



Subsidie voor onderzoek 'The Quest for Young Eyes'

Het bestuur van het Stimuleringsfonds voor de Pers heeft besloten een subsidie in de vorm van een uitkering van ten hoogste € 134.400,- beschikbaar te stellen voor een onderzoek getiteld 'The Quest for Young Eyes: Exposure to and Avoidance of News among Adolescents and Young Adults'. Dit onderzoek wordt uitgevoerd door onderzoekers verbonden aan de Radboud Universiteit Nijmegen, Faculteit der Sociale Wetenschappen, afd. Communicatiewetenschap, in samenwerking met het Centrum voor Mediacultuur en Communicatietechnologie van de KU Leuven. Zij beogen daarmee gegevens beschikbaar te krijgen voor de kennis over de wijze waarop jongeren omgaan met nieuws op on- en offline formats.

In het onderzoek staat de vraag centraal in hoeverre wijzigende presentatievormen van invloed zijn op begrip en waardering van nieuws en informatie door jongeren en in hoeverre die invloed leeftijd-specifiek is. Het onderzoek omvat drie fasen. In de eerste fase, een macro mediasociologische fase, worden (via een survey) mediagebruik en nieuwsconsumptie onderzocht en wordt nagegaan in hoeverre traditionele media vervangen worden door interactieve media. Dan volgt een meso kwalitatieve fase waarin (via groepsdiscussies) de vraag centraal staat wat onder 'nieuws' wordt verstaan gebracht via verschillende media en in verschillende tijden (van routine naar crises). Ten slotte is een micro cognitieve-psychologische fase gepland waarin (via een lab experiment, compleet met meten van oogbewegingen) jongeren blootgesteld worden aan verschillende nieuwsbeelden op tv en internet. De onderzoekers streven er naar het onderzoek te laten uitgroeien tot een dissertatie.

Het besluit tot deze steunverlening is gebaseerd op artikel 54 sub d, resp. artikel 58, van het Media-besluit dat het Stimuleringsfonds voor de Pers de mogelijkheid biedt subsidie te verstrekken aan onderzoek ten behoeve van de persbedrijfstak als geheel, voor zover dat onderzoek past in de doelstelling van het Stimuleringsfonds. De laatste decennia komen er steeds meer aanwijzingen waaruit af te leiden valt dat het mediagebruik van jongeren wezenlijk verschilt van dat van de oudere generatie. Dat nieuwe mediagebruik verdient aanhoudende aandacht, omdat (de pluriformiteit van) de informatievoorziening daarbij in geding is. Meer informatie over de nieuwsconsumptie van en voor jongeren is daarom van het grootste belang. Het onderhavige onderzoek speelt daarop goed in.

(Mededeling ingevolge artikel 65 Mediabesluit)