er vaker persoonlijk voornaamwoorden in de koppen van NOS Stories. Daarentegen staan er juist vaker citaten en numerieke getallen in de koppen van NOS.nl. Het feit dat er meer signaalwoorden, vragen en persoonlijk voornaamwoorden in de koppen op TikTok staan is in overeenstemming met eerder onderzoek (Kuiken et al., 2017, p. 1312; Lamot et al., 2022, p. 7). Toch spreekt het lagere aantal citaten en numerieke getallen ditzelfde onderzoek juist tegen (Kuiken et al., 2017, p. 1312; Lamot et al., 2022, p. 7). Dit kan verklaard worden door het feit dat het gebruik van clickbaitelementen erg mediumafhankelijk is (Park et al., 2021, pp. 9-10).

Met deze informatie is het mogelijk de tweede onderzoeksvraag te beantwoorden: 'Hoe verschillen de koppen, die als tekst op de video's van NOS Stories staan, van de koppen boven de artikelen over hetzelfde onderwerp van NOS.nl?' Over het algemeen zijn de koppen van NOS Stories flink korter dan de koppen op NOS.nl. Ze bevatten minder woorden en zinnen en ook zijn de woorden gemiddeld korter. De koppen van NOS Stories scoren ook beter op gebied van leesbaarheid. Wat betreft clickbaitelementen wordt er bij de koppen op NOS.nl meer ingezet op numerieke getallen en citaten. De koppen op TikTok maken daarentegen meer gebruik van signaalwoorden, vragen en persoonlijk voornaamwoorden. Qua woordsoort van het eerste woord beginnen de koppen op beide platforms meestal met een zelfstandig naamwoord of een bijvoeglijk naamwoord. Daarbij moet wel gezegd worden dat dit percentage op TikTok lager ligt, waardoor er iets meer variatie in het eerste woord zit. Met name de hoeveelheid werkwoorden en bijwoorden als eerste woord van de kop is daar opvallend te noemen.

5.2 Beperkingen

Tijdens het uitvoeren van het onderzoek is tegen een aantal beperkingen aangelopen. De eerste daarvan is dat er voor dit kwantitatieve onderzoek geen gebruik is gemaakt van extra codeurs. Doordat het coderen met de hand gedaan is, blijft de kans aanwezig dat er bij het coderen subjectiviteit opgetreden

is. Deze subjectiviteit is uit het codeerproces te werken door meerdere codeurs te gebruiken. Op die manier wordt de bias van één codeur er door de overige codeurs uit gewerkt (Hopmann, 2002, p. 71).

Iets anders waar tegenaan gelopen werd, is dat het corpus op twee verschillende momenten verzameld is. De video's van januari tot en met maart werden op 18 april 2023 en die van april op 16 juli 2023 verzameld. Dit heeft ervoor gezorgd dat het aantal video's uit april 2023 een stuk hoger ligt dan uit de andere maanden. Deze video's stonden op het moment van verzamelen namelijk langer online, waardoor deze vaker bekeken zijn. De video's van maart stonden pas een paar weken op TikTok, waardoor de video's minder tijd hadden om de ondergrens van 400.000 kijkers te bereiken.

Een volgend probleem is het gebrek aan interviews. Het uitvoeren van interviews op de redactie van NOS Stories had dit onderzoek sterker gemaakt. In dat geval had gezegd kunnen worden of de vormgeving van de TikTok-video's zoals uit de analyse naar voren gekomen is een bewuste keuze is geweest of dat de patronen toevallig zijn.

Nog een probleem waar tegenaan gelopen is, heeft te maken met de leesbaarheidsscore. Zo is de Flesch-Kincaid Grade Level-formule gebaseerd op de Engelse taal, maar zijn de koppen geanalyseerd in dit onderzoek allen in het Nederlands geschreven. Doordat samenstellingen in het Nederlands aan elkaar worden geschreven, waar deze in het Engels juist los van elkaar staan, hebben Nederlandse teksten over het algemeen langere woorden. Teksten met aan elkaar geschreven samenstellingen krijgen een hogere score uit de Flesch-Kincaid Grade Level-formule en zijn dus lastiger te begrijpen. De formule houdt geen rekening met andere talen, wat wel zou moeten.

Als laatste is er een probleem met de verenigbaarheid tussen de leesbaarheidstest en koppen. In koppen worden lidwoorden vaak weggelaten. Ook korte werkwoorden, zoals 'is' kunnen weggelaten worden zonder dat de boodschap verandert. Het weglaten van dit soort korte woorden maakt het zo dat er uit de Flesch-Kincaid Grade Level-formule een hoger getal komt dan wanneer de korte woorden nog wel in de tekst stonden.

5.3 Suggesties voor toekomstig onderzoek

Een suggestie voor vervolgonderzoek is om interviews te houden met redactieleden van NOS Stories. Op deze manier kan achterhaald worden of de patronen die uit dit onderzoek gebleken zijn bewust toegepast worden of dat dit toevallig gebeurt. Met die kennis kunnen de strategieën die NOS Stories toepast vastgelegd worden.

Wat vervolgens ook interessant zou zijn, is bepalen of er verschil zit in tekstelementen tussen succesvolle en minder succesvolle video's. Dit zou kunnen door de video's met veel interacties te vergelijken met video's met weinig interacties. In het geval dat de opbouw van de video's significant verschilt, zou dit aangewezen kunnen worden als een oorzaak. Wanneer dit niet het geval is, ligt de oorzaak waarschijnlijk bij het onderwerp van de video. Hoe dan ook is het vergelijken van video-onderwerpen hierbij noodzakelijk.

Waar dit onderzoek zich voornamelijk gefocust heeft op tekstuele elementen van de TikTok-video's, kunnen ook beeld en geluid veel zeggen over hoe een medium als NOS Stories gebruik maakt van TikTok. Dit moet dan ook zeker geanalyseerd worden om tot volledige strategieën te komen voor succesvolle TikTok-video's.

Referenties

- @nosstories. (2023a, januari 16). Simon (15) laat zijn huiswerk maken door een app. TikTok.
<https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7189334338368998661>
- @nosstories. (2023b, januari 17). *Stagiair crèche scheldt kindjes uit en gooit ze om*. TikTok.
<https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7189687458458619141>
- Al-Rawi, A., Al-Musalli, A., & Fakida, A. (2021). News Values on Instagram: A Comparative Study of International News. *Journalism and Media*, 2(2), Article 2.
<https://doi.org/10.3390/journalmedia2020018>
- Anderson, K. E. (2020). Getting acquainted with social networks and apps: It is time to talk about TikTok. *Library Hi Tech News*, 37(4), 7-12. <https://doi.org/10.1108/LHTN-01-2020-0001>
- Birney, A. (2023, mei 18). *What is the maximum length for a TikTok video in 2023?* Android Authority. <https://www.androidauthority.com/how-long-are-tiktok-videos-3163309/>
- Boczkowski, P. J., Mitchelstein, E., & Matassi, M. (2018). “News comes across when I’m in a moment of leisure”: Understanding the practices of incidental news consumption on social media. *New Media & Society*, 20(10), 3523-3539. <https://doi.org/10.1177/1461444817750396>
- Eleyan, D., Othman, A., & Eleyan, A. (2020). Enhancing Software Comments Readability Using Flesch Reading Ease Score. *Information*, 11(9), Article 9.
<https://doi.org/10.3390/info11090430>
- García-Avilés, J.-A. (2021). Review article: Journalism innovation research, a diverse and flourishing field (2000-2020). *Profesional de La Información*, 30(1), Article 1.
<https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.10>
- Geers, S. (2020). News Consumption across Media Platforms and Content: A Typology of Young News Users. *Public Opinion Quarterly*, 84(S1), 332-354. <https://doi.org/10.1093/poq/nfaa010>
- Groot Kormelink, T., & Klein Gunnewiek, A. (2022). From “Far Away” to “Shock” to “Fatigue” to “Back to Normal”: How Young People Experienced News During the First Wave of the COVID-19 Pandemic. *Journalism Studies*, 23(5-6), 669-686.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1932560>

- Hase, V., Boczek, K., & Scharkow, M. (2022). Adapting to Affordances and Audiences? A Cross-Platform, Multi-Modal Analysis of the Platformization of News on Facebook, Instagram, TikTok, and Twitter. *Digital Journalism*, 0(0), 1-22.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2128389>
- Hendrickx, J. (2021). The Rise of Social Journalism: An Explorative Case Study of a Youth-oriented Instagram News Account. *Journalism Practice*.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2021.2012500>
- Hendrickx, J., Van Remoortere, A., & Opgenhaffen, M. (2023). News packaging during a pandemic: A computational analysis of news diffusion via Facebook. *Discourse & Communication*, 17504813231177280. <https://doi.org/10.1177/17504813231177280>
- Hopmann. (2002). Negotiating Data: Reflections on the Qualitative and Quantitative Analysis of Negotiation Processes. *International Negotiation*, 7(1), 67-85.
<https://doi.org/10.1163/157180602401262438>
- Huang, E. (2009). The Causes of Youths' Low News Consumption and Strategies for Making Youths Happy News Consumers. *Convergence*, 15(1), 105-122.
<https://doi.org/10.1177/1354856508097021>
- Kincaid, J. P., Fishburne, Jr., Robert P., R., Richard L., C., & Brad S. (1975). *Derivation of New Readability Formulas (Automated Readability Index, Fog Count and Flesch Reading Ease Formula) for Navy Enlisted Personnel*: Defense Technical Information Center.
<https://doi.org/10.21236/ADA006655>
- Klug, D., & Autenrieth, U. (2022). *Struggle for Strategy. Presence, Practices, and Communicative Strategies of Legacy News Providers on TikTok*. MediArXiv.
<https://doi.org/10.33767/osf.io/m3ztq>
- Kuiken, J., Schuth, A., Spitters, M., & Marx, M. (2017). Effective Headlines of Newspaper Articles in a Digital Environment. *Digital Journalism*, 5.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1279978>

- Lamot, K., Kreutz, T., & Opgenhaffen, M. (2022). “We Rewrote This Title”: How News Headlines Are Remediated on Facebook and How This Affects Engagement. *Social Media + Society*, 8(3), 20563051221114828. <https://doi.org/10.1177/20563051221114827>
- Larsson, A. O. (2018). “I Shared the News Today, oh Boy”: News provision and interaction on Facebook. *Journalism Studies*, 19(1), 43-61. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1154797>
- Marriage, R. (2019, november 14). *The US education system explained: From K-12 to Advanced Placement | Education Guides | Relocate magazine*. Relocate Global. <https://www.relocatemagazine.com/education-the-us-education-system-explained-rebecca-marriage>
- Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. J. (2009). Between tradition and change: A review of recent research on online news production. *Journalism*, 10(5), 562-586. <https://doi.org/10.1177/1464884909106533>
- Neuendorf, K. A. (2017). *The Content Analysis Guidebook*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781071802878>
- Newman, N. (2023, januari 10). *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2023*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2023>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>
- NOS. (2023a, februari 15). *Kamer wil TikTok verbieden op werktelefoons van rijksambtenaren*. NOS. <https://nos.nl/artikel/2463929-kamer-wil-tiktok-verbieden-op-werktelefoons-van-rijksambtenaren>
- NOS. (2023b, februari 27). *Canadese regering verbiedt TikTok op werktelefoons ambtenaren*. NOS. <https://nos.nl/artikel/2465538-canadese-regering-verbiedt-tiktok-op-werktelefoons-ambtenaren>

- NOS. (2023c, maart 10). *Ook in België Tiktok-verbod voor rijksambtenaren*. NOS.
<https://nos.nl/artikel/2466949-ook-in-belgie-tiktok-verbod-voor-rijksambtenaren>
- NOS Stories (@nosstories) Official. (z.d.). TikTok. Geraadpleegd 20 maart 2023, van
<https://www.tiktok.com/@nosstories>
- @nosstories. (2023a, januari 16). *Simon (15) laat zijn huiswerk maken door een app*. TikTok.
<https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7189334338368998661>
- @nosstories. (2023b, januari 17). *Stagiair crèche scheldt kindjes uit en gooit ze om*. TikTok.
<https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7189687458458619141>
- Park, K., Kwak, H., An, J., & Chawla, S. (2021). *How-to Present News on Social Media: A Causal Analysis of Editing News Headlines for Boosting User Engagement* (arXiv:2009.08100).
 arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2009.08100>
- Salb, S. F. (2021). *#NewsOnTikTok: A content analysis of the use of text elements by legacy news media on TikTok*. <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:mau:diva-47120>
- Small, G. W., Lee, J., Kaufman, A., Jalil, J., Siddarth, P., Gaddipati, H., Moody, T. D., & Bookheimer, S. Y. (2020). Brain health consequences of digital technology use. *Dialogues in Clinical Neuroscience*, 22(2), 179-187. <https://doi.org/10.31887/DCNS.2020.22.2/gsmall>
- Swart, J. (2021). Experiencing Algorithms: How Young People Understand, Feel About, and Engage With Algorithmic News Selection on Social Media. *Social Media + Society*, 7(2), 20563051211008828. <https://doi.org/10.1177/20563051211008828>
- Valenzuela, S., Bachmann, I., & Aguilar, M. (2019). Socialized for News Media Use: How Family Communication, Information-Processing Needs, and Gratifications Determine Adolescents' Exposure to News. *Communication Research*, 46(8), 1095-1118.
<https://doi.org/10.1177/0093650215623833>
- Van der Linden, A. (2022, december 23). *Hoe gevaarlijk is TikTok?* NOS Nieuwsuur.
<https://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2457547-hoe-gevaarlijk-is-tiktok>
- Vázquez-Herrero, J., Direito-Rebollal, S., & López-García, X. (2019). Ephemeral Journalism: News Distribution Through Instagram Stories. *Social Media + Society*, 5(4), 2056305119888657.
<https://doi.org/10.1177/2056305119888657>

- Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M.-C., & López-García, X. (2022). Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok. *Journalism*, 23(8), 1717-1735.
<https://doi.org/10.1177/1464884920969092>
- Weber, M. S. (2017). The tumultuous history of news on the web. In N. Brügger & R. Schroeder, *The Web as History. Using Web Archives to Understand the Past and the Present* (pp. 83-100). UCL Press.
- Welbers, K., & Opgenhaffen, M. (2018). Presenting news on social media: Media logic in the communication style of newspapers on Facebook. *Digital Journalism*, 7(1), 45-62.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1493939>
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media & Society*, 24(8), 1872-1890.
<https://doi.org/10.1177/1461444820983603>

Bijlage A – Corpus NOS-artikelen

Tabel 19

Het corpus van artikelen van NOS.nl

No	Kop	Link	Publicatiedatum
1	Racistische teksten op Erasmusbrug tijdens aftelmoment	https://nos.nl/artikel/2458357-racistische-teksten-op-erasmusbrug-tijdens-aftelmoment	1 januari 2023
2	Cristiano Ronaldo gepresenteerd bij Al-Nassr: 'Mijn werk in Europa was klaar'	https://nos.nl/artikel/2458598-cristiano-ronaldo-gepresenteerd-bij-al-nassr-mijn-werk-in-europa-was-klaar	3 januari 2023
3	CBR: actie nodig tegen georganiseerde 'voorzegfraude' bij theorie-examens	https://nos.nl/artikel/2458673-cbr-actie-nodig-tegen-georganiseerde-voorzegfraude-bij-theorie-examens	4 januari 2023
4	Circusartiest valt bij optreden van grote hoogte naar beneden in Haarlem	https://nos.nl/artikel/2458723-circusartiest-valt-bij-optreden-van-grote-hoogte-naar-beneden-in-haarlem	4 januari 2023
5	6-jarige jongen in VS schiet zijn lerares neer na woordenwisseling	https://nos.nl/artikel/2458939-6-jarige-jongen-in-vs-schiet-zijn-lerares-neer-na-woordenwisseling	7 januari 2023
6	Spermakwaliteit holt achteruit door plastic, maar strengere EU-wetten blijven nog uit	https://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2459212-spermakwaliteit-holt-achteruit-door-plastic-maar-strengere-eu-wetten-blijven-nog-uit	9 januari 2023
7	Grootste islamitische begraafplaats van Nederland gaat open	https://nos.nl/artikel/2459244-grootste-islamitische-begraafplaats-van-nederland-gaat-open	9 januari 2023
8	11-jarig meisje omgekomen bij schietpartij in Antwerpen	https://nos.nl/artikel/2459281-11-jarig-meisje-omgekomen-bij-schietpartij-in-antwerpen	9 januari 2023
9	Politieactie op A27 had te maken met ontvoering van 15-jarige jongen	https://nos.nl/artikel/2459360-politieactie-op-a27-had-te-maken-met-ontvoering-van-15-jarige-jongen	10 januari 2023
10	Brabants museum heeft mogelijk wereldnieuws in handen met dino-embryo	https://nos.nl/artikel/2459528-brabants-museum-heeft-mogelijk-wereldnieuws-in-handen-met-dino-embryo	12 januari 2023

11	Dankzij 3D-animatie aanhouding in coldcasezedenzaak	https://nos.nl/artikel/2460105-dankzij-3d-animatie-aanhouding-in-coldcasezedenzaak	16 januari 2023
12	ChatGPT glipt langs docenten: 'Ik gebruik het om snel huiswerk te maken'	https://nos.nl/artikel/2460020-chatgpt-glipt-langs-docenten-ik-gebruik-het-om-snel-huiswerk-te-maken	16 januari 2023
13	Stagiaire crèche Amsterdam verspreidde ongepast filmpje van kinderen	https://nos.nl/artikel/2460181-stagiaire-creche-amsterdam-verspreidde-ongepast-filmpje-van-kinderen	17 januari 2023
14	Streekvervoer staakt, dit is wat het betekent voor jouw reis	https://nos.nl/artikel/2460339-streekvervoer-staakt-dit-is-wat-het-betekent-voor-jouw-reis	18 januari 2023
15	Jongen (15) mist de bus en pakt de auto van zijn ouders	https://nos.nl/artikel/2460519-jongen-15-mist-de-bus-en-pakt-de-auto-van-zijn-ouders	20 januari 2023
16	Houdverbod voor honden met te korte snuit: 'Ze lijden onder hun uiterlijk'	https://nos.nl/artikel/2460520-houdverbod-voor-honden-met-te-korte-snuit-ze-lijden-onder-hun-uitelijik	20 januari 2023
17	Pratende M&M's 'te woke', verdwijnen uit reclamespotjes in Verenigde Staten	https://nos.nl/artikel/2461049-pratende-m-and-m-s-te-woke-verdwijnen-uit-reclamespotjes-in-verenigde-staten	24 januari 2023
18	Beloning van 30.000 euro voor gouden tip moord Zwijndrecht	https://nos.nl/artikel/2461096-beloning-van-30-000-euro-voor-gouden-tip-moord-zwijndrecht	24 januari 2023
19	Belgen blunderen met vlag bij bezoek Rutte, De Croo zet situatie recht	https://nos.nl/artikel/2461193-belgen-blunderen-met-vlag-bij-bezoek-rutte-de-croo-zet-situatie-recht	25 januari 2023
20	Justin Bieber verkoopt muziekrechten voor megabedrag	https://nos.nl/artikel/2461098-justin-bieber-verkoopt-muziekrechten-voor-megabedrag	24 januari 2023
21	OM zwakt verdenking in mishandelingszaak tegen Lil Kleine af	https://nos.nl/artikel/2461207-om-zwakt-verdenking-in-mishandelingszaak-tegen-lil-kleine-af	25 januari 2023
22	Geen pretpark, maar dierentuin: schoolreisjes dit jaar minder spectaculair	https://nos.nl/artikel/2461799-geen-pretpark-maar-dierentuin-schoolreisjes-dit-jaar-minder-spectaculair	30 januari 2023

23	Streekvervoer gaat opnieuw staken vanaf maandag	https://nos.nl/artikel/2461839-streekvervoer-gaat-opnieuw-staken-vanaf-maandag	30 januari 2023
24	Na sterk WK met Marokko krijgen Ziyech en Amrabat hun toptransfers nét niet	https://nos.nl/artikel/2462043-na-sterk-wk-met-marokko-krijgen-ziyech-en-amrabat-hun-toptransfers-net-niet	1 februari 2023
25	China keurt neerhalen 'spionageballon' door VS af: 'Overduidelijke overreactie'	https://nos.nl/artikel/2462533-china-keurt-neerhalen-spionageballon-door-vs-af-overduidelijke-overreactie	4 februari 2023
26	Jongen na dreiging met schietpartij op school in Rijswijk aangehouden	https://nos.nl/artikel/2462559-jongen-na-dreiging-met-schietpartij-op-school-in-rijswijk-aangehouden	5 februari 2023
27	Zware aardbeving treft Turkije en Syrië, 1200 doden en duizenden gewonden	https://nos.nl/collectie/13922/artikel/2462718-zware-aardbeving-treft-turkije-en-syrie-1200-doden-en-duizenden-gewonden	6 februari 2023
28	Amalia over bedreigingen en zware beveiliging: 'Ik heb het nog steeds heel moeilijk'	https://nos.nl/artikel/2463179-amalia-over-bedreigingen-en-zware-beveiliging-ik-heb-het-nog-steeds-heel-moeilijk	10 februari 2023
29	13-jarige jongen opgepakt voor brandstichting op school Roermond	https://nos.nl/artikel/2463546-13-jarige-jongen-opgepakt-voor-brandstichting-op-school-roermond	12 februari 2023
30	Rotterdamse snack kapsalon viert twintigste verjaardag	https://nos.nl/artikel/2464018-rotterdamse-snack-kapsalon-viert-twintigste-verjaardag	16 februari 2023
31	Spanje verruimt transgenderrechten en voert betaald menstruatieverlof in	https://nos.nl/artikel/2464077-spanje-verruimt-transgenderrechten-en-voert-betaald-menstruatieverlof-in	16 februari 2023
32	Chaos bij onlusten in Suriname, betogers dringen parlement binnen	https://nos.nl/artikel/2464203-chaos-bij-onlusten-in-suriname-betogers-dringen-parlement-binnen	17 februari 2023
33	Marokkaanse zanger Saad Lamjarred moet in Frankrijk cel in voor verkrachting	https://nos.nl/artikel/2465154-marokkaanse-zanger-saad-lamjarred-moet-in-frankrijk-cel-in-voor-verkrachting	24 februari 2023
34	Megagevangenis geopend in El Salvador: plaats voor 40.000 gevangenen	https://nos.nl/artikel/2465162-megagevangenis-geopend-in-el-salvador-plaats-voor-40-000-gevangenen	24 februari 2023

35	Noorderlicht goed te zien boven Nederland: 'Relatief zeldzaam'	https://nos.nl/artikel/2465431-noorderlicht-goed-te-zien-boven-nederland-relatief-zeldzaam	27 februari 2023
36	Topvoetballer Hakimi beschuldigd van verkrachting, politie start onderzoek	https://nos.nl/artikel/2465525-topvoetballer-hakimi-beschuldigd-van-verkrachting-politie-start-onderzoek	27 februari 2023
37	Jumbo koopt geen Mars- producten in vanwege 'te hoge prijsstijgingen'	https://nos.nl/artikel/2465750-jumbo-koopt-geen-mars-producten-in-vanwege-te-hoge-prijsstijgingen	1 maart 2023
38	Youtuber Dennis Schouten gewond na steekpartij in Enschede	https://nos.nl/artikel/2466118-youtuber-dennis-schouten-gewond-na-steekpartij-in-enschede	4 maart 2023
39	Mats (19) overlijdt na metro- ongeluk, redt vijf levens met orgaandonatie	https://nos.nl/artikel/2466131-mats-19-overlijdt-na-metro-ongeluk-redt-vijf-levens-met-orgaandonatie	4 maart 2023
40	Politieactie bij school in Den Bosch afgelopen: 'Geen vuurwapen aangetroffen'	https://nos.nl/artikel/2467306-politieactie-bij-school-in-den-bosch-afgelopen-geen-vuurwapen-aangetroffen	13 maart 2023
41	BBB nu in alle provincies de grootste partij geworden	https://nos.nl/collectie/13923/artikel/2467782-bbb-nu-in-alle-provincies-de-grootste-partij-geworden	17 maart 2023
42	Voetballer Vloet erkent drankgebruik voor dodelijk ongeluk, OM eist 3,5 jaar cel	https://nos.nl/artikel/2468181-voetballer-vloet-erkent-drankgebruik-voor-dodelijk-ongeluk-om-eist-3-5-jaar-cel	20 maart 2023
43	Vanaf volgende week statiegeld op blik, 'ongelooflijke operatie'	https://nos.nl/artikel/2468790-vanaf-volgende-week-statiegeld-op-blik-ongelooflijke-operatie	25 maart 2023
44	Nog meer chaos in Libanon: zomertijd maand uitgesteld	https://nos.nl/artikel/2468862-nog-meer-chaos-in-libanon-zomertijd-maand-uitgesteld	25 maart 2023
45	Vrouw meer werken, man meer zorgen? Overheid begint campagne	https://nos.nl/artikel/2469098-vrouw-meer-werken-man-meer-zorgen-overheid-begint-campagne	27 maart 2023
46	Tieners maken programma voor opsporing van longkanker, 'heel knap voor jongens van 17'	https://nos.nl/artikel/2469608-tieners-maken-programma-voor-opsporing-van-longkanker-heel-knap-voor-jongens-van-17	31 maart 2023

47	Diepste vis ooit gefilmd voor de kust van Japan	https://nos.nl/artikel/2469974-diepste-vis-ooit-gefilmd-voor-de-kust-van-japan	3 april 2023
48	Een dode door treinongeval bij Voorschoten, 19 mensen naar het ziekenhuis	https://nos.nl/collectie/13925/artikel/2470072-een-dode-door-treinongeval-bij-voorschoten-19-mensen-naar-het-ziekenhuis	4 april 2023
49	Oud-president Trump zegt onschuldig te zijn aan 34 strafbare feiten	https://nos.nl/artikel/2470171-oud-president-trump-zegt-onschuldig-te-zijn-aan-34-strafbare-feiten	4 april 2023
50	Gorilla Bokito (27) tijdens narcose doodgegaan in Diergaarde Blijdorp	https://nos.nl/artikel/2470274-gorilla-bokito-27-tijdens-narcose-doodgegaan-in-diergaarde-blijdorp	5 april 2023
51	Musical The Bodyguard in Manchester stilgelegd om luid meeblerende toeschouwers	https://nos.nl/artikel/2470724-musical-the-bodyguard-in-manchester-stilgelegd-om-luid-meeblerende-toeschouwers	9 april 2023
52	Moeder aangeklaagd van jongetje (6) dat basisschooljuf neerschoot in VS	https://nos.nl/artikel/2470967-moeder-aangeklaagd-van-jongetje-6-dat-basisschooljuf-neerschoot-in-vs	11 april 2023
53	Pink tax: waarom een scheermes voor vrouwen duurder is dan voor mannen	https://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2471052-pink-tax-waarom-een-scheermes-voor-vrouwen-duurder-is-dan-voor-mannen	11 april 2023
54	Taaltips LAKS: geen 'jongens en meisjes' en 'excellente school' meer	https://nos.nl/artikel/2471107-taaltips-laks-geen-jongens-en-meisjes-en-excellente-school-meer	12 april 2023
55	Witte Huis noemt 'zombie drug' ernstige bedreiging voor de volksgezondheid	https://nos.nl/artikel/2471194-witte-huis-noemt-zombie-drug-ernstige-bedreiging-voor-de-volksgezondheid	12 april 2023
56	Vrouw bevalt op afrit A13 van dochter, geholpen door verloskundige	https://nos.nl/artikel/2471692-vrouw-bevalt-op-afrit-a13-van-dochter-geholpen-door-verloskundige	16 april 2023
57	Zwarte tiener die bij verkeerde deur stond neergeschoten, Amerikaan aangeklaagd	https://nos.nl/artikel/2471838-zwarte-tiener-die-bij-verkeerde-deur-stond-neergeschoten-amerikaan-aangeklaagd	18 april 2023

58	Een chatbot die in het echt wil afspreken? Ook Snapchat vindt het wat ver gaan	https://nos.nl/artikel/2472026-een-chatbot-die-in-het-echt-wil-afspreken-ook-snapchat-vindt-het-wat-ver-gaan	19 april 2023
59	Ruim tien jaar na Fyra-debacle rijdt de allernieuwste intercity op het spoor	https://nos.nl/artikel/2472003-ruim-tien-jaar-na-fyra-debacle-rijdt-de-allernieuwste-intercity-op-het-spoor	19 april 2023
60	Drentse verpleegkundige opgepakt voor betrokkenheid bij dood patiënten	https://nos.nl/artikel/2472142-drentse-verpleegkundige-opgepakt-voor-betrokkenheid-bij-dood-patienten	20 april 2023
61	Einde aan onzekerheid voor moslims: vandaag Suikerfeest	https://nos.nl/artikel/2472163-einde-aan-onzekerheid-voor-moslims-vandaag-suikerfeest	20 april 2023
62	Inez Weski, advocaat Taghi, aangehouden om deelname criminele organisatie	https://nos.nl/collectie/13809/artikel/2472284-inez-weski-advocaat-taghi-aangehouden-om-deelname-criminele-organisatie	21 april 2023
63	Modemarktplaats Vinted worstelt met terugbetalen klanten	https://nos.nl/artikel/2472328-modemarktplaats-vinted-worstelt-met-terugbetalen-klanten	21 april 2023
64	Nieuwe barbiepop met downsyndroom moet stigmatisering bestrijden	https://nos.nl/artikel/2472833-nieuwe-barbiepop-met-downsyndroom-moet-stigmatisering-bestrijden	25 april 2023
65	Dit was het bezoek van de koninklijke familie aan Rotterdam	https://nos.nl/artikel/2473026-dit-was-het-bezoek-van-de-koninklijke-familie-aan-rotterdam	27 april 2023
66	Massadonor met honderden kinderen moet stoppen met verstrekken sperma	https://nos.nl/artikel/2473100-massadonor-met-honderden-kinderen-moet-stoppen-met-verstrekken-sperma	28 april 2023
67	Agent die bij boerenprotest op trekker schoot vervolgd voor poging tot doodslag	https://nos.nl/artikel/2473133-agent-die-bij-boerenprotest-op-trekker-schoot-vervolgd-voor-poging-tot-doodslag	28 april 2023
68	Illegale rave zet Belgische gemeente nog een nacht op stellen, 'nu 10.000 feestgangers'	https://nos.nl/artikel/2473353-illegale-rave-zet-belgische-gemeente-nog-een-nacht-op-stellen-nu-10-000-feestgangers	30 april 2023

69	Benzema produceert derde hatrick van de maand, 15- jarige debutant bij Barcelona	https://nos.nl/artikel/2473304-benzema- produceert-derde-hatrick-van-de-maand-15- jarige-debutant-bij-barcelona	29 april 2023
----	--	---	---------------

Bijlage B – Corpus TikTok-video's

Tabel 20

Het corpus met TikTok-video 's van NOS Stories

No	Kop	Link	Publicatie- datum
1	Racisme op de Erasmusbrug: 'Ik wist niet wat ik zag'	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7183737384381549830	1 januari 2023
2	Waarom doet Ronaldo's move (woestijn)stof opwaaien?	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7184811965137603846	4 januari 2023
3	Frauderen op autotheorie: ingefluisterd via oortje	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7184853384309001477	4 januari 2023
4	Circusartiest valt meters naar beneden tijdens show	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7185072989728197894	5 januari 2023
5	Jongen van 6 schiet lerares neer na ruzie	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7185825427301092613	7 januari 2023
6	Chemische stoffen zorgen voor slecht zaad	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7186651377911860485	9 januari 2023
7	Dit is de grootste islamitische begraafplaats van Nederland	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7186778425946901765	9 januari 2023

8	11-jarig nichtje van Belgische drugs crimineel gedood	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7187061226566880518	10 januari 2023
9	15-jarige jongen uit Amsterdam ontvoerd	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7187112035073723653	10 januari 2023
10	Zit in een van deze eieren een dino-baby?	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7187693782475754758	12 januari 2023
11	Hologram zorgt ervoor dat deze man nu vastzit	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7189316413025258758	16 januari 2023
12	Simon (15) laat zijn huiswerk maken door een app	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7189334338368998661	16 januari 2023
13	Stagiair crèche scheldt kindjes uit en gooit ze om	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7189687458458619141	17 januari 2023
14	Staking: streek-ov rijdt morgen en overmorgen niet	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7189887080049184006	18 januari 2023
15	Jongen (15) mist bus, pakt daarom de auto	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7190679531722689797	20 januari 2023
16	Zijn Snuf en Simba straks verboden?	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7190728456303299845	20 januari 2023

17	‘Woke’ M&M’s moeten weg	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7192163190925577477	24 januari 2023
18	Weet je waar deze man is? Dan krijg je 30.000 euro	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7192507666520935686	25 januari 2023
19	België blundert bij bezoek Rutte	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7192643521302514949	25 januari 2023
20	Waarom verkoopt Justin Bieber zijn muziekrechten?	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7192652149598211333	25 januari 2023
21	Jaimie Vaes lekte zelf beelden mishandeling	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7192977094903680261	26 januari 2023
22	Schoolreisjes worden skeer	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7194414918383258886	30 januari 2023
23	Jouw bus of trein rijdt volgende week niet	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7194454071833677062	30 januari 2023
24	Zielig voor Ziyech: geen transfer door blunder	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7195195884584406277	1 februari 2023
25	Amerika schiet Chinese ‘spionageballon’ lek	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7196613972622134534	5 februari 2023
26	Jongen (18) opgepakt voor dreigen met schoolshooting	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7196627883299736838	5 februari 2023

27	Doden en gewonden na aardbeving in Turkije	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7196956582784044293	6 februari 2023
28	Prinses Amalia praat voor het eerst over bedreigingen	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7198428580580199686	10 februari 2023
29	Docent bedreigd op school: lokaal in de fik gestoken	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7199224084704660742	12 februari 2023
30	Er is er één jarig: caloriebom viert jubileum	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7200708487230278917	16 februari 2023
31	Moet menstruatieverlof ook in Nederland komen?	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7201224900609051909	17 februari 2023
32	Arrestaties en avondklok na rellen in Suriname	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7201435544923000069	18 februari 2023
33	Marokkaanse zanger Lamjarred bak in voor verkrachting	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7204059865642274054	25 februari 2023
34	Nieuwe mega-gevangenis voor 40.000 mensen	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7204113412723444998	25 februari 2023

35	In de Nederlandse lucht kon je het noorderlicht zien	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7204746156847402245	27 februari 2023
36	Topvoetballer Hakimi beschuldigd van verkrachting	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7205120731493977350	28 februari 2023
37	Ruzie over prijzen: geen Mars meer in de Jumbo	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7205902702805552389	2 maart 2023
38	YouTuber Dennis Schouten gestoken in gezicht	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7206707245864996101	4 maart 2023
39	Mats (19) is verongelukt maar redt toch nog levens	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7207112111191756038	5 maart 2023
40	School in Den Bosch tijd dicht door dreiging	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7210037237268974854	13 maart 2023
41	Is BBB meer dan anti-stikstof?	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7211627794424401158	17 maart 2023
42	Vloet misschien 3,5 jaar de cel in na doodrijden kleuter	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7212675575264185605	20 maart 2023
43	Moet dat plakkerige blikje	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7214428651083844870	25 maart 2023

	straks terug in je rugzak?		
44	In Libanon weet niemand meer hoe laat het is	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7214807189343472901	26 maart 2023
45	Ministerie: 'vrouwen moeten meer werken'	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7215282588817050885	27 maart 2023
46	Met pws van Ted en Yahya kun je longkanker vinden	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7216758583319416070	31 maart 2023
47	Vis gespot op diepste plekje in zee ooit	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7217909311257808134	3 april 2023
48	Dode en veel gewonden bij treinbotsing Voorschoten	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7218074980507045126	4 april 2023
49	Oud-president Donald Trump gearresteerd	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7218296148472155398	4 april 2023
50	Bokito, de beroemdste aap van Nederland, is dood	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7218597149632761093	5 april 2023
51	Britse musical stopt eerder door vals zingend publiek	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7219978391343123717	9 april 2023

52	Jongen (6) schiet juf neer, moeder aangeklaagd	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7220739278043680006	11 april 2023
53	Waarom een scheermes voor vrouwen duurder is	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7221056143928478982	12 april 2023
54	Geen 'zittenblijven' en 'zwarte school' meer?	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7221240488005864710	12 april 2023
55	Waarom wordt dit een zombiedrug genoemd?	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7221595683025997062	13 april 2023
56	Baby geboren op vluchtstrook	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7222895868532329733	17 april 2023
57	Jongen (16) neergeschoten, stond voor verkeerde deur	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7223331220707478811	18 april 2023
58	Waarom wil Snapchat opeens met je chillen?	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7223644489590541594	19 april 2023
59	NS blij: nieuwe snelle trein erbij	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7223697092835921178	19 april 2023
60	Verpleegkundige opgepakt voor dood van patiënten	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7224143969071025435	20 april 2023
61	Waarom je het Suikerfeest niet	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7224215688779549979	20 april 2023

	precies kan voorspellen		
62	Inez Weski, advocaat van Ridouan Taghi, opgepakt	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7224526808182525210	21 april 2023
63	Klachten over Vinted: 'Ik krijg m'n geld niet'	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7224542444128439578	21 april 2023
64	De nieuwste barbiepop heeft het syndroom van Down	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7226065920509119771	25 april 2023
65	Dit was Koningsdag in Rotterdam	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7226784448551980315	27 april 2023
66	Na 550 kinderen is het genoeg geweest	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7227086907572833563	28 april 2023
67	Agent vervolgd die op trekker met jongen schoot	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7227091128355507482	28 april 2023
68	Illegaal feest met 5000 man is niet te stoppen	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7227759052648992026	30 april 2023
69	Lamine (15) is jongste speler ooit bij Barça	https://www.tiktok.com/@nosstories/video/7227892627583143195	30 april 2023
