



Universiteit  
Leiden  
The Netherlands

## **De invloed van constructieve nieuwsverhalen op de emoties en betrokkenheid van het publiek**

Steehouwer, Bo

### **Citation**

Steehouwer, B. (2024). *De invloed van constructieve nieuwsverhalen op de emoties en betrokkenheid van het publiek.*

Version: Not Applicable (or Unknown)

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

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/3760082>

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

# **‘Kan het niet wat constructiever?’**

*De invloed van constructieve nieuwsverhalen op de  
emoties en betrokkenheid van het publiek*

Bo Steehouwer

Scriptie Master Journalistiek en Nieuwe Media

*1e beoordelaar: Dr. Willem Koetsenruijter*

*2e beoordelaar: Prof. dr. J.C. de Jong*

*Datum: 10 mei 2024*

## **Samenvatting**

Een van de dingen die bijdraagt aan een goed functionerende democratie is het volgen van het nieuws. Een deel van onze samenleving zegt daarentegen ontevreden te zijn over de veelal negatieve berichtgeving in de media, omdat ze zich er somber, depressief en hopeloos door voelen. Sommigen kiezen er daarvoor zelfs voor om het nieuws te mijden. Constructieve journalistiek is stroming die iets wil doen aan die focus op negativiteit in de media. Eerder onderzoek laat veelbelovende resultaten zien op de effecten van constructieve journalistiek op de emoties van het publiek en op de betrokkenheid. Met een experiment is in dit onderzoek onderzocht of die resultaten opnieuw werden gevonden. Een groep volwassen respondenten (N = 96) tussen de 19 en 62 jaar las hiervoor nieuwsverhalen gemaakt door Omroep West. Het bleek dat de constructieve nieuwsverhalen zorgde voor meer positieve emoties, maar niet voor meer betrokkenheid. Dit onderzoek draagt bij aan de kennis over de effecten van constructieve journalistiek. Het biedt handvatten voor mediaorganisaties als Omroep West. Door als journalist constructieve elementen in nieuwsverhalen te gebruiken, zoals meer aandacht voor nuance, oplossingen en hoop, voelt het publiek zich positiever. Die positiviteit zou er uiteindelijk voor kunnen zorgen dat meer mensen het nieuws wel willen blijven volgen.

*Sleutelwoorden:* constructieve journalistiek, nieuws, emoties, betrokkenheid

## **Inhoudsopgave**

<b>1 Inleiding</b>	<b>3</b>
<b>2 Theoretisch kader</b>	<b>9</b>
<b>3 Methode</b>	<b>18</b>
<b>4 Resultaten</b>	<b>25</b>
<b>5 Conclusies en discussie</b>	<b>27</b>
<b>Literatuur</b>	<b>30</b>
<b>Bijlage A. Niet-constructieve versie artikel nachtclub in Delft</b>	
<b>Bijlage B. Constructieve versie artikel over brand in strandtent</b>	
<b>Bijlage C. Opbouw enquête</b>	
<b>Bijlage D. Voorbeeld van enquête</b>	
<b>Bijlage E. Vragenlijst Kleemans et al. (2017a)</b>	

## 1 Inleiding

Negatieve berichtgeving heeft een prominente plek in de nieuwsmedia. Werp een blik op de krant of op een aflevering van het journaal en de negativiteit is moeilijk te missen. Degenen die regelmatig het nieuws volgen, kunnen daardoor denken dat de wereld steeds onveiliger wordt, ook al klopt dat niet, zegt bijvoorbeeld Correspondent-oprichter Rob Wijnberg (de Correspondent, 2018). De Canadees-Amerikaanse hoogleraar psychologie Steven Pinker sluit zich aan bij dit gedachtegoed. Hij schreef meerdere boeken die onderbouwen dat ondanks dat het in het nieuws niet goed lijkt te gaan, het steeds beter gaat op veel gebieden in de mondiale samenleving, zoals op het gebied van geweld, gezondheid en economie (Pinker, 2003). Volgens Pinker moeten we ons niet laten leiden door de media, maar door data en feiten.

Ook de Zweedse arts en hoogleraar Internationale Gezondheid Hans Rosling pleitte voor zo'n aanpak: geef context bij het nieuws met behulp van data (Rosling, Rosling & Rosling Rönnlund, 2018). In hun boek laten zij zien, onder meer aan de hand van data van de Verenigde Naties, dat de meeste mensen inderdaad denken dat het steeds slechter gaat met de wereld (Rosling et al., 2018, p. 50-51). Enkele voorbeelden die Rosling et al. (2018) noemen om die aanname tegen te spreken, zijn dat er steeds minder mensen in armoede leven, we langer blijven leven, steeds meer mensen leren lezen en schrijven en dat het aantal gewapende conflicten daalt.

De Schotse datawetenschapper Hannah Ritchie laat, tevens aan de hand van data, zien dat er op het gebied van klimaat veel dingen minder slecht gaan dan we denken en we terugzien in bijvoorbeeld de media (Ritchie, 2024). Sommige dingen gaan zelfs goed, zo wordt duurzame energie steeds goedkoper. Volgens Ritchie betekent dat niet dat er achterover geleund kan worden, maar ook zij poogt de berichtgeving meer in balans te brengen. "Blind optimisme" gaat volgens haar te ver, zegt in een uitgebreid interview met de Volkskrant, maar op basis van de cijfers kunnen we wel spreken van "voorzichtig optimisme" (Keulemans, 2024).

### *Negativiteit in de media*

De oprichter en directeur van het *Constructive Institute* in Denemarken, Ulrik Haagerup, maakt zich zorgen over de invloed die de media hebben op de maatschappij (Haagerup, 2017). Die zorgen hebben onder andere te maken met de prominente plek die negativiteit in de nieuwsmedia heeft. Zo was "slecht nieuws" de duidelijke winnaar in de gereviseerde lijst met nieuwswaarden (Harcup & O'Neill, 2017). Zestien jaar eerder maakten Harcup en O'Neill (2001) al eens zo'n lijst met nieuwswaarden. Dat is een van de meest geciteerde artikelen van het *peer-reviewed* wetenschappelijke tijdschrift *Journalism Studies* (Harcup & O'Neill,

2001). Een deel van onze samenleving geeft aan ontevreden te zijn over die veelal negatieve berichtgeving in de media, omdat ze zich er somber, depressief en hopeloos door voelen (Gyldensted, 2015; McIntyre, 2015). Er zijn mensen die er daarom zelfs voor kiezen om het nieuws te mijden (Villi et al., 2022; Skovsgaard & Andersen, 2020). Naast negatieve berichtgeving, zijn er ook andere aspecten die mee kunnen spelen in het mijden van nieuws, zoals politieke interesse en vertrouwen in de media (Goyanes, Ardèvol-Abreu & Gil de Zúñiga, 2023).

Het Commissariaat voor de Media (2023) onderzocht hoeveel mensen in Nederland afgelopen jaar het nieuws meden. In het meest recente *Digital News Report Nederland* (Commissariaat voor de Media, 2023) over de stand van zaken rondom het nieuwsgebruik in Nederland en het vertrouwen en interesse in het nieuws is te lezen dat 27 procent van de Nederlanders van achttien jaar en ouder het nieuws 'soms' of 'vaak' actief mijdt. Het commissariaat noemt dit percentage "lager dan ooit". Tot begin 2022 was er namelijk nog sprake van een stijging. Destijds ging het om een "ongekend hoog aandeel" en meed 38 procent 'soms' tot 'vaak' het nieuws (Commissariaat voor de Media, 2023, p. 18).

### **1.1 Het nieuws als afspiegeling van de samenleving**

Journalistiek speelt een belangrijke rol in onze democratie, onder meer omdat het publiek recht heeft "om geïnformeerd te worden over zaken van algemeen belang en de media hebben de taak deze informatie te verstrekken", aldus de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ, z.d.). Voor een goed functionerende democratie zijn goed geïnformeerde en betrokken burgers nodig; burgers die op de hoogte zijn van wat er speelt in hun samenleving (Haagerup, 2017, p. 24). Daarvoor is het wenselijk als zo min mogelijk mensen het nieuws vermijden.

Gelukkelijk is het aantal Nederlanders dat zegt het nieuws 'soms' of 'vaak' te mijden gedaald. Het *Digital News Report Nederland* vergelijkt de aantallen in de coronaperiode met die in 2023. Die daling is te zien onder alle leeftijden. Maar hoe kan ervoor worden gezorgd dat die daling ook de komende jaren doorzet? Daarvoor zoomt het rapport in op verschillende soorten 'nieuwsnijders':

Onze analyses doen vermoeden dat we met twee groepen nieuwsnijders te maken hebben: met een groep die vaak het nieuws mijdt en bewust weinig in contact met nieuws wil komen aan de ene kant en een groep die al overloopt van nieuws en soms nieuws mijdt en beheert omdat het anders te veel wordt aan de andere kant (Commissariaat voor de Media, 2023, p. 18).

Die eerste groep, de 'frequente nieuwsmijders' was vorig jaar 7 procent. Zij meden het nieuws 'vaak'. Dat is niet een hele grote groep. Ook in vergelijking met verschillende buurlanden scoort Nederland goed, maar toch gaat het om honderdduizenden mensen. Uit het *Digital News Report* (p. 21) blijkt dat deze groep minder interesse heeft in het hardere en *breaking* nieuws, maar vaker interesse heeft in positieve en oplossingsgerichte nieuwsverhalen. "Hier liggen wellicht kansen voor nieuwsmerken om deze groepen toch te bereiken", zo stelt het Commissariaat voor de Media (2023, p. 21).

Het mijden van het nieuws krijgt ook de nodige aandacht in de nieuwsmedia zelf. Een traditioneel uitgangspunt is dat het nieuws een afspiegeling is van wat er in de samenleving gebeurt, ook al is er onvrede over hoe die afspiegeling eruitziet (Hermans & Gyldensted, 2019). De media-aandacht voor nieuwsmijders laat zien dat het, wat sommige journalisten betreft, belangrijk is om te weten dat dit speelt in onze samenleving en wat de gevolgen daarvan zouden kunnen zijn. Een van die gevolgen heeft betrekking op de betrokkenheid van het publiek (daarover later meer in hoofdstuk 2). Het nieuws zou mensen moeten aanmoedigen om betrokken te zijn en hun steentje bij te dragen aan de maatschappij, maar dit idee komt in gevaar al zij het nieuws niet meer volgen (Mäder & Rinsdorf, 2023).

## **1.2 De lens van de journalistiek**

Universitair hoofddocent politieke communicatie Mariken van der Velden zei tegen de NOS (De Kort, 2023) dat negatieve gevoelens met betrekking tot het nieuws niet per se slecht hoeven te zijn. "Zonder kritisch geluid is er geen democratie. Je wil dat mensen gaan demonstreren omdat ze zich ergens over opwinden." Toch is er een dunne lijn tussen te veel en te weinig negativiteit. In datzelfde artikel zegt hoogleraar mediapsychologie Elly Konijn dat mensen ook weer niet te veel negatieve gevoelens moeten krijgen van het nieuws, waardoor de mensen het helemaal niet meer volgen. "Bevriezen is niet goed voor de democratie."

Zowel de NOS (De Kort, 2023) als Brandpunt+ (Delleman, 2022) spraken met verschillende nieuwsmijders. De geïnterviewden vinden onder meer dat context in veel media mist en dat er te veel negatieve berichten in het nieuws zijn. Trouw-Columnist Leonie Breebaart (2017) kaartte het onderwerp een aantal jaar geleden al eens aan: "Vaak betogen ze (nieuwsmijders, *BS.*), volgens mij terecht, dat het nieuws onze blik op de wereld vertekent, omdat alles wat vredig zijn gangetje gaat nou eenmaal zelden het nieuws haalt."

De lens van de journalistiek richt zich vooral op het afwijkende en opzienbarende: een vliegtuig dat neerstort haalt het nieuws bijvoorbeeld wel, maar niet als het de reis gewoon afmaakt. Harcup en O'Neil (2017) toonden met hun onderzoek aan dat de nieuwswaarden 'slecht nieuws' en 'verbazing' inderdaad de twee nieuwswaarden zijn die het meest voorkomen. Slecht nieuws stond opnieuw bovenaan de lijst, net als in eerdere onderzoeken het geval was (Harcup & O'Neil, 2001; Galtung & Ruge, 1965).

Volgens Gyldensted (2011) leidt de aandacht voor negativiteit tot een vertekend beeld van de realiteit. Na een ramp of ander incident is het meestal gebruikelijk om op zoek te gaan naar een slachtoffer om zijn of haar verhaal te doen. Dat is dan vaak een kwetsbaar en hulpeloos verhaal (Gyldensted, 2011). Maar het kan ook anders, zegt Gyldensted (2015, p. 9): “If we are truly seeking and reporting on truth, we must include examples of human resilience, posttraumatic growth, positive emotions, accomplishments and solutions”. Ze beschrijft hoe een interview met een dakloze vrouw een eyeopener voor haar carrière was. De antwoorden die ze kreeg, waren onverwacht en pasten niet in een klassiek slachtofferverhaal. In plaats daarvan vormden ze de basis voor een andere invalshoek: een constructieve invalshoek (Gyldensted, 2015). Die invalshoek lijkt veelbelovende effecten te hebben op het publiek, zo bleek uit een van de eerste Nederlandse onderzoeken (Kleemans, De Leeuw, Gerritsen & Buijzen, 2017a). Dit experiment speelt een belangrijke rol in het voorliggende onderzoek. Welke rol dat precies is, komt uitgebreid in hoofdstuk 3 aan bod.

### **1.3 Meer aandacht voor perspectief**

Onder andere in Nederlandse media zijn de afgelopen jaren initiatieven te zien ‘tegen’ die overheersende negatieve berichtgeving om zo het publiek weer voor zich te winnen. Die aandacht voor constructiviteit geeft inzicht in hoe constructiviteit vorm krijgt in de media. Zo schreef de NOS vorig jaar dat ‘nieuwsconsumenten en media nadenken na over manieren om in verbinding te blijven’ (De Kort, 2023). Het online journalistieke platform van de KRO-NCRV, Brandpunt+, vertelt verhalen “over mensen die de wereld veranderen, verhalen die je hopelijk vertellen wat jij eraan kunt doen om te helpen dat die verandering de goede kant op gaat, verhalen over dingen die onszelf inspireren” (Brandpunt+, 2019). Meer aandacht voor perspectief en mogelijke oplossingen staan hier eveneens centraal. Dit zijn, zoals later uitgebreider zal worden omschreven in paragraaf 2.2, kenmerken van een constructieve journalistieke aanpak.

Ook de Volkskrant doet mee en begon de Open Redactie. Daarmee vraagt de redactie aan de lezers wat voor vragen er zijn en waarover meer geschreven zou moeten worden. Degenen die mee willen denken (abonnees) kunnen zich hiervoor aanmelden. Het ‘lezerspanel’ bestaat nu uit zo’n 6000 respondenten. (Van Uffelen & Van Sas, 2023). Onderzoekspatform Pointer houdt zich bezig met deze vraag. Met de zogenoemde Pointer Pop-up trekken ze het land door. Iedere maand strijkt er een redactie neer in een andere Nederlandse stad. Daar wordt vervolgens onderzoek gedaan naar onderwerpen die bewoners zelf aandragen door langs te komen bij de pop-up redactie in de betreffende stad, zoals in Leeuwarden in februari en maart dit jaar (Pointer, 2024). “De tips vormen de basis voor een radio- en tv-uitzending die eind december en begin januari worden uitgezonden”



(Pointer 2022). Het publiek betrekken bij het maken van nieuwsverhalen is ook een kenmerk van een constructieve aanpak (Hermans & Gyldensted, 2019).

Verder is het *Nieuws van de Vooruitgang* een van de constructieve geluiden. Dit nieuws is elke werkdag op de halve uren tussen 10.30 uur en 15.30 uur te horen op het Utrechtse radiostation *Sublime*. "Opvallende berichten over innovatie, duurzaamheid, cultuur en maatschappelijke ontwikkelingen", is te lezen op de website van de zender (z.d.). Voor velen is ook *De Correspondent* een bekend constructief geluid. Het journalistieke platform heeft 70.000 leden en zegt 'voor een nieuwe soort journalistiek' te staan. "We maken activerende, diepgravende verhalen die je helpen het nieuws beter te begrijpen" (*De Correspondent*, z.d.). Het platform gaat onder meer 'op zoek naar oplossingen voor de kwesties van deze tijd'.

#### **1.4 Omroep West**

Naast de bovengenoemde voorbeelden, zijn er in Nederland zijn nog meer mediaorganisaties geïnspireerd door de missie van Gyldensted. Dat geldt ook voor sommige regionale omroepen. Omroep West is er daar één van. Deze publieke regionale omroep verzorgt nieuws in het noordelijke deel van provincie Zuid-Holland via televisie, online en radio. De omroep wil meer constructieve journalistiek kunnen aanbieden. In 2017 was het begin er: elke vrijdagochtend kon het publiek bijvoorbeeld live meedoen en -kijken met de redactievergadering via Facebook (Krul, 2017). Na een paar jaar is Omroep West daar echter mee gestopt (Brandenburg - van de Ven, 2019). Hoofdredacteur Henk Ruijl liet weten dat het algoritme van Facebook ervoor zorgde dat de vergadering minder kijkers trok. De omroep wil ideeën blijven uitwisselen met het publiek, maar op deze manier lukte dat steeds minder (Brandenburg-Van de Ven, 2019; Ruijl, 2019). Door middel van focusgroepen en een survey werd al eens onderzocht hoe het publiek over Omroep West denkt (Ruigrok & Gagestein, 2017). Hiermee is een eerste stap gedaan om reacties te peilen op het project rondom constructieve journalistiek van de omroep.

In samenwerking met de masteropleiding Journalistiek en Nieuwe Media aan de Universiteit Leiden wil Omroep West meer te weten komen over de werking van hun nieuw ingeslagen koers. Zou die bijvoorbeeld kunnen bijdragen aan meer betrokkenheid bij de lezers? Uiteindelijk wil een regionale omroep dicht bij het publiek blijven staan, maar bijvoorbeeld ook nog dicht bij het publiek komen. Daarvoor heeft een omroep ook het vertrouwen van onder meer hun lezers nodig. Als dat vertrouwen er eenmaal is, wil een omroep dat ook vasthouden en versterken. Zo houdt een omroep het huidige publiek bij zich en kan er wellicht ook nieuw publiek worden geworven. Constructieve journalistiek, relatief nieuw in het wetenschappelijke onderzoeksveld, zou hieraan kunnen bijdragen (McIntyre & Lough, 2023, p. 295)

Uit de focusgroepen van Ruigrok & Gagestein (2017, p. 4-5) kwam naar voren dat een deel van de respondenten zich prettiger voelt bij het nieuws van Omroep West dan bij het landelijke nieuws. Aandacht voor positief nieuws, de tijdelijk live te volgen redactievergadering op vrijdag werden onder meer als redenen genoemd. Omroep West wordt gezien als neutraler en meer informerend (Ruigrok & Gagestein, 2017). Dat klinkt als veelbelovend, maar als Omroep West verder wil gaan met deze constructieve redactionele koers, is meer kennis van belang over de effecten hiervan op het publiek. De focusgroepen geven een inkijkje in de aspecten die het publiek zegt te waarderen aan de aanpak van Omroep West, maar niet in wat voor invloed die dan precies hebben op het publiek. Heeft constructieve nieuwsberichtgeving daadwerkelijk de gewenste effecten? Daarvoor is niet alleen meer kennis nodig, maar ook experimenteel onderzoek. De vraag die in dit kwantitatieve onderzoek centraal staan, luidt daarom:

*Leidt een constructief online nieuwsverhaal van Omroep West tot meer positieve emoties en tot meer betrokkenheid bij het publiek in vergelijking met een niet-constructief online nieuwsverhaal?*

Om de effecten van constructieve berichtgeving op het volwassen Nederlandse publiek beter te onderbouwen, wordt het voorliggende onderzoek uitgevoerd. Door middel van een experiment wordt onderzocht of eerder gevonden effecten opnieuw worden teruggevonden en wordt de kennis over de effecten van constructieve journalistiek op het publiek uitgebreid.

Het voorliggende onderzoek wil bijdragen aan meer kennis over de effecten van constructieve nieuwsberichten op volwassen, Nederlands publiek. Aan de hand van een experiment onder volwassenen zullen hier de effecten van door Omroep West gepubliceerde verhalen in een niet-constructieve en constructieve versie met elkaar worden vergeleken. De mogelijke effecten van de constructieve elementen zullen worden gemeten door middel van vragenlijsten over de emoties die het publiek ervaart na het lezen van een van de versies. Over de betrokkenheid wordt na het lezen vragen gesteld. De methode sluit aan bij Kleemans et al. (2017a).

In Nederland is het onderzoek naar de effecten van constructieve journalistiek op een volwassen publiek nog redelijk beperkt. Ook is er, voor zover bekend, nog geen Nederlands onderzoek dat volledig gebruikmaakt van levensechte nieuwsverhalen. Zowel de constructieve als de niet-constructieve versies van de artikelen zijn door een journalist geschreven. Hypotheses worden gevormd bij de verdere bespreking van de literatuur, de uitkomsten geanalyseerd met behulp van SPSS.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> De SPSS Output is via de auteur van dit onderzoek opvraagbaar.

## **2 Theoretisch kader**

De afgelopen jaren wordt er steeds meer onderzoek gedaan naar de effecten van constructieve journalistiek, vooral in West-Europa en de Verenigde Staten (McIntyre & Lough, 2023). Wat betreft de effecten op de emoties van het publiek werden er in ruim twintig onderzoeken “sterke en consistente” effecten gevonden (McIntyre & Lough, 2023, p. 292). Voor andere variabelen, zoals gedragsintenties en daadwerkelijk gedrag van het publiek, werden geen eenduidige effecten gevonden (Meier, 2018; Bäder & Rinsdorf, 2023).

Ook in Nederland zijn de afgelopen jaren een aantal onderzoeken gedaan. Zo vonden Hermans & Prins (2022) onder meer dat online constructieve nieuwsberichten meer positieve emoties oproepen bij millennials (20-40 jaar). Nederlandse onderzoeken naar de effecten op kinderen werden ook gedaan. Zo vonden Kleemans et al. (2019) dat constructief nieuws op televisie beter werd onthouden en dat het voor minder angst en verdriet zorgde onder 9-13 jarigen. Een ander onderzoek van Kleemans c.s. (Kleemans, De Leeuw, Gerritsen & Buijzen, 2017a) was een van de eersten die de effecten van constructief nieuws op kinderen (8-13 jaar) onderzocht. Dat deden zij toen aan de hand van nieuwsartikelen. Kleemans et al. (2019) stelden toen dat empirisch onderzoek naar de effecten van constructieve journalistiek op het publiek (van welke leeftijd dan ook) zeer beperkt was. Hun onderzoek liet veelbelovende resultaten zien over de effecten van constructieve journalistiek op kinderen. Zo veelbelovend dat zij van harte aanraden om vervolgonderzoek te doen naar volwassen publiek.

Verschillende wetenschappers deden hier sindsdien onderzoek naar. Hermans & Gyldensted (2019) analyseerden reacties van ruim 3200 Nederlanders (20-65 jaar) op een online vragenlijst. Ze ontdekten dat mensen over het algemeen nieuws dat gebruikmaakt van constructieve elementen beter waarderen. Als het nieuws meerdere bronnen gebruikt die verschillende perspectieven laten zien, is die waardering het hoogst (p. 546). Het beeld van de effecten van constructief nieuws op het publiek wordt steeds completer, maar de roep om meer onderzoek blijft (Hermans & Gyldensted, 2019, p. 547; McIntyre & Lough, 2023, p. 292).

### **2.1 De waakhondfunctie van de journalistiek**

Constructieve journalistiek is een reactie op de overheersende negatieve berichtgeving. Deze journalistieke stroming wil iets doen aan die de focus op negativiteit:

I am calling for awareness of this, not to make news reporting feeble, but to acknowledge our hidden negativity bias [...]. 'Manipulative!' I hear someone whisper. [...] Let's start by acknowledging this dynamic. Acknowledge the blinders and then

start to make conscious choices for more fairness and balance. (Gyldensted, 2015, p. 26)

De Deense journaliste Cathrine Gyldensted (2011) zet zich als een van de pioniers van deze journalistieke stroming in om de constructieve methoden te verspreiden. Gyldensted (2015) werkt hiervoor samen met mediaorganisaties en journalistieke opleidingen wereldwijd.

Verschillende onderzoeken tonen aan dat het publiek constructieve elementen in nieuws waardeert, zoals oplossingsgerichtheid, meer context en aandacht voor positiviteit en voor het perspectief van de mensen over wie wordt bericht (Hermans & Gyldensted, 2019, p. 547; Mäder & Rinsdorf, 2023). Die elementen kunnen media zelfs helpen om de mensen te bereiken die nu niet of lastig worden bereikt, zoals jongeren, lager opgeleiden en mensen met minder interesse in het nieuws (Hermans & Prins, 2022; Hermans & Gyldensted, 2019, p. 547).

Desondanks is niet iedereen even optimistisch over de constructieve aanpak. Zo bestaat het risico dat constructieve journalistiek als commercieel wordt gezien, of beïnvloed door de politiek (Meier, 2018). Om dit te voorkomen raadt Meier (2018) aan om niet zomaar constructieve elementen, zoals hoopvolle vooruitzichten of te veel positieve voorbeelden, toe te voegen aan een verhaal over een moeilijk probleem. Verder wordt er onder meer gevreesd voor de kritische en onafhankelijke positie van journalisten, ofwel de functie als 'waakhond' in de samenleving (Mäder & Rinsdorf, 2023; Hermans & Gyldensted, 2019, p. 536; Haagerup, 2017, p.14). Mäder & Rinsdorf (2023) stellen dat die waakhondfunctie gedeeltelijk verloren gaat. Kritisch zijn hangt in die functie als het ware samen met aantonen dat je relevant bent, maar alleen maar kritiek kan mensen wegdrijven. Kritiek laat niet zien hoe evenementen zich ontwikkelen en geeft lezers geen compleet beeld van de situatie. Een focus op negativiteit in het nieuws hoeft bovendien volgens Mäder & Rinsdorf (2023) daarentegen niet te verdwijnen, maar journalisten zouden hun blik wel moeten verbreden. Haagerup (2017, p. 23) noemt constructieve journalistiek geen alternatief voor die kritische waakhondfunctie. Hij pleit voor het niet alleen melden van problemen en wie of wat die problemen veroorzaakt, maar om ook aandacht te besteden aan hoe die problemen opgelost zouden kunnen worden.

Die aandacht voor oplossingen leidt tot een ander kritiekpunt: constructieve journalistiek zou te activistisch zijn (McIntyre & Gyldensted, 2018, p. 666). Constructieve journalistiek wil niet alleen mensen informeren, maar ook bijdragen aan het oplossen van problemen. Journalisten krijgen daardoor een actievere en meer participerende houding. Ze melden niet alleen het nieuws, maar houden zich vervolgens ook bezig met wat er daarna gebeurt. Volgens critici is dat niet aan de journalistiek en komt daardoor de kritische functie van de journalistiek in gevaar (Mäder & Rinsdorf, 2023, p. 335). Enige vorm van activisme is

onder meer volgens Gyldensted (2015) niet erg, zolang journalisten daar maar transparant over zijn in hun werk.

## 2.2 De kenmerken van constructieve journalistiek

De afgelopen jaren is er een begin gemaakt om constructieve journalistiek te definiëren (Hermans & Drok, 2018; Hermans & Gyldensted, 2019; McIntyre & Gyldensted, 2018; Gyldensted & Lough, 2023). Het voorliggende onderzoek hanteert de definitie zoals onder andere McIntyre & Gyldensted (2017, p. 20) die omschrijven: als een opkomende vorm van journalistiek, waarbij technieken uit de positieve psychologie (waarover straks meer) worden toegepast op nieuwsprocessen en -productie. Met constructieve journalistiek wordt geprobeerd om juiste en aansprekende berichtgeving te creëren, zonder de journalistieke kernfuncties uit het oog te verliezen. Het Constructive Institute (Lund Jørgensen & Risbro, 2021, p. 3) noemt in haar model drie ‘pilaren’ die aan de basis liggen van constructieve journalistiek: oplossingen, nuances en democratische gesprekken (Tabel 1). Met die drie kenmerken kan volgens het instituut kritische, constructieve journalistiek bijdragen aan de democratie.

**Tabel 1.** *The three pillars* volgens het Constructive Institute-model (Lund Jørgensen & Risbro, 2021)

Oplossingen	Nuance	Democratisch gesprek
Laat niet alleen de problemen zien, maar zoek ook naar mogelijke oplossingen	Streef naar de best verkrijgbare versie van de waarheid. Bekijk de wereld vanuit verschillende perspectieven	Faciliteer en wees betrokken bij het gesprek met de samenleving

Bij het toepassen van constructieve journalistiek wordt gebruikgemaakt van technieken uit de positieve psychologie, een veelgenoemde theorie achter constructieve journalistiek (McIntyre & Lough, 2023; McIntyre & Gyldensted, 2018). De International Positive Psychology Association (2024) definieert *positive psychology* als het wetenschappelijke onderzoek naar hetgeen waar individuen en gemeenschappen bij gedijen. De focus ligt hierbij onder meer op sterke punten die bijdragen aan die bloei en vooruitgang. McIntyre & Gyldensted (2018, p. 666-671) als Hermans & Gyldensted (2019, p. 538-539) noemen zes psychologische technieken die gebruikt kunnen worden in constructieve journalistiek:

1. *Oplossingen*: als je verslag doet van problemen, voeg ook een oplossingsgerichte framing toe van het nieuws
2. *Blik op de toekomst*: door ook de vraag ‘wat nu?’ te stellen, wordt ook de blik op de toekomst gericht en wat er nodig is om daar te komen

3. *Inclusiviteit en diversiteit*: meer perspectieven in het nieuws om polarisatie tegen te gaan
4. *Constructief interviewen; 'Kill your victim'*: stel vragen over onder meer samenwerkingen en oplossingen om zogenoemde slachtoffers en experts in hun kracht te zetten
5. *The Rosling* (Rosling et al., 2018): leg het nieuws uit en geef context met behulp van data
6. *Co-creatie*: betrek het publiek, maak journalistieke verhalen samen met burgers

Constructieve journalistiek past als het ware technieken toe uit de positieve psychologie. Beide bevatten positieve elementen, maar constructieve journalistiek doet een extra stap: "Constructive journalism is committed to upholding journalism's core functions and reporting of social significance. However, positive journalistic stories are not generally concerned with journalism's core functions and tend to be stories lacking meaningful significance to society" (Gyldensted, 2015, p. 12). Het maatschappelijke belang en het behoud van de journalistieke hoofdfuncties staan centraal bij constructieve journalistiek.

Hermans & Gyldensted (2019, p. 538) maken inzichtelijk hoe het gebruik van positieve psychologie iemands kijk op de wereld kan verbeteren. Zij plaatsen tegenover veelgebruikte negatieve uitingen in de journalistiek de positieve tegenhangers uit de positieve psychologie:

<b>vs.</b>	
<p>Oplossingen, bemiddeling, samenwerking</p> <p>Positieve emoties, zoals hoop, vertrouwen, veerkracht, bewondering, moed</p> <p style="text-align: center;">Positieve relaties</p> <p style="text-align: center;">Posttraumatische groei</p> <p>'Niet-slachtoffers' (optimisme, veerkracht)</p>	<p>Problemen, conflict, wantrouwen</p> <p>Negatieve emoties, zoals angst, boosheid, verdriet, hopeloosheid</p> <p style="text-align: center;">Negatieve relaties</p> <p style="text-align: center;">Posttraumatische stress</p> <p style="text-align: center;">Slachtoffers (hulpeloos)</p>

Het idee is dat het gebruik van deze technieken uit de positieve psychologie in constructieve journalistiek voor een completer wereldbeeld in de media zorgt (Hermans & Gyldensted, 2019). Constructieve journalistiek wil niet zeggen dat er geen slechte dingen gebeuren in de wereld, maar in plaats van de focus te leggen op het negatieve, kijkt deze stroming ook naar ontwikkeling, kansen en oplossingen. Dat betekent niet dat de negatieve kant van een verhaal wordt onderbelicht of zelfs genegeerd, maar dat ook de optimistische en oplossingsgerichte kant aandacht krijgt (Hermans & Drok, 2018). Constructieve journalistiek zou de oplossing kunnen zijn om het publiek weer te betrekken bij het nieuws, het vertrouwen in de nieuwsmedia te verbeteren en hen zo ook meer betrokken te laten raken bij

de maatschappij (Hermans & Prins, 2022; Gyldensted, 2011; McIntyre, 2015; Kleemans et al., 2017a). Meer over die betrokkenheid volgt in paragraaf 2.4. In de onderstaande paragraaf (2.3) worden de emotionele reacties van het publiek besproken op niet-constructief nieuws (2.3.1) en constructief nieuws (2.3.2). Op basis van die theorie volgt de eerste hypothese van dit onderzoek.

## **2.3 De emoties van het publiek in reactie op het nieuws**

Deelnemers aan de focusgroep over Omroep West laten weten dat ze het belangrijk vinden dat negatief nieuws niet voorop staat (Ruigrok en Gaggestein, 2017). Zo kwam uit de resultaten naar voren dat positieve ontwikkelingen ook het vermelden waard zijn, want dat geeft een eerlijker beeld weer van de gebeurtenissen in de regio, zo bleek uit hun resultaten. Negatief nieuws wekt andere emoties op bij het publiek dan constructief nieuws (McIntyre, 2015; Gyldensted, 2011). Zo bleek uit eerdere onderzoeken dat het lezen en bekijken van constructieve nieuwsverhalen zorgt voor minder negatieve emoties bij het publiek (Hermans & Prins, 2022; Swijtink, Prins, Hermans & Hietbrink, 2023).

### *2.3.1 De emotionele reacties op niet-constructief nieuws*

Negatieve en afwijkende berichten vallen op en komen in het nieuws, maar waarom precies? Om dat beter te kunnen begrijpen, gebruiken Galtung & Ruge in een klassiek artikel uit 1965 de volgende metafoer: alles wat er in de wereld gebeurt is als een verzameling aan radiozenders die continu uitzenden. Die zenders zien het liefst dat juist je bij hun zender blijft hangen en hoort wat er precies wordt verteld. Dat kan alleen als er enige tijd naar één radiozender wordt geluisterd. De vraag is dus wat dan precies de aandacht trekt. Ze analyseerden daarvoor nieuwsberichten uit vier Noorse kranten over drie crises in het buitenland. Die analyse en de psychologische theorie over het onthouden van dat wat afwijkt, leidde tot een lijst van twaalf factoren die *The theory of news values* wordt genoemd. Die factoren helpen om te begrijpen welke gebeurtenissen de meeste aandacht van de media krijgen. Hoe hoger een gebeurtenis scoort op verschillende factoren, hoe groter de kans is dat het nieuws wordt.

Het komt er volgens Galtung & Ruge (1965, p. 69) onder meer op neer dat negativiteit hier aan bijdraagt: hoe negatiever een gebeurtenis, hoe groter de kans dat deze in het nieuws komt. Z'n gebeurtenis komt minder vaak voor, is minder voorspelbaar en onverwacht dan een positieve gebeurtenis. Het veronderstelt volgens Galtung & Ruge (1965, p.70) een cultuur waarin positieve gebeurtenissen, ofwel vooruitgang, worden gezien als iets normaals; iets dat niets 'nieuws' laat zien.

Slecht nieuws is tegenwoordig een van de meest voorkomende nieuwswaarden (Harcup & O'Neill, 2017). Hier heerst ontevredenheid over en nieuwe journalistieke

stromingen, zoals constructieve journalistiek, zijn hier het resultaat van. Elke dag selecteren en presenteren journalisten weer nieuws. Niet elke gebeurtenis of onderwerp krijgt evenveel aandacht. Dat heeft te maken met allerlei factoren, waaronder verschillende soorten nieuwswaarden. Hoewel de systematiek van deze waarden niet altijd alle nieuwsselectie uit kan leggen, is er wel een bepaalde systematiek in te vinden (Galtung & Ruge, 1965; Gyldensted, 2015, p. 76; Harcup & O'Neill, 2017; McIntyre, 2015). Die systematiek leert ons meer over waarom iets wel of geen nieuws wordt en over hoe journalisten te werk gaan, ook al verklaren die nieuwswaarden niet alle keuzes die journalisten maken in de selectie van nieuws (Harcup & O'Neill, 2017).

### *Nieuws verwerken en onthouden*

De theorie over nieuwswaarden zegt iets over hoe wij de werkelijkheid waarnemen. Dingen die afwijken van onze verwachtingen vallen op en onthouden we beter. Dat zien we terug in het nieuws. Als alles loopt zoals het moet lopen, vallen de dingen op die dat niet doen. In nieuwsmedia resulteert dat dus vooral in negatieve berichtgeving. Als iemand veel slecht nieuws voorgeschoteld krijgt, is er een verband te zien, stellen Hoog & Verboon (2019). Zij onderzochten wat de invloed was van het volgen van het dagelijkse nieuws op hoe iemand zich voelde. Via een speciale app gaven de deelnemers vijf keer per dag, tien dagen lang informatie over hun nieuwsconsumptie en hoe ze zich voelden op die momenten. Zoals van tevoren was verwacht, bleek dat wanneer de mensen het dagelijks nieuws als negatiever ervaarden, zij ook aangaven zich slechter te voelen. Dit effect werd gemodereerd door het persoonlijk belang dat iemand had bij het nieuws. Negatief nieuws had een sterker effect op hoe iemand zich voelde als iemand aan had gegeven dat het nieuwsonderwerp belangrijke gevolgen had voor henzelf, of voor de mensen in hun omgeving.

Gyldensted (2011) bespreekt het onderzoek van Lang, Newhagen & Reeves (1996) waaruit bleek dat de aanwezigheid van negatieve videobeelden in een nieuwsitem de aandacht van het publiek vergroot, maar ook het vermogen om de boodschap te verwerken en het verhaal te onthouden. Zo was het makkelijker om informatie te herkennen in de video, maar werd de informatie voorafgaande aan de negatieve beelden minder goed herkend. Een soortgelijke bevinding bleek uit het onderzoek van Kleemans et al. (2018). De proefpersonen (9-13 jaar oud) kregen een korte video te zien met beelden uit het NOS Jeugdjournaal die ging over de tsunami in Japan in 2011. Een deel van de kinderen kreeg een niet-constructieve versie van het nieuwsitem te zien en het andere deel een constructieve versie.

In de niet-constructieve versie van het nieuwsitem waren meerdere fragmenten te zien zonder positieve emoties en oplossingsgerichte informatie. Deze waren wel aanwezig in de constructieve versie. Zo werd de focus gelegd op verhalen over mensen die wel gered konden worden en mensen die blij waren hun familie terug te hebben gevonden.



Voorafgaand aan de video beantwoordden de kinderen vragen over hun emoties. Na de video werden ze hierover opnieuw bevraagd. Ook werden er vragen gesteld over wat ze zich herinnerden over de video. De kinderen die de constructieve video zagen herinnerden zich algemene informatie over de gebeurtenis in het nieuws, in dit geval de tsunami, minder goed. Daarentegen herinnerden ze zich wel meer over de constructieve elementen in het nieuwsitem, zoals de interviews. Verder waren de negatieve aspecten van het nieuws minder prominent aanwezig in het geheugen van de kinderen die de constructieve video hadden gezien.

#### *Het positive–negative asymmetry effect*

Negatieve emoties zouden ons harder raken dan positieve emoties. Dat suggereren verschillende onderzoeken uit het veld van de positive psychology (Fredrickson, 2009; Baumeister, Bratslavsky, Finkenauer & Vohs, 2001). Zo blijven negatieve emoties langer hangen en zijn er drie keer zoveel positieve emoties nodig om het de effecten van negatieve emoties weer om terug te draaien (Baumeister et al., 2001, p. 330). De achterliggende theorie hierover wordt het *positive–negative asymmetry* effect genoemd (Baumeister et al., 2001, p. 323). Die asymmetrie houdt in dat negatieve informatie over het algemeen meer ruimte krijgt in ons hoofd dan positieve informatie. Negatieve informatie, zoals emoties, wegen uiteindelijk zwaarder dan positieve informatie en emoties. Als je bijvoorbeeld iets slechts hoort over een onbekend persoon, dan weegt die informatie vaak zwaarder dan iets goeds horen over diegene. Er zijn vervolgens meerdere goede gebeurtenissen of meer goede informatie nodig om de psychologische effecten van die enkele slechte gebeurtenis te overstemmen.

Negatieve emoties zijn belangrijk in situaties waarbij ons overlevingsinstinct om de hoek komt kijken, maar als het gaat om persoonlijke ontwikkeling en de vooruitgang van de samenleving spelen positieve emoties de hoofdrol (Gyldensted, 2011; Kleemans et al., 2017a; Fredrickson, 2009, McIntyre, 2015). De vraag is of constructief nieuws een rol zou kunnen spelen bij het oproepen en/of behouden van positieve emoties. Voordat we het hebben over de voordelen hiervan, zijn er ook vraagtekens te plaatsen bij de focus op positiviteit. Zo stelt de Amerikaanse psychotherapeut Whitney Goodman in haar boek *Toxic Positivity* dat positiviteit niet de oplossing is voor alle problemen. Al die positiviteit kan ook slecht zijn voor iemands (mentale) gezondheid. Dat is volgens Goodman het geval als dat betekent dat negatieve gevoelens of andere behoeften onderdrukt worden (Goodman, 2022, p. 15). Ze pleit voor 'gezonde positiviteit', waarbij ruimte is voor de realiteit en voor hoop en waarbij geen gevoelens onderdrukt hoeven te worden (Goodman, 2022, p. 20).

Positieve emoties kunnen namelijk wel degelijk van waarde zijn. De *broaden-and-build* theorie van de Amerikaanse professor Barbara Fredrickson (2001) laat zien waarom.

Kort gezegd gaat deze theorie ervan uit dat positiviteit ervoor zorgt dat mensen zich ontwikkelen en actie ondernemen. In tegenstelling tot negativiteit verbreedt het letterlijk onze blik en zorgt dat we verder bouwen aan onszelf en de samenleving. Hierover volgt in de onderstaande paragraaf meer uitleg.

### *2.3.2 De emotionele reacties op constructief nieuws*

Als het lukt om door middel van positieve emoties het effect van de negatieve emoties terug te draaien - of in ieder geval te verkleinen, is te zien dat mensen onder meer veerkrachtiger zijn bij een tegenslag en meer openstaan voor nieuwe ideeën. Zo zorgen positieve emoties bijvoorbeeld voor een ruimdenkende blik, creativiteit en innovatie (Fredrickson, 2009; Baden et al., 2019). In de psychologie wordt dit de *broaden-and-build* theorie genoemd (Fredrickson, 1998, 2001). Die theorie houdt in dat er een link is tussen positieve emoties en de gedachtes en het gedrag van iemand. Deze soort emoties moedigen namelijk nieuwe gedachtegangen en nieuw gedrag aan. Positieve emoties kunnen ervoor zorgen dat we minder met onszelf bezig zijn en meer aandacht hebben voor de mensen om ons heen.

Vanuit verschillende kanten klinkt de roep voor een betere balans tussen positieve en negatieve berichtgeving in het nieuws. Het zou een goed begin zijn om de negatieve emoties die het publiek aan het nieuws overhoudt, te verminderen (Hoog & Verboon, 2019; Rusch, Simon, Otto & Flintz, 2021; Hermans & Gyldensted, 2019). Onder meer uit het onderzoek van McIntyre (2015) blijkt dat nieuwsverhalen die positieve emoties oproepen, zorgen dat het publiek die verhalen ook leuker vindt en zich meer betrokken voelt bij de besproken onderwerpen. De intenties om ook daadwerkelijk actie te ondernemen met betrekking tot de onderwerpen in het nieuws blijken sterker dan bij nieuwsverhalen die negatieve emoties oproepen (Baden et al., 2019).

Op basis van de bovenstaande theorie wordt de eerste hypothese in dit onderzoek als volgt geformuleerd:

*Hypothese 1: Een constructief nieuwsverhaal zorgt voor een positievere score op een emotieschaal dan een niet-constructief nieuwsverhaal.*

Naast positieve emoties is betrokkenheid het tweede thema in dit onderzoek. De bijbehorende theorie wordt in de onderstaande paragraaf verder besproken.

## **2.4 De betrokkenheid van het publiek in reactie op niet-constructief en constructief nieuws**

Naast de belangrijke rol die de journalistiek speelt in onze democratie, zou het nieuws mensen moeten stimuleren om betrokken te zijn en actief deel te nemen aan de samenleving

(Mäder & Rinsdorf, 2023; McIntyre, 2015; Haagerup, 2017; Hermans & Gyldensted, 2019, p. 546). Constructieve journalistiek wil nieuws maken dat mensen onder andere inspireert om meer betrokken te zijn bij de samenleving (Hermans & Drok, 2018). Zoals in bovenstaande theorie al kort is aangehaald, kan constructieve berichtgeving hierbij helpen. Ook andere onderzoeken ondersteunen de positieve effecten die constructieve journalistiek kan hebben op de betrokkenheid. Zo vond Meier (2018) dat het publiek constructieve verhalen eerder zouden willen delen met anderen. Vanuit een breder perspectief zou dat kunnen betekenen dat constructieve berichtgeving betrokkenheid aanmoedigt.

Hermans & Prins (2022) constateerden verder dat constructieve online berichtgeving leidde tot meer 'inspirerende emotionele reacties', waarmee wordt bedoeld dat lezers aangaven zich meer geïnspireerd, betrokken en geïnteresseerd te voelen na het lezen van constructief nieuws. Ook was er een hogere online betrokkenheid: online constructieve berichten werden vaker 'geliked'. De bevindingen ondersteunen volgens de onderzoekers deels de aanname dat constructief nieuws betrokkenheid kan aanmoedigen (Hermans & Prins, 2022).

Zo bleek uit het onderzoek van De Vreese & Boomhaarden (2006) dat nieuwsconsumptie positieve effecten had op politieke betrokkenheid, geoperationaliseerd als deelname aan verkiezingen. Minder negatief-georiënteerd nieuws zou ervoor kunnen zorgen dat het publiek het nieuws meer volgt, meer kennis opdoet en zo meer betrokken raakt. Daarnaast zou meer aandacht voor oplossingen in constructief nieuws het publiek kunnen aanmoedigen om meer betrokken te zijn, bijvoorbeeld door te laten zien wat anderen doen om ergens bij te helpen of door informatie te geven over hoe ze zelf zouden kunnen helpen (Hermans & Gyldensted, 2019). Het lijkt erop dat constructieve elementen in nieuwsberichtgeving de betrokkenheid van het publiek vergoten bij de onderwerpen die worden behandeld (Kleemans et al., 2017a). Daarom is ook de tweede en laatste hypothese in dit onderzoek:

*Hypothese 2: Een constructief nieuwsverhaal zorgt voor een hogere score op een betrokkenheidsschaal dan een niet-constructief nieuwsverhaal.*

Het concept constructieve journalistiek is in dit hoofdstuk verklaard aan de hand van theorie uit de *positive psychology*, de psychologische theorie achter *The theory of news values*, het *positive-negative asymmetry* effect en de *broaden-and-build* theorie. Daarna volgde een uiteenzetting over de emotionele reacties van het publiek op niet-constructief, constructief nieuws en de mogelijke gevolgen hiervan op de betrokkenheid. Uit die theorieën zijn vervolgens twee hypothesen afgeleid over de verwachte effecten van de constructieve van Omroep West. Die verwachtingen zullen worden getoetst met behulp van een experiment.

### **3 Methode**

Dit onderzoek is een replicatie van het onderzoek van Kleemans et al. (2017a). Het is daarentegen geen exacte replicatie. Over het precieze niveau van replicatie volgt later in dit hoofdstuk later meer informatie. In dit kwantitatieve onderzoek gaat het om een zogenaamd tussen-proefpersonen-experiment. De respondenten (N = 96) lazen een constructief of een niet-constructief nieuwsverhaal van Omroep West. Na het lezen beantwoordden zij vragen over hun emoties en hun betrokkenheid.

Hoewel de doelgroep is aangepast (namelijk van kinderen naar volwassenen), was het doel om de gehanteerde methode door Kleemans et al. (2017a) zo veel mogelijk te volgen. Hierdoor kan onderzocht worden of de eerder gevonden resultaten daadwerkelijk robuust zijn. In de onderstaande paragrafen wordt uitgelegd hoe het onderzoek van Kleemans et al. (2017a) in zijn werk ging en hoe en waarom er in dit voorliggende onderzoek op punten van is afgeweken. Een replicatieonderzoek is zinvol en waardevol, omdat hiermee resultaten uit eerder onderzoek nogmaals getest kunnen worden. Door replicatieonderzoek kunnen die resultaten worden bevestigd en ondersteund of bijvoorbeeld juist worden verworpen.

Voordat dit onderzoek dieper in gaat op de niveaus van replicatie (paragraaf 3.3), de procedure (paragraaf 3.1) en de materialen (3.2), staan we kort stil bij de validiteit en betrouwbaarheid. De respondenten wisten dat ze deelnamen aan een experiment. Dat zou ertoe kunnen leiden dat ze de artikelen oplettender hebben gelezen dan ze normaal gesproken zouden doen. Ze wisten echter niet aan wat soort experiment ze deelnamen en dus wat het doel van dit onderzoek was. Dat droeg op zijn beurt juist bij aan de betrouwbaarheid. In tegenstelling tot andere eerdere onderzoeken, werd hier gebruik gemaakt van echte nieuwsberichten die ook daadwerkelijk zijn verschenen op de site van Omroep West. Voor de twee gemanipuleerde artikelen geldt dat ze ook online hadden kunnen staan, omdat ze tevens zijn gemaakt door een verslaggever van Omroep West.

#### **3.1 Procedure**

Vanwege praktische redenen werden bovendien de vragenlijsten niet fysiek afgenomen, maar beantwoordden de respondenten de vragen via een online enquête. Zij kregen random een van de vier artikelen te lezen waarover zij vervolgens vragen beantwoordden. Er waren twee onderwerpen: een artikel over de Delftse nachtclub Caesar en een artikel over de Scheveningse strandtent Blue Lagoon. Van elk onderwerp was er een constructieve en niet-constructieve versie. Bij elk artikel hoorde ook een korte video van anderhalve minuut. Meer over de artikelen volgt in de volgende paragraaf over de materialen (3.2).

**Tabel 2. Verdeling aantal respondenten per artikel**

	Constructief	Niet-constructief
Nachtclub Caesar	20	25
Strandtent Blue Lagoon	26	25

Voor het voorliggende experiment heeft niet dezelfde deelnemers als het onderzoek van Kleemans et al. (2017a). Daar ging het om basisschoolleerlingen tussen de 8 en 13 jaar (N = 332). Hier is gekozen voor een volwassen doelgroep tussen de 19 en 62 jaar (N = 96). Die keuze is gemaakt op basis van verschillende aanbevelingen door andere wetenschappers om vervolgonderzoek te doen naar de effecten van constructieve journalistiek op een volwassen publiek, zoals uitgebreid is toegelicht in hoofdstuk 2. Daarnaast is het overgrote deel van het publiek van Omroep West volwassen. Om aanbevelingen te kunnen doen en Omroep West handvatten te kunnen bieden, richtte dit onderzoek zich dan ook op volwassenen.

### 3.2 Materialen

Bij dit experiment is gebruik gemaakt van verschillende versies verhalen die Omroep West zelf geschreven heeft. Dit maakt de resultaten betrouwbaarder en nuttiger voor Omroep West. Net zoals Kleemans et al. (2017a) zal dit onderzoek gebruik maken van twee onderwerpen. Van elk artikel is vervolgens een constructieve versie en een niet-constructieve versie gemaakt. Zowel de twee daadwerkelijk gepubliceerde artikelen als de extra constructieve en niet-constructieve versies zijn geschreven door een journalist van Omroep West: door verslaggever Anniek Enthoven. Dat geldt ook voor de korte video's die onderdeel uitmaken van de nieuwsberichten. Het voorliggende onderzoek maakt daarmee geen gebruik van geconstrueerde artikelen, zoals vaak wel het geval is bij andere onderzoeken naar constructieve journalistiek, maar van levensechte nieuwsverhalen. Er zijn twee verschillende nieuwsonderwerpen opgenomen in dit onderzoek om zo te kunnen controleren of het onderwerp van een artikel niet de resultaten beïnvloedde. Hoe de onafhankelijke variabele constructiviteit vorm heeft gekregen in deze nieuwsverhalen, wordt hieronder verder uitgelegd.

#### *Artikelen*

Zoals eerder benoemd, gebruikt dit onderzoek twee artikelen. Van ieder artikel zijn twee versies. Iedere versie bestaat uit ongeveer hetzelfde aantal woorden (zie Tabel 3 en 4). Het eerste verhaal gaat over een nachtclub in Delft (Enthoven, 2017). Op de site van Omroep West verschenen een nieuwsbericht en video met een constructieve insteek. Omwonenden

van Club Caesar in Delft hebben minder last van luidruchtige bezoekers, straatraces, vechtpartijen en vernielingen. Volgens mensen die naar een bewonersavond kwamen, gaat het een stuk beter. Een paar maanden eerder was dat nog wel anders. Er werden maatregelen genomen en die pakten goed uit. Veel omwonenden zijn positief. “Voorheen was het ieder weekend tussen 5:00 en 7:00 uur 's ochtends raak. Nu loopt het soms nog uit de hand, maar het gaat echt beter. Er is meer toezicht. Al ben ik soms nog wel bang als ik vroeg naar mijn werk ga en langs al dat uitgaanspubliek moet’, zegt een bewoner.”

Het tweede verhaal is dat over een brand in een strandtent in Scheveningen (Enthoven, 2018). Online verscheen een niet-constructieve versie. De strandtent van Lindsey Ludovici, de Blue Lagoon, brandde volledig af. In het artikel is te lezen dat ze werd wakker gebeld door de nachtbewaker. “Ik hoopte nog dat ik het mis had, maar het ging opeens heel hard. Ik hoorde sirenes, zag veel rook op de plek van onze zaak. Eén plus één is twee, ik ben er meteen naartoe gerend. Binnen tien minuten stond de boel in lichterlaaie. Ik dacht: Jeetje, daar gaat vijfendertig jaar levenswerk van je ouders en jezelf. Dit is echt heel triest.”

In het geval van het bericht over Club Caesar was dat dus een insteek waarbij de angst van sommige omwonenden meer aandacht kreeg dan de aanzienlijke afname van de overlast (Bijlage A). Van het bericht over de Scheveningse brand maakte ze een constructieve versie, onder meer te herkennen meer aandacht voor de oplossingsgerichtheid van de eigenaresse om er toch nog wat moois van te maken (Bijlage B). In de tabellen hieronder een overzicht van de verschillen tussen de constructieve en niet-constructieve versies van beide artikelen. Een deel van de informatie in de artikelen is hetzelfde gebleven, zoals de informatie over de bewonersavond. Dat geldt ook voor de alinea's over het verdriet van de eigenaresse van de afgebrande strandtent.

**Tabel 3. Artikel over nachtclub Caesar in Delft**

	<b>Constructief (415 woorden)</b>	<b>Niet-constructief (416 woorden)</b>
Titel	Positieve focus	Focus op angst
Lead	Opllossingsgericht: de maatregelen helpen. Bewoners blij en hoopvol	Negatieve emoties van bewoners: ergernis, ontevredenheid, wantrouwen
Alinea 1	Informatie over bewonersavond	Informatie over bewonersavond
Alinea 2	Overgrote deel bewoners blij	Klein aantal bewoners niet blij
Alinea 3	Informatie over maatregelen	Informatie over maatregelen
Alinea 4	Burgemeester tevreden over actie	Burgemeester tevreden over actie
Alinea 5	Burgemeester over mogelijk meer maatregelen	Burgemeester over mogelijk meer maatregelen
Alinea 6	Bewoners nog pessimistisch, slachtofferrol	Bewoners hoopvol, optimistisch
Alinea 7	Focus op 6 klachten, daling aantal klachten niet genoemd	Focus op daling klachten en nuance: daling van 47 naar 6 klachten
Video	Overwegend blije en tevreden mensen aan het woord. Hoopvol en optimistisch einde (tijd = 1.39 min.)	Overwegend ontevreden mensen aan het woord. Pessimistisch eind (tijd = 1.33 min.)

**Tabel 4. Artikel over brand in strandtent Blue Lagoon**

	<b>Constructief (304 woorden)</b>	<b>Niet-constructief (215 woorden)</b>
Titel	Blik op de toekomst	Slachtofferrol, hulpeloos
Lead	Informatie over brand. Eigenaresse 'niet- slachtoffer': optimistisch, veerkrachtig	Informatie over brand. Focus op negatieve emoties van eigenaresse: verdriet
Alinea 1	Eigenaresse verdrietig over de brand	Eigenaresse verdrietig over de brand
Alinea 2	Eigenaresse verdrietig over de brand	Eigenaresse verdrietig over de brand
Alinea 3	Eigenaren gaan direct aan de slag om toch open te kunnen, hoopvol, oplossingen	Eigenaren over mogelijke oplossing om toch open te kunnen, maar minder hoopvol
Alinea 4	Omstanders tonen medeleven	(Geen 4 <sup>e</sup> alinea)
Video	Aandacht voor het verdriet van eigenaresse, maar focus ligt op oplossingen en de toekomst (tijd = 1.32 min.)	Eigenaresse als slachtoffer in beeld. Focus ligt op het verdriet en hopeloosheid (tijd = 1.31 min.)

## *Enquête*

De vragenlijst van die Kleemans et al. (2017a) hebben gebruikt, waren speciaal opgesteld voor kinderen. De vragenlijst uit dat onderzoek was de basis voor de vragen die in dit onderzoek zijn gesteld (Bijlage E). Door de verschillende doelgroep, is er wel een aanpassing gedaan. Zo maakte Kleemans et al. (2017a) geen gebruik van een Likertschaal, maar van een lijn met aan elke kant een smiley die de bevraagde emotie uitbeelde. De kinderen namen deel aan het onderzoek in een klaslokaal en moesten met een pen of potlood ergens op die lijn een streepje zetten om hun gevoel mee aan te duiden. In dit onderzoek werden volwassenen online bevraagd.

Vanwege de volwassen doelgroep en de online afnamemethode, zijn de vragen met betrekking tot de positieve emoties aangepast naar een 5-punts Likertschaal (1 = Helemaal niet; 5 = Heel erg). De vragen om de betrokkenheid te meten, werden door Kleemans et al. (2017a) al wel met behulp van een waarderingsschaal bevraagd (1 = Helemaal niet mee eens; 6 = Heel erg mee eens). De respondenten is onder andere gevraagd of ze meer berichten willen lezen over het onderwerp, er met anderen over willen praten of willen bijdragen aan een (handtekeningen)actie om de personen waar het in de nieuwsverhalen over te gaat te helpen.

De vragenlijsten zijn gemaakt met behulp van Google Forms en zijn online door de respondenten beantwoord. De vragen (Bijlage C) zijn in de vier versies hetzelfde. Het enige verschil was welk artikel de respondenten te zien kregen. Op basis daarvan zijn per vragenlijst de namen aangepast in sommige vragen. Als een respondent een artikel over de Blue Lagoon heeft gelezen, dan stond die naam ook in de vragen (Bijlage D).

De afhankelijke variabelen positieve emoties en betrokkenheid staan centraal in dit onderzoek. Om die constructen te kunnen meten, werden de respondenten hierover een aantal vragen gesteld. Vervolgens is er een gemiddelde score berekend van de antwoorden op die vragen. De samenhang van de schaal, de Cronbach's alpha, is goed. Dat betekent dat de betrouwbaarheid van het construct dat ze meten eveneens goed is:

*Positieve emoties* Deze variabele bestaat uit de gemiddelde score van drie items (Cronbach's  $\alpha = 0.76$ ).

*Betrokkenheid* Deze variabele bestaat uit de gemiddelde score van tien items (Cronbach's  $\alpha = 0.71$ ).

De respondenten gaven aan in welke mate zij zich na het lezen van het artikel blij, vrolijk en hoopvol voelde. Blij en vrolijk zijn ook de positieve emoties die onder andere Kleemans et al. (2017a) onderzochten. Hoopvol is ook toegevoegd als positieve emotie. Dit gevoel wordt



namelijk steeds opnieuw als zeer belangrijk wordt genoemd in de literatuur over positieve psychologie: een veelgenoemde theorie achter constructieve journalistiek (Hermans & Gyldensted, 2019; Swijtink et al., 2022). Constructieve journalistiek heeft namelijk onder andere als doelen om mensen meer hoop te geven en te inspireren (Hermans & Prins, 2022; McIntyre, 2015; Hermans & Drok, 2018; Meier, 2018). Om de betrokkenheid van de respondenten te meten, werden onder andere gevraagd of iemand meer berichten over het onderwerp wilde lezen, of iemand het artikel met anderen wilde bespreken en met anderen wilde delen en of iemand mee wilde doen aan een handtekeningenactie of geld wilde doneren om te helpen.

### **3.3 Niveaus van replicatie**

Een onderzoek kan nooit volledig worden gerepliceerd (IJzendoorn, 1988). Kleine variaties zijn volgens IJzendoorn altijd het geval, omdat een onderzoek onder andere nooit twee keer op dezelfde tijd kan plaatsvinden. “Of eenzelfde eindresultaat wordt geboekt is in dat geval afhankelijk van de robuustheid van de uitkomsten voor kleine variaties in de onderzoeksopzet, en voor tijdruimtelijke veranderingen”, luidt zijn uitleg (IJzendoorn, 1988, p. 230). IJzendoorn benadrukt dat, op basis van al beschikbare achtergrondkennis, die variaties niet van invloed mogen zijn op de uitkomsten van een onderzoek. In het voorliggende onderzoek werden op basis van eerdere onderzoeken twee hypothesen vastgesteld. Op basis van de achtergrondkennis is de verwachting is dat de uitkomsten inderdaad niet zullen afwijken. Ook al variëren een aantal parameters, dan zou dat niet moeten leiden tot andere uitkomsten in vergelijking met de studie van Kleemans et al. (2017a).

Wat replicatieonderzoeken betreft zijn er verschillende niveaus van replicatie (Bahr, Caplow & Chadwick, 1983, p. 252). Volgens Bahr et al. (1983) spelen vier parameters een belangrijke rol bij die variaties: het gaat om tijd, plaats (in een ander land bijvoorbeeld), proefgroep (proefpersonen en corpora) en methode. Combinaties van deze vier variabelen zorgen voor verschillende replicatietypen. Die combinatievariëaties leiden volgens Bahr et al. (1983, p. 253) tot zestien verschillende types replicatie, zoals ‘letterlijke replicatie’ en ‘operationele replicatie’. Bij die laatste komen de methode en de proefpersonen overeen, maar verschillen de tijd en plaats waarop het onderzoek wordt uitgevoerd. Het voorliggende onderzoek zou volgens Bahr et al. (1983) vallen onder een ‘systematische replicatie’, omdat de methode voor een deel overeenkomt, maar de tijd en proefpersonen niet. De plaats komt wel overeen, omdat beide onderzoeken zijn uitgevoerd in Nederland.

Door in te zoomen op de parameter ‘methode’ van Bahr et al. (1983), leidt dat tot de conclusie dat de methode in algemene zin overeenkomt. Het voorliggende onderzoek test dezelfde hypothesen als Kleemans et al. (2017a) met betrekking tot positieve emoties en betrokkenheid. Dat wordt eveneens getest aan de hand van twee nieuwsartikelen, waarvan

per artikel een constructieve en niet-constructieve versie is. De verschillen hebben betrekking op de inhoud van de artikelen, hoe de gemanipuleerde versies tot stand zijn gekomen, aan de hand van welke schalen de concepten zijn bevraagd en hoe die vragenlijsten zijn afgenomen (paragraaf 3.2 en 3.3). In het geval van Kleemans et al. (2017a) zijn de artikelen door de onderzoekers zelf gemaakt en niet door een journalist van de nieuwssite waar de artikelen kwamen.

## 4 Resultaten

Om de hypothese 1 en hypothese 2 in dit onderzoek te testen, is er een statistische analyse uitgevoerd waarbij constructiviteit de onafhankelijke variabele was. Het gaat om een tussenproefpersonen experiment. De twee hypothesen hebben betrekking op de afhankelijke variabelen positieve emoties en betrokkenheid van het publiek. Beide hypothesen zijn getest aan de hand van een onafhankelijke t-test (*independent samples t-test*). Zo kan worden onderzocht of de steekproefgemiddelden van de twee afhankelijke variabelen in de constructieve en niet-constructieve condities significant van elkaar verschillen.

### 4.1 De effecten van constructief nieuws op positieve emoties

De eerste hypothese (1) voorspelt dat een constructief nieuwsverhaal voor meer positieve emoties zorgt dan een niet-constructief nieuwsverhaal. Er is gezien deze verwachting gekozen voor een eenzijdige t-toets. De analyse toont aan dat deze hypothese mag worden aangenomen. Het verschil in de gemiddelde score van positieve emoties na het lezen van een constructief nieuwsverhaal ( $M = 10.65$ ;  $SD = 1.79$ ) en na een niet-constructief nieuwsverhaal ( $M = 9.88$ ;  $SD = 1.81$ ) is significant ( $t(94) = -2,00$ ;  $p = .019$ ). De respondenten geven aan zich na het lezen van een constructief nieuwsverhaal zich blijer, hoopvoller en vrolijker te voelen.

**Tabel 5.** De gemiddelde scores van positieve emoties (tussen 1 – 5) en betrokkenheid (tussen 1 – 6) na het lezen van een constructief of niet-constructief nieuwsverhaal

	Constructief	Niet-constructief
	<i>M (SD)</i>	<i>M (SD)</i>
Positieve emoties*	10.65 (1.79)	9.88 (1.81)
Betrokkenheid	19.27 (6.39)	19.04 (5.71)

\*Significant verschil ( $p < .05$ )

Als toevoeging bij deze hypothese zijn eveneens de negatieve emoties geanalyseerd. Hoewel over deze afhankelijke variabele geen hypothese is geformuleerd, kunnen de resultaten wel van toegevoegde waarde zijn bij de eerste hypothese. Hierover volgt meer in de discussie (hoofdstuk 5). Het construct negatieve emoties bestaat uit zeven items (boos, verdrietig, bang, moedeloos, kwaad, angstig en droevig) met een betrouwbare samenhang (Cronbach's  $\alpha = 0.90$ ).

Net als blij, behoren boos, verdrietig en bang tot de vier basisemoties, zo melden Keltner, Oatley & Jenkins (2014) in hun veelgebruikte psychologische handboek *Understanding emotions*. Voor zowel blij als boos, verdrietig en bang zijn synoniemen

gebruikt (vrolijk, kwaad, angstig en droevig). Moedeloos is ook toegevoegd. In eerdere onderzoeken geven mensen regelmatig aan dat dit een emotie is die niet-constructieve berichtgeving bij hen oproept. Het is een tevens een veelgenoemde reden om nieuws te mijden (Gyldensted, 2015; McIntyre, 2015; Villi et al., 2022; Skovsgaard & Andersen, 2020).

Het verschil in de gemiddelde score van negatieve emoties na het lezen van een constructief nieuwsverhaal ( $M = 13.50$ ;  $SD = 4.99$ ) en na een niet-constructief nieuwsverhaal ( $M = 13.56$ ;  $SD = 4.73$ ) is zowel eenzijdig ( $t(94) = 0,060$ ;  $p = .476$ ) als tweezijdig niet significant ( $t(94) = 0,060$ ;  $p = .952$ ).

#### **4.2 De effecten van constructief nieuws op betrokkenheid**

De tweede hypothese (2) voorspelt dat een constructief nieuwsverhaal voor meer betrokkenheid zorgt van het publiek bij het nieuwsonderwerp dan een niet-constructief nieuwsverhaal. Ook hier is gezien deze verwachting gekozen voor een eenzijdige t-toets. De analyse toont aan dat de tweede hypothese moet worden verworpen. Het verschil in de gemiddelde score van betrokkenheid na het lezen van een constructief nieuwsverhaal ( $M = 19.27$ ;  $SD = 6.39$ ) en na een niet-constructief nieuwsverhaal ( $M = 19.04$ ;  $SD = 5.71$ ) is niet significant ( $t(91) = -0,19$ ;  $p = .427$ ). De respondenten geven aan na het lezen van een constructief nieuwsverhaal niet meer betrokken te zijn bij het nieuwsonderwerp.

## 5 Conclusie

Het voorliggende experiment geeft meer inzicht in de effecten van constructieve nieuwsverhalen op de positieve emoties en de betrokkenheid van een volwassen publiek. De resultaten tonen aan dat een constructief nieuwsverhaal zorgt voor meer positieve emoties bij het publiek. Daarentegen heeft het lezen van een constructief nieuwsverhaal geen significant effect op de betrokkenheid van het publiek. In dit geval houdt dat in dat het publiek onder andere heeft aangegeven niet meer berichten te willen lezen over het onderwerp, er met anderen over wil praten of wil bijdragen aan een (handtekeningen)actie om de personen waar het in de nieuwsverhalen over te gaat te helpen.

De resultaten van dit empirische onderzoek bevestigen de verwachting dat mensen die een constructief nieuwsverhaal hebben gelezen meer positieve emoties ervaren dan mensen die een niet-constructief nieuwsverhaal hebben gelezen (McIntyre & Lough, 2023). Constructieve elementen in nieuwsverhalen, zoals aandacht voor hoop, oplossingen en nuance, verbeteren de emotionele reacties van het publiek. Kleemans et al. (2017a) ontdekten al dat dit voor kinderen het geval was. Ook bij volwassenen zijn de afgelopen jaren vergelijkbare resultaten gevonden (McIntyre & Lough, 2023; Meier, 2018; Hermans & Prins, 2022; Hermans & Gyldensted, 2019). Het voorliggende onderzoek is een toevoeging hieraan. In tegenstelling tot negatieve emoties verbreden positieve emoties letterlijk onze blik en zorgt dat we verder bouwen aan onszelf en de samenleving. Deze *broaden-and-build* theorie van Fredrickson (2001) maakt inzichtelijk dat positiviteit zorgt voor minder egoïsme en voor meer aandacht voor de mensen om ons heen.

Een effect op de betrokkenheid is in dit experiment echter niet gevonden. Uit verschillende eerdere onderzoeken is gebleken dat nieuwsverhalen die positieve emoties oproepen, zorgen dat het publiek zich meer betrokken voelt bij de besproken onderwerpen (McIntyre, 2015). Het publiek gaf bijvoorbeeld aan om ook daadwerkelijk actie te ondernemen met betrekking tot de onderwerpen in het nieuws of wilde er graag met anderen over praten (Baden et al., 2019). Toch is niet bij alle eerdere onderzoeken een significant verschil gevonden (Meier, 2018, p. 777; Kleemans et al., 2017a, p. 795). Verder analyseerden McIntyre & Lough (2023) twaalf onderzoeken over deze betrokkenheid, maar stelden bij zes daarvan een significant effect vast.

Verder bleek uit eerdere onderzoeken dat constructieve nieuwsverhalen zorgen voor minder negatieve emoties bij het publiek (Hermans & Prins, 2022; Swijtink, Prins, Hermans & Hietbrink, 2023; McIntyre & Lough, 2023). Ook dat effect was niet terug te zien in de huidige studie. Het publiek gaf dus wel aan meer positieve emoties te ervaren.

## 5.1 Discussie

Een eerste mogelijke verklaring voor de resultaten in dit onderzoek zou te maken kunnen hebben met zowel de groep respondenten als de onderwerpen van de nieuwsverhalen. De benaderde respondenten kwamen niet uit het noordelijke deel van provincie Zuid-Holland: de regio waar Omroep West het nieuws verzorgt. Het kan zijn dat de respondenten zich daardoor bij voorbaat al minder verbonden voelden met het nieuwsonderwerp, omdat ze er niet in de buurt wonen. Hermans & Prins (2022) ontdekten dat interesse voor een nieuwsonderwerp een belangrijke rol speelt: hoe hoger de interesse van het publiek in het nieuwsonderwerp, hoe groter de impact van constructieve journalistiek.

Een tweede mogelijke verklaring heeft ook te maken met de onderwerpen van de nieuwsverhalen. Wellicht leent een afgebrande strandtent zich niet voor een constructief nieuwsverhaal. Zo stelt Meier (2018) dat journalisten niet zomaar constructieve elementen toe moeten voegen aan een verhaal over een moeilijk probleem. Ze zouden daardoor als onkritisch gezien kunnen worden. Verder adviseert hij voorzichtig te zijn met het aantal positieve voorbeelden. Journalisten lopen zo het risico dat het publiek artikelen als commercieel of politiek beïnvloed bestempelt.

Het is aan te raden om in de toekomst meer soortgelijke experimenten uit te voeren en daarbij meer dan twee nieuwsonderwerpen te gebruiken. Zulk onderzoek zou meer inzicht kunnen geven in de rol die het onderwerp van een nieuwsverhaal speelt. Als toevoeging zou een kwalitatief onderzoek over een langere periode een waardevolle bijdrage kunnen leveren aan hoe constructieve nieuwsverhalen kunnen voldoen aan de behoeften van het publiek. Aan de hand van bijvoorbeeld interviews met het publiek waarin zij worden bevraagd over hun ervaringen met het constructieve en/of niet-constructieve nieuws dat zij in die periode volgden.

Het voorliggende onderzoek bevestigt de eerder gevonden en bemoedigende resultaten met betrekking tot het opwekken van meer positieve emoties aan de hand van constructieve journalistiek. Daarmee draagt het bij aan de kennis over de effecten van constructieve journalistiek. Het biedt handvatten voor mediaorganisaties als Omroep West. Door als journalist constructieve elementen in nieuwsverhalen te gebruiken, zoals meer aandacht voor nuance, oplossingen en hoop, voelt je publiek zich positiever. Die positiviteit zou er uiteindelijk voor kunnen zorgen dat meer mensen het nieuws willen blijven volgen. Iets wat de redactievloer van Omroep West als muziek in de oren zal klinken.

Het wordt steeds duidelijker dat constructieve nieuwsverhalen een belangrijk rol kunnen spelen in onze maatschappij. De effecten van constructieve nieuwsverhalen op de betrokkenheid van het publiek zijn minder eenduidig. Ze zouden bij kunnen dragen aan beter geïnformeerde burgers. Die betrokkenheid bij het nieuws kan op de lange termijn ook hun betrokkenheid bij de samenleving vergroten. Maar om de voordelige effecten van

constructieve journalistiek optimaal te kunnen benutten binnen de media, zullen meer onderzoekers hun tanden er nog in moeten zetten. Over constructieve journalistiek is waarschijnlijk het laatste woord nog niet gezegd.

## Literatuur

- Baden, D., McIntyre, K. & Homberg, F. (2019). The Impact of Constructive News on Affective and Behavioural Responses. *Journalism Studies*, 20(13), 1940-1959.
- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C., & Vohs, K. D. (2001). Bad is Stronger than Good. *Review of General Psychology*, 5(4), 323-370.
- Bahr, H. M., Caplow, T., & Chadwick, B. A. (1983). Middletown III: Problems of replication, longitudinal measurement, and triangulation. *Annual Review of Sociology*, 9, 243–264. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.09.080183.001331>
- Brandenburg – van de Ven, (2019, september). *Omroep West vergadert niet meer live op Facebook*. Geraadpleegd op 4 februari 2020, van <https://www.villamedia.nl/artikel/omroep-west-vergadert-niet-meer-live-op-facebook>
- Brandpunt+ (2019, 29 april). *Over Brandpunt+*. Geraadpleegd op 21 april 2022, van <https://www.npo3.nl/brandpuntplus/over>
- Breebaart, L. (2017). Nieuws mijden schijnt een trend te zijn. *Trouw*. Geraadpleegd op 16 januari, van <https://www.trouw.nl/home/nieuws-mijden-schijnt-een-trend-te-zijn~a3336a76/>
- Chen, Z. & Berger, J. (2013). When, why, and how controversy causes conversation. *Journal of Consumer Research*, 40, 580-593.
- Commissariaat voor de Media (2023). *Digital News Report Nederland 2023*. Commissariaat voor de Media. Geraadpleegd op 1 februari 2024, van <https://www.cvdm.nl/wp-content/uploads/2023/06/CvdM-DigitalNewsReport-2023.pdf>
- Costera Meijer, I. & Groot Kormelink, T. (2021a). *Digital News Report 2021*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Geraadpleegd op 21 april 2022, van <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/netherlands>
- De Correspondent (2018). *Dit was het nieuws niet*. De Correspondent. De Correspondent (z.d.). *Een dagelijks medicijn tegen de waan van de dag*. Geraadpleegd op 1 april 2020, van <https://decorrespondent.nl/>
- De Hoog, N., & Verboon, P. (2020). Is the news making us unhappy? The influence of daily news exposure on emotional states. *British journal of psychology*, 111(2), 157–173. <https://doi.org/10.1111/bjop.12389>
- De Kort, N. (2023, 16 januari). Zoeken naar 'tegengif tegen negativiteit' in somber nieuwslandschap. *NOS*. Geraadpleegd op 1 februari 2024, van <https://nos.nl/artikel/2460033-zoeken-naar-tegengif-tegen-negativiteit-in-somber-nieuwslandschap>
- Dellemann, L. (2022, 21 april). Deze twintigers volgen het nieuws niet meer. “Mijn mentale stabiliteit gaat voor”. *Brandpunt+*. Geraadpleegd op 26 mei 2022, van <https://www.npo3.nl/brandpuntplus/geen-nieuws-meer>



- De Vreese, C. H., & Boomgaarden, H. (2006). News, political knowledge and participation: The differential effects of news media exposure on political knowledge and participation. *Acta Politica*, 41(4), 317–341.
- Enthoven, A. (2017, 6 december). Club Caesar zet extra beveiliging in, overlast neemt af. *Omroep West*. Geraadpleegd op 7 mei 2022, van <https://www.omroepwest.nl/nieuws/3558066/club-caesar-zet-extra-beveiliging-in-overlast-neemt-af>
- Enthoven, A. (2018, 19 april). Eigenaresse Blue Lagoon: ‘Sta je dan; 27 graden en een verwoeste strandtent’. *Omroep West*. Geraadpleegd op 7 mei 2022, van <https://www.omroepwest.nl/nieuws/3619047/eigenaresse-blue-lagoon-sta-je-dan-27-graden-en-een-verwoeste-strandtent>
- Fredrickson, B. L. (1998). What good are positive emotions? *Review of General Psychology*, 2(3), 300–319.
- Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American Psychologist*, 56(3), 218–226.
- Fredrickson, B. (2009). *Positivity: Groundbreaking research reveals how to embrace the hidden strength of positive emotions, overcome negativity, and thrive*. Crown Publishers/Random House.
- Galtung, J., & Ruge, M., (1965). The structure of foreign news. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64-91.
- Garland, E. L., Fredrickson, B., Kring, A. M., Johnson, D. P., Meyer, P. S., & Penn, D. L. (2010). Upward spirals of positive emotions counter downward spirals of negativity: Insights from the broaden-and-build theory and affective neuroscience on the treatment of emotion dysfunctions and deficits in psychopathology. *Clinical Psychology Review*, 30(7), 849–864.
- Goodman, W. (2022). *Toxic Positivity*. Orion Spring
- Goyanes, M., Ardèvol-Abreu, A., & Gil de Zúñiga, H. (2023). Antecedents of news avoidance: competing effects of political interest, news overload, trust in news media, and “news finds me” perception. *Digital Journalism*, 11(1), 1-18.
- Gyldensted, C. (2011). *Innovating News Journalism through Positive Psychology* (Masterthese). Master of Applied Positive Psychology, University of Pennsylvania, Philadelphia.
- Gyldensted, C. (2015). *From mirrors to movers: Five elements of positive psychology in constructive journalism*. Loveland, CO: Group Publishers.
- Haagerup, U. (2014). *Constructive News. Why Negativity Destroys the Media and Democracy – And How to Improve Journalism of Tomorrow*. Rapperswil: Innovatio.
- Haagerup, U. (2017). *Constructive News: How to save the media and democracy with*

- journalism of tomorrow*. Aarhus University Press.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What Is News? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, 2(2), 261-280.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is News? *Journalism Studies*, 18(12), 1470-1488.
- Hermans, L. & Drok, N. (2018). Placing Constructive Journalism in Context. *Journalism Practice*, 12(6), 679-694.
- Hermans, L., & Gyldensted, C. (2019). Elements of constructive journalism: Characteristics, practical application and audience valuation. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 20(4), 535-551.
- Hermans, L., & Prins, T. (2022). Interest matters: The effects of constructive news reporting on Millennials' emotions and engagement. *Journalism*, 23(5), 1064-1081.
- IJzendoorn, M. H. van. (1988). Een proces-model voor replicatieonderzoek: over de samenhang tussen verschillende typen replicaties. *Nederlands Tijdschrift Voor Opvoeding, Vorming En Onderwijs*, 5(4), 229-240.
- Keltner, D., Oatley, K., Jenkins, J.M. (2014). *Understanding Emotions*. 3rd ed. Hoboken, NJ: Wiley.
- Kleemans, M., de Leeuw, R. N. H., Gerritsen, J., & Buijzen, M. (2017a). Children's Responses to Negative News: The Effects of Constructive Reporting in Newspaper Stories for Children. *Journal of Communication*, 67(5), 781-802.
- Kleemans, M., Schlindwein, L. F., & Dohmen, R. (2017b). Preadolescents' Emotional and Prosocial Responses to Negative TV News: Investigating the Beneficial Effects of Constructive Reporting and Peer Discussion. *Journal of youth and adolescence*, 1-13.
- Kleemans, M., Dohmen, R., Schlindwein, L. F., Tamboer, S. L., de Leeuw, R. N., & Buijzen, M. (2018). Children's cognitive responses to constructive television news. *Journalism*, 20(4), 568-582.
- Keulemans, M. (2024, 14 februari). Last van klimaatpessimisme? De data kunnen ook hoop bieden. *De Volkskrant*. Geraadpleegd op 29 februari 2024, van <https://www.volkskrant.nl/kijkverder/v/2024/de-wereld-lijkt-wel-te-vergaan-tot-ie-deze-acht-grafieken-ziet~v1012671/>
- Krul, R. (2017, 23 januari). *Vergaderen op Facebook met Omroep West*. Geraadpleegd op 26 januari 2018, van <https://www.villamedia.nl/artikel/vergaderen-op-facebook>.
- Lang, A., Newhagen, J., & Reeves, B. (1996). Negative video as structure: Emotion, attention, capacity, and memory. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 40(4), 460-477.
- Lund Jørgensen, K. & Risbro, J. (2021). *A Handbook on Constructive Journalism*. International Media Support & Constructive Institute.

- Mäder, A. & Rinsdorf, L. (2023) Constructive Journalism as an Adaptation to a Changing Media Environment. *Journalism Studies*, 24(3), 329-346.
- McCombs, M. & Reynolds, A. (2002). News influence on our pictures of the world. In Bryant, J. & Zillmann, D. (Red.), *Media effects: Advances in theory and research* (1-18). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- McIntyre, K. E. (2015). *Constructive Journalism: The Effects of Positive Emotions and Solution Information in News Stories* (Proefschrift). University of North Carolina, Chapel Hill.
- McIntyre, K., Gyldensted, C., & , (2017). Constructive Journalism: An Introduction and Practical Guide for Applying Positive Psychology Techniques to News Production. *The Journal of Media Innovations*, 4(2), 20-34.
- McIntyre, K. & Gyldensted, C. (2018). Positive Psychology as a Theoretical Foundation for Constructive Journalism. *Journalism Practice*, 12, 662–678.
- McIntyre, K., & Lough, K. (2023). Evaluating the effects of solutions and constructive journalism: A systematic review of audience-focused research. *Newspaper Research Journal*, 44(3), 276-300.
- Meier, K. (2018). How Does the Audience Respond to Constructive Journalism? *Journalism Practice*, 12(6), 764-780, DOI: 10.1080/17512786.2018.1470472
- Mikko Villi, M., Aharoni, T., Tenenboim-Weinblatt, K., Boczkowski, P.J., Hayashi, K., Mitchelstein, E., Tanaka, A. & Kligler-Vilenchik, N. (2022) Taking a Break from News: A Five-nation Study of News Avoidance in the Digital Era, *Digital Journalism*, 10(1), 148-164.
- Nederlandse Vereniging van Journalisten (z.d.) *Publieke waakhond*. Geraadpleegd op 28 februari 2024, van <https://www.nvj.nl/themas/persvrijheid/balie-persvrijheid/publieke-waakhond>
- Newhagen, N. E., & Reeves, B. (1992). This evening's bad news: Effects of compelling negative television news images on memory. *Journal of Communication*, 42, 25-41.
- NOS (2022, 29 december). *2022 was een somber nieuwsjaar, maar er zijn lichtpuntjes*. Geraadpleegd op 17 februari 2024, van <https://nos.nl/collectie/13919/artikel/2458096-2022-was-een-somber-nieuwsjaar-maar-er-zijn-lichtpuntjes>
- Pinker, S. (2003). *The Blank Slate The Modern Denial of Human Nature*. Reprint Edition, Penguin Books, London.
- Pointer (2024, z.d.). *Pointer pop-up Leeuwarden*. Geraadpleegd op 7 februari 2024, van <https://pointer.kro-ncrv.nl/onderzoeken/pointer-pop-up-leeuwarden>
- Pointer (2022, 1 november). *Onderzoeksjournalisten van Pointer (KRO-NCRV) doen maand*

- lang onderzoek in Zuid-Limburg*. Geraadpleegd op 1 december 2022, van <https://pointer.kro-ncrv.nl/onderzoeksjournalisten-van-pointer-kro-ncrv-doen-maand-lang-onderzoek-in-zuid-limburg>
- International Positive Psychology Association (2024, z.d.). *What is Positive Psychology*. Geraadpleegd op 28 februari 2024, van <https://ippanetwork.org/what-is-positive-psychology/>
- Ritchie, H. (2024). *Niet het einde van de wereld*. Amsterdam: Balans.
- Rosling, H., Rosling, O. & Rosling Rönnlund, A. (2018). *Feitenkennis: 10 redenen waarom we een verkeerd beeld van de wereld hebben en waarom heb beter gaat dan je denkt*. Houten: Spectrum.
- Ruigrok, N. & Gagestein, S. (2017). *Focusgroepen tbv project Constructieve Journalistiek* (Rapportage). LJS Media Research en Taal Strategie.
- Ruijl, H. (2019, september). *Van de hoofdredacteur: Waarom we niet meer live op Facebook vergaderen*. Geraadpleegd op 26 maart 2020, van <https://www.omroepwest.nl/nieuws/3903966/Van-de-hoofdredacteur-Waarom-we-niet-meer-live-op-Facebook-vergaderen>
- Rusch, R., Simon, E., Otto, K. & Flintz, D. (2021). The Impact of Constructive Television Journalism on the Audience: Results from an Online Study. *Journalism Practice*, DOI: 10.1080/17512786.2021.1901599
- Skovsgaard, M. & Andersen, K. (2020) Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions. *Journalism Studies*, 21:4, 459-476.
- Sublime (z.d.). *Nieuws van de Vooruitgang*. Geraadpleegd op 1 april 2020, van <https://sublime.nl/vooruitgang>
- Swijtink, N., Prins, T., Hermans, L., & Hietbrink, N. (2023). An informed audience: The effects of constructive television news on emotions and knowledge. *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, 24(11), 2436-2453.
- Van Uffelen, X. & Van Sas, E. (2023, 10 november). Vertel de Volkskrant wat u wilt lezen: meld u aan voor de Open Redactie. *De Volkskrant*. Geraadpleegd op 8 februari 2024, van <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/vertel-de-volkskrant-wat-u-wilt-lezen-meld-u-aan-voor-de-open-redactie~b3803c26/>

## Bijlage A

### Niet-constructieve versie artikel nachtclub in Delft

#### Club Caesar zet extra beveiliging in, omwonenden nog steeds bang

Club Caesar in Delft heeft maatregelen genomen om de overlast te verminderen, maar dat heeft niet alle ergernissen weggenomen. Omwonenden van club hebben de afgelopen drie maanden wel minder last gehad van luidruchtige bezoekers, straatraces en vernielingen, maar ze zijn nog niet tevreden. Dat bleek woensdagavond tijdens een bewonersavond over de nachtclub.

Zo'n 25 buurtbewoners komen woensdag naar theater De Veste in Delft om te praten over de overlast die de club al jaren veroorzaakt. Burgemeester Marja van Bijsterveldt, de beveiliging van de nachtclub en de politie vertellen over de maatregelen die de afgelopen twee maanden zijn genomen.

Een aantal omwonenden is nog steeds bang: 'Bezoekers gaan 's morgens vroeg weg en dat geeft overlast. Ik moet aanstaande maandag vroeg weg en dan ben ik een beetje bang om weg te rijden met al die mensen om me heen. Ze kunnen best agressief zijn.'

#### Meer beveiliging en parkeerwacht

[Club Caesar heeft direct na de eerste bewonersavond](#) in september maatregelen genomen. 'We hebben meer beveiliging voor de deur ingezet, in de parkeergarage staat een parkeerwacht en we hebben iemand die met gasten meeloopt naar hun auto,' vertelt hoofd beveiliging Akin Kayaalp. 'Vanavond is een groepsapp aangemaakt voor bewoners, zodat ze meteen overlast kunnen melden aan onze beveiligers.'

Burgemeester Van Bijsterveldt is blij dat de club actie heeft ondernomen. 'Ik merk dat het op veel onderdelen goed gaat, maar er zijn nog wel aandachtspunten,' vertelt de burgemeester. 'Er zijn nog parkeerproblemen en omwonenden hebben nog last van bezoekers die 's ochtends vroeg met veel herrie vertrekken.'

#### Cameratoezicht

De politie heeft de afgelopen maanden extra gesurveilleerd rond Club Caesar. 'Dat gaat uiteindelijk wel minder worden. De club is zelf verantwoordelijk,' zegt Van Bijsterveldt. Ze overweegt wel camera's op te hangen en het 'susteam' in te zetten. Dat is een team van ambtenaren dat de politie helpt in de uitgaansuren.

Bewoners zijn na afloop van de avond redelijk gelaten. 'We zullen het wel zien hoe het gaat lopen. Maar mensen hebben toch nog wel veel overlast van schreeuwende mensen,' zegt een bewoonster aan het einde van de avond. 'Ik heb zelf nog veel last van auto's die met piepende banden wegrijden en daar is niks over gezegd vanavond.'

#### Zes klachten

Een andere omwonende vraagt zich af of er echt minder overlast is, of dat bewoners gewoon minder klagen: 'Er zijn formeel zes klachten binnengekomen, terwijl er veel meer mensen last van hebben. Maar de mensen durven eigenlijk niks te doen.'

## **Bijlage B**

### **Constructieve versie artikel over brand in strandtent**

#### **Eigenaresse uitgebrande strandtent op Scheveningen wil zo snel mogelijk weer open**

Strandpaviljoen Blue Lagoon op Scheveningen is donderdagochtend vroeg volledig uitgebrand. Er vielen geen gewonden. Van de houten strandtent is niets meer over, maar het terras staat nog wel. De eigenaren laten zich niet kennen en willen zo snel mogelijk weer open: 'We gaan proberen om er nog wat moois van te maken dit seizoen.'

Het moment van de brand had volgens eigenaresse Lindsey Ludovici niet slechter gekund. 'Ik had de zaak net overgenomen van mijn ouders. We waren een maand open. Er stond een mooie zomer voor de boeg, maar vooral een mooi weekend. Nu sta ik hier met 27 graden, zonder strandtent. Het is nog volledig onduidelijk wat er is gebeurd.'

Ludovici werd wakker gebeld door de nachtbewaker. 'Ik hoopte nog dat ik het mis had, maar het ging opeens heel hard. Ik hoorde sirenes, zag veel rook op de plek van onze zaak. Eén plus één is twee, ik ben er meteen naartoe gerend. Binnen tien minuten stond de boel in lichterlaaie. Ik dacht: Jeetje, daar gaat vijfendertig jaar levenswerk van je ouders en jezelf. Dit echt heel triest.'

#### **Mensen kunnen morgen weer terecht**

Hoe de brand is ontstaan, is nog niet duidelijk. Volgens Lindsey Ludovici is de tent niet meer te gebruiken, maar een deel van het terras staat nog wel. 'We gaan een tijdelijk gebouw neerzetten, dat staat binnen nu en veertien dagen. Het terras maken we vandaag nog in orde. De mensen kunnen morgen weer terecht', zegt vader Peter, die tot voor kort de tent runde.

Terwijl de smeulende puinhopen worden opgeruimd, zet het personeel van Blue Lagoon de eerste ligbedjes neer op het strand. Op de boulevard blijven voorbijgangers even kijken naar de uitgebrande strandtent. 'Ik vind het sneu hoor, dit gun je niemand,' zegt een omstander.

## Bijlage C

### Opbouw enquête

	Vragen	Antwoorden	Bron
<b>Introtekst</b>	N.v.t.	N.v.t.	N.v.t.
1 Demografie	Hoe oud ben je?		
	Ik ben een:	Vrouw, Man, Anders	
	Hoogst afgeronde opleiding:	Middelbare school, mbo, hbo, wo, anders	
2 Nieuwsconsumptie	Over het algemeen volg ik het nieuws intensief.	Helemaal oneens/Oneens/Neutraal/Eens/Helemaal Eens	Kleemans et al. (2017a)
	Hoe geïnteresseerd ben je in het nieuws?	Helemaal niet geïnteresseerd/Niet zo geïnteresseerd/Een beetje geïnteresseerd/Wel geïnteresseerd/Heel erg geïnteresseerd	
	Ik praat vaak met anderen over onderwerpen uit het nieuws	Helemaal oneens/Oneens/Neutraal/Eens/Helemaal Eens	
3 Huidige emoties	Op dit moment voel ik me: Blij, Boos, Verdrietig, Bang, Hoopvol, Vrolijk, Moedeloos, Kwaad, Angstig, Droevig	Helemaal niet/Niet/Neutraal/Een beetje/Heel erg	Kleemans et al. (2017a)

### *Artikel lezen en video bekijken*


4 Huidige emoties	Op dit moment voel ik me: Blij, Boos, Verdrietig, Bang, Hoopvol, Vrolijk, Moedeloos, Kwaad, Angstig, Droevig	Helemaal niet/Niet/Neutraal/Een beetje/Heel erg	Kleemans et al. (2017a)
5 Kwaliteit artikel	Cijfer voor het nieuwsbericht	1 tot en met 10 (onvoldoende-heel goed)	Kleemans et al. (2017a)
	Hoe graag zou je willen dat...	1 tot met 10 (helemaal niet graag-heel graag)	
	Hoeveel zorgen maak je je over...	1 tot en met 10 (helemaal geen zorgen-heel veel zorgen)	
	Hoe belangrijk, interessant en leuk vond je het nieuwsbericht?	1 tot en met 6 (helemaal niet...-heel...)	Kleemans et al. (2017a)
6 Betrokkenheid	1 - Er kan niets meer worden gedaan om ongelukken met	Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Niet zo	Kleemans et al.

	<p>wapens te verminderen.  2 - Ik kan iets doen om wapens te verbieden.  3 - Ik wil helpen om te zorgen dat er regels komen om wapens te verbieden.  4 - Ik kan geld geven aan een organisatie die wil dat wapens verboden worden.  5 - Ik kan een actie starten om wapens te verbieden.  6 - Ik wil meer berichten lezen over ...  7 - Ik wil dit nieuwsbericht aan anderen laten lezen.  8 - Ik wil met vrienden of familie praten over ...  9 - Ik wil meedoen aan een handtekeningenactie om ... te helpen.  10 - Ik wil geld geven aan...</p>	<p>mee eens, Een beetje mee eens, Best wel mee eens, Helemaal mee eens</p> <p>Helemaal niet graag, Niet graag, Niet zo graag, Een beetje graag, Best wel graag, Heel graag</p>	<p>(2017a), McIntyre (2015, p. 143)</p>
Deelbaarheid	<p>Bericht delen/reageren:  Ik zou dit artikel delen, bijvoorbeeld via WhatsApp, Facebook, Twitter, e-mail of LinkedIn.</p> <p>Ik zou willen reageren op dit artikel, bijvoorbeeld via Facebook, Twitter of LinkedIn.</p>	<p>Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Niet zo mee eens, Een beetje mee eens, Best wel mee eens, Helemaal mee eens</p>	<p>McIntyre (2015), Hermans &amp; Prins (2022), Meier (2018)</p>



## Bijlage D



### Voorbeeld van enquête



### Onderzoek Omroep West

Hallo,

Wat fijn dat je meedoet aan dit onderzoek voor Omroep West en de Universiteit Leiden. Er volgen een aantal vragen, daarna een artikel met video en vervolgens opnieuw een aantal vragen. Alvast erg bedankt voor jouw bijdrage en veel (lees- en kijk)plezier!

 [steehouwerbo@gmail.com](mailto:steehouwerbo@gmail.com) (niet gedeeld) [Ander account](#) 

Hoe oud ben je?

Jouw antwoord \_\_\_\_\_

**Ik ben een:**

Vrouw

Man

Anders

Wil ik niet zeggen

**Mijn hoogst afgeronde opleiding is:**

Middelbare school

Mbo

Hbo

WO

Anders: \_\_\_\_\_

**Over het algemeen volg ik het nieuws intensief**

1 2 3 4 5

Helemaal oneens      Helemaal eens

**Ik praat vaak met anderen over onderwerpen uit het nieuws**

1 2 3 4 5

Helemaal oneens      Helemaal eens

**Hoe geïnteresseerd ben je in het nieuws?**

1 2 3 4 5

Helemaal niet geïnteresseerd      Heel erg geïnteresseerd

Op dit moment voel ik me:

	Helemaal niet	Niet	Neutraal	Een beetje	Heel erg
Blij	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hoopvol	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verdrietig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bang	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vrolijk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moedeloos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kwaad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Droevig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Angstig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hierna volgt een kort nieuwsbericht van Omroep West met een video

Lees de tekst en bekijk de video. Dit neemt slechts een paar minuten in beslag. Daarna volgen hierover een aantal vragen. Na het beantwoorden van die vragen is de enquête klaar.

Eigenaresse Blue Lagoon: 'Sta je dan; 27 graden en een verwoeste strandtent'

DEN HAAG - 'Ik keek vanmorgen uit mijn raam en dacht; dit is foute boel', vertelt eigenaresse Lindsey Ludovici geemotiveerd. Haar strandtent Blue Lagoon op Scheveningen is donderdagochtend volledig afgebrand. Hoe de brand is ontstaan is nog niet duidelijk.

Ludovici werd wakker gebeld door de nachtbewaker. 'Ik hoopte nog dat ik het mis had, maar het ging opeens heel hard. Ik hoorde sirenes, zag veel rook op de plek van onze zaak. Eén plus één is twee, ik ben er meteen naartoe gered. Binnen tien minuten stond de boel in lichterlaaie. Ik dacht: 'Jeetje, daar gaat vijfendertig jaar levenswerk van je ouders en jezelf. Dit echt heel triest.'

Het moment van de brand had volgens Ludovici niet slechter gekund. 'Ik had de zaak net overgenomen van mijn ouders. We waren een maand open. Er stond een mooie zomer voor de boeg, maar vooral een mooi weekend. Nu sta ik hier met 27 graden, zonder strandtent. Het is nog volledig onduidelijk wat er is gebeurd.'

Noodgebouw

Volgens de eigenaresse is de tent niet meer te gebruiken, maar een deel van het terras staat nog wel. 'We gaan nu kijken wat we er nog van kunnen maken, zodat we wel een seizoen kunnen draaien. Misschien met een noodgebouw.'



Op dit moment voel ik me:

	Helemaal niet	Niet	Neutraal	Een beetje	Heel erg
Blij	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hoopvol	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verdrietig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bang	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vrolijk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moedeloos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kwaad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Droevig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Angstig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Welk cijfer zou je dit artikel geven?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Onvoldoende           Heel goed

Hoe graag zou je willen dat strandpaviljoen Blue Lagoon weer opengaat?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Helemaal niet graag           Heel graag

Hoeveel zorgen maak je je over de toekomst van Blue Lagoon?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Helemaal geen zorgen           Heel veel zorgen

Hoe belangrijk vond je het nieuwsbericht dat je net gelezen hebt?

1 2 3 4 5 6

Helemaal niet belangrijk       Heel belangrijk

Hoe interessant vond je het nieuwsbericht dat je net gelezen hebt?

1 2 3 4 5 6

Helemaal niet interessant       Heel interessant

Hoe leuk vond je het nieuwsbericht dat je net gelezen hebt?

1 2 3 4 5 6

Helemaal niet leuk       Heel leuk

Er kan niets meer worden gedaan voor strandpaviljoen Blue Lagoon

1 2 3 4 5 6

Helemaal niet mee eens       Helemaal mee eens

Ik kan iets doen voor Blue Lagoon

1 2 3 4 5 6

Helemaal niet mee eens       Helemaal mee eens

Ik wil helpen om te zorgen dat Blue Lagoon weer open kan

1 2 3 4 5 6

Helemaal niet mee eens       Helemaal mee eens

Ik kan geld geven aan Blue Lagoon

1 2 3 4 5 6

Helemaal niet mee eens       Helemaal mee eens

Ik kan een actie starten om Blue Lagoon te helpen

1 2 3 4 5 6

Helemaal niet mee eens       Helemaal mee eens

De laatste paar vragen:

Ik wil meer berichten lezen over hoe het gaat met Blue Lagoon

1 2 3 4 5 6  
Helemaal niet graag       Heel graag

Ik wil dit nieuwsbericht aan anderen laten lezen

1 2 3 4 5 6  
Helemaal niet graag       Heel graag

Ik wil hier met vrienden of familie over praten

1 2 3 4 5 6  
Helemaal niet graag       Heel graag

Ik wil meedoen aan een handtekeningenactie om Blue Lagoon te helpen.

1 2 3 4 5 6  
Helemaal niet graag       Heel graag

Ik wil geld geven aan Blue Lagoon om het strandpaviljoen te helpen weer open te gaan

1 2 3 4 5 6  
Helemaal niet graag       Heel graag

Ik zou dit artikel delen met anderen (bijvoorbeeld via WhatsApp, Facebook, Twitter, e-mail of LinkedIn)

1 2 3 4 5 6  
Helemaal niet mee eens       Helemaal mee eens

Ik zou willen reageren op dit artikel, bijvoorbeeld via Facebook, Instagram, Twitter of LinkedIn.

1 2 3 4 5 6  
Helemaal niet mee eens       Helemaal mee eens

Dit is het einde van de enquête. Erg bedankt voor het invullen!

Vorige

Verzenden

Formulier wissen

## Bijlage E

Vragenlijst Kleemans et al. (2017a)

# Radboud Universiteit



## Nieuwsonderzoek

Hoi!

Leuk dat je mee wilt doen aan ons onderzoek. Dit onderzoek is geen toets en er zijn dan ook geen goede of foute antwoorden. Je mag invullen wat jij denkt! Voor we beginnen met de eerste vragen, willen we nog even je aandacht voor het volgende:

1. Vul bij iedere vraag één antwoord in
2. Sla geen vragen over
3. Steek je hand op als je iets niets snapt

Veel plezier!

**Er komen nu eerst een aantal vragen die over jou gaan.**

**Hoe oud ben je?**

..... jaar oud

**Ben je een jongen of een meisje?**

- Jongen
- Meisje

**In welke groep zit je?**

- Groep 6
- Groep 7
- Groep 8

**In welk land ben je geboren?**

- Nederland
- In een ander land, namelijk in .....

**Hoe vaak kijk je naar het Jeugdjournaal op televisie?**

- Nooit
- 1 dag in de week
- 2 dagen in de week
- 3 dagen in de week
- 4 dagen in de week
- 5 dagen in de week
- 6 dagen in de week
- 7 dagen in de week

**Hoe vaak kijk je naar het gewone journaal (bijvoorbeeld NOS, RTL Nieuws) op televisie?**

- Nooit
- 1 dag in de week
- 2 dagen in de week
- 3 dagen in de week
- 4 dagen in de week
- 5 dagen in de week
- 6 dagen in de week
- 7 dagen in de week

**Hoe vaak lees je een krant?**

- Nooit
- 1 dag in de week
- 2 dagen in de week

- 3 dagen in de week
- 4 dagen in de week
- 5 dagen in de week
- 6 dagen in de week
- 7 dagen in de week

**Hoe vaak volg je het nieuws op internet (bijvoorbeeld via nu.nl of de website van het Jeugdjournaal)?**

- Nooit
- 1 dag in de week
- 2 dagen in de week
- 3 dagen in de week
- 4 dagen in de week
- 5 dagen in de week
- 6 dagen in de week
- 7 dagen in de week

**Hoe belangrijk vind je het om het nieuws te volgen?**

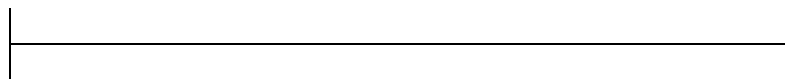
- Helemaal niet belangrijk
- Niet belangrijk
- Niet zo belangrijk
- Een beetje belangrijk
- Best wel belangrijk
- Heel belangrijk

**Hoe leuk vind je het om het nieuws te volgen?**

- Helemaal niet leuk
- Niet leuk
- Niet zo leuk
- Een beetje leuk
- Best wel leuk
- Heel erg leuk

Net hebben we een vraag geïoefend. Nu mag je zelf invullen hoe je je op dit moment voelt.

Hoe boos voel je je nu? Zet een streepje op de lijn.

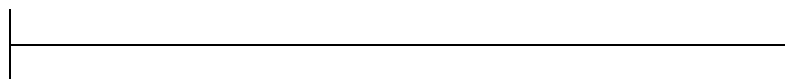


Helemaal  
niet boos



Heel  
erg boos

Hoe vrolijk voel je je nu? Zet een streepje op de lijn.

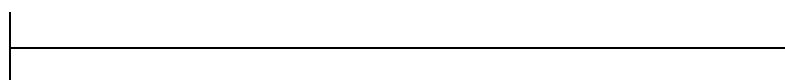


Helemaal  
niet vrolijk



Heel  
erg vrolijk

Hoe angstig voel je je nu? Zet een streepje op de lijn.

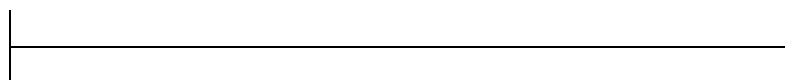


Helemaal  
niet angstig



Heel  
erg angstig

Hoe kwaad voel je je nu? Zet een streepje op de lijn.



Helemaal  
niet kwaad



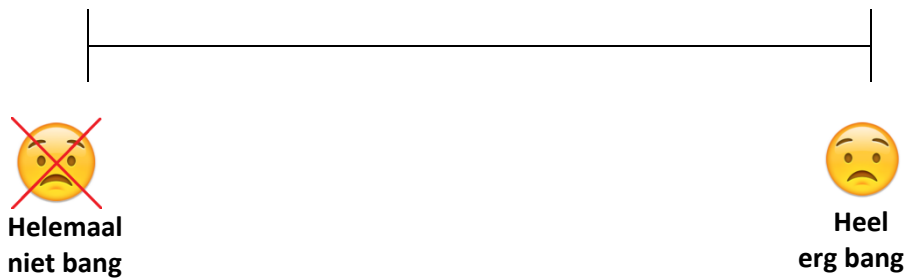
Heel  
erg kwaad



Hoe droevig voel je je nu? Zet een streepje op de lijn.



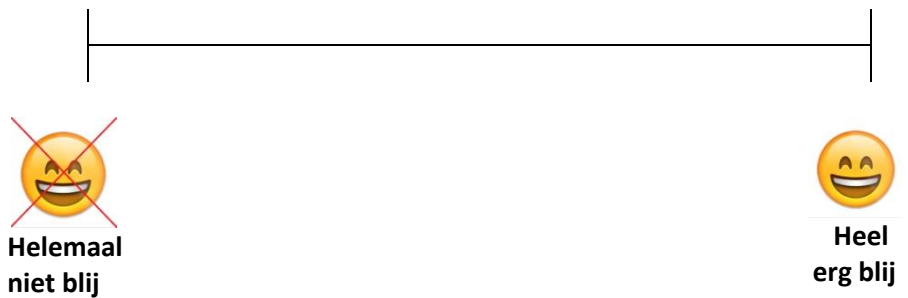
Hoe bang voel je je nu? Zet een streepje op de lijn.



Hoe verdrietig voel je je nu? Zet een streepje op de lijn.



Hoe blij voel je je nu? Zet een streepje op de lijn.



Hieronder staan een paar zinnen. Geef bij elke zin aan hoe goed die bij jou past. Kruis per zin steeds één hokje aan.

	Past helemaal niet bij mij	Past niet erg bij mij	Past best wel bij mij	Past bij mij
Ik probeer aardig te zijn tegen anderen. Ik houd rekening met hun gevoelens.				
Ik deel gemakkelijk met anderen (snoep, speelgoed, potloden, enz.).				
Ik help iemand die zich heeft bezeerd, van streek is of zich ziek voelt.				
Ik ben aardig tegen jongere kinderen.				
Ik bied vaak anderen aan hun te helpen (ouders, leerkrachten, kinderen).				

Geef weer bij elke zin aan hoe goed die bij jou past. Kruis per vraag één hokje aan.

	Past helemaal niet bij mij	Past niet erg bij mij	Past best wel bij mij	Past bij mij
Mensen moeten goed naar elkaar luisteren, ook al verschillen ze van mening.				
Als iemand in de klas het ergens mee oneens is, moet hij/zij de kans krijgen om dat uit te leggen.				
In een discussie moet iedereen de kans krijgen om iets te zeggen.				
Ik wil graag met anderen praten over wat er in de wereld gebeurt.				
Als we in de klas praten over een onderwerp uit het nieuws, wil ik daar ook wel wat over zeggen.				
Ik vind het belangrijk dat kinderen en jongeren zich inzetten voor een betere wereld.				

Geef weer bij elke zin aan hoe goed die bij jou past. Kruis per zin steeds één hokje aan.

	Past helemaal niet bij mij	Past niet erg bij mij	Past best wel bij mij	Past bij mij
Ik vind dat mensen die genoeg verdienen, samen moeten zorgen voor de mensen die het minder goed hebben.				
Als een klasgenoot van mij op straat wordt uitgescholden, wil ik voor hem of haar opkomen.				
Als ik met vrienden in het park wat heb gegeten, vind ik het normaal dat we de rommel opruimen.				
Als je iets hebt gedaan waar de ander verdriet van heeft, moet je sorry zeggen.				
Ik vind het normaal dat je meehelpt in het huishouden (bijvoorbeeld met afwassen, tafeldekken, opruimen, schoonmaken).				
Als een klasgenoot lang ziek is, vind ik dat er iemand uit de klas bij hem op bezoek moet gaan.				

**Heb je alle vragen beantwoord?**

**Dan mag je deze vragenlijst in de envelop stoppen.**

**Haal daarna de andere vragenlijst uit de envelop en ga daarmee verder.**