



Duurzaam Nieuwsplatform

Auteur: Hirday pal Singh

Auteur: Emmanuela Odoi

Auteur: Quintijn Waijenberg

Auteur: Saverinio Morman

Versie: 1.0

Datum: 11-10-2024

Team: 4

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	1
1. Inleiding.....	2
2. Stuk in de nieuwsvoorziening.....	3
3. Stakeholders en donuteconomie	4
4. Missie van het nieuwsplatform	6
5. Netwerk: Samenwerkingen en netwerken.....	8
6. Eigendom	10
7. Toezicht platform	11
8. Financiën.....	12
9. Conclusie	14
10. Bronnenlijst.....	15
11. Bijlagen.....	17
11.1 Analyses tussen verschillende platforms	17
11.2 Business Model Canvas.....	18
11.3 Mastodon server	19
11.4 Verifiëren van nieuws	20
11.5 Tabel Stakeholders.....	21

1. Inleiding

Jongeren worden dagelijks geconfronteerd met een overvloed aan informatie, de kwaliteit van nieuwsvoorziening speelt een belangrijke rol in hun maatschappelijke betrokkenheid en bewustwording. Veel van de huidige nieuwsplatforms zijn sterk afhankelijk van grote technologiebedrijven ('big tech') en commerciële sociale media, wat vaak leidt tot problematische algoritmes, beperkte diversiteit van informatiebronnen en een gebrek aan privacy voor gebruikers. Dit rapport richt zich op het ontwerp van een duurzaam nieuwsplatform voor jongeren dat losstaat van deze dominante bedrijven en in plaats daarvan verbonden is met de Fediverse, een gedecentraliseerd en open netwerk dat waarde hecht aan transparantie en privacy.

Het doel van dit rapport is om de uitdagingen van de huidige nieuwsvoorziening te identificeren en een oplossing te presenteren die gericht is op het verbeteren van de toegankelijkheid en betrouwbaarheid van nieuws voor jongeren. In de eerste sectie wordt er besproken wat er mis is met de huidige nieuwsvoorziening en de betrokken stakeholders geanalyseerd binnen het kader van sociale en ecologische gr

enzen, zoals voorgesteld in de donut-economie om een perspectief te bieden op de sociale en ecologische impact van nieuwsconsumptie. Vervolgens wordt ons concept van een duurzaam nieuwsplatform gepresenteerd, waarbij er gebruik gemaakt wordt van het Business Model Canvas om de belangrijkste componenten van missie, netwerk, eigendom, toezicht en financiering te verkennen. Het rapport sluit af met een conclusie die de belangrijkste punten samenvat en een toekomstbeeld schetst voor het platform, waarin er wordt laten zien hoe dit initiatief bijdraagt aan een betere nieuwsvoorziening voor jongeren.

2. Stuk in de nieuwsvoorziening

De nieuwsvoorziening voor jongeren heeft tekortkomingen wanneer deze wordt beoordeeld aan de hand van de donuteconomie (Sahan et al., 2022). Dit model streeft naar een balans tussen sociale basisbehoeften en ecologische grenzen. In het geval van nieuwsplatforms wordt de sociale gedeelte vaak geschonden doordat jongeren niet voldoende toegang hebben tot diverse en betrouwbare informatie. Deze toegang tot informatie is een basisbehoefte die belangrijk is voor sociale betrokkenheid en kritisch denken, maar de afhankelijkheid van grote technologiebedrijven en algoritmes beperkt dit. Hierdoor krijgen jongeren eenzijdige informatie te zien, terwijl andere perspectieven minder aandacht krijgen, wat een obstakel vormt voor een goede democratie. (Sunstein, 2018).

Het advertentiemodel van veel nieuwsplatforms draagt bij aan een consumptiecultuur die niet duurzaam is en de ecologische grenzen overschrijdt (Raworth, 2017). Door te focussen op clicks en engagement, worden jongeren aangemoedigd om meer tijd online door te brengen. Dit zorgt voor een levensstijl die meer energie en hulpbronnen verbruikt. Het leidt tot een overmatig gebruik van digitale technologieën en legt de nadruk op winst in plaats van maatschappelijke waarde, wat de ecologische impact vergroot (Antisocial Media - Google Books, n.d.).

De donuteconomie laat zien dat het belangrijk is om de impact op het milieu te beperken en ervoor te zorgen dat iedereen toegang heeft tot belangrijke dingen, zoals betrouwbare informatie (Sahan et al., 2022). Om binnen de 'donut' te blijven, moet de nieuwsvoorziening niet alleen zorgen voor diversiteit en eerlijkheid, maar ook de digitale voetafdruk verkleinen. Dit kan door samen te werken met milieuvriendelijke technologiebedrijven en energiezuinige technologie te gebruiken. Het model helpt ook bij het vinden van manieren om het platform te financieren zonder afhankelijk te zijn van commerciële belangen, zoals via crowdfunding of steun van non-profitorganisaties (Raworth, 2017).

3. Stakeholders en donuteconomie

De donuteconomie is dus een economisch model. Het model probeert een balans te vinden tussen menselijke welvaart en de ecologische grenzen van de aarde. Het centrale idee van de donuteconomie is om economische groei niet langer te zien als het ultieme doel, maar in plaats daarvan te streven naar een samenleving waarin alle mensen hun basisbehoeften kunnen vervullen zonder de ecologische grenzen van de aarde te overschrijden (Sahan et al., 2022).

De donut bestaat uit twee ringen:

De sociale fundering: Dit vertegenwoordigt de minimale levensomstandigheden die voor iedereen moeten worden gegarandeerd, zoals voedsel, water, huisvesting, gezondheidszorg, onderwijs en politieke stem (Sahan et al., 2022)

Het ecologische plafond: Dit zijn de grenzen van de aarde die niet mogen worden overschreden om de gezondheid van de aarde te waarborgen, zoals klimaatverandering, verlies van biodiversiteit, vervuiling en het gebruik van natuurlijke hulpbronnen (Sahan et al., 2022).

Het gebied tussen deze twee ringen is waar de economie zou moeten functioneren. Hier hebben mensen hun basisbehoeften vervuld, terwijl tegelijk de aarde wordt beschermd.

De donuteconomie kan op verschillende manieren worden gebruikt, afhankelijk van wie het toepast en wat hun doelen zijn. Het model helpt bedrijven, steden en overheden om zowel op mensen als op het milieu te letten.

Voor steden biedt de donuteconomie een manier om duurzamer te worden en ongelijkheid aan te pakken. Steden zoals Amsterdam gebruiken dit model om plannen te maken die ervoor zorgen dat iedereen goed kan leven, zonder dat de aarde wordt uitgeput. Denk bijvoorbeeld aan duurzame gebouwen, beter openbaar vervoer en eerlijke toegang tot voorzieningen zoals scholen en zorg (Hogeschool van Amsterdam (HvA), 2022).

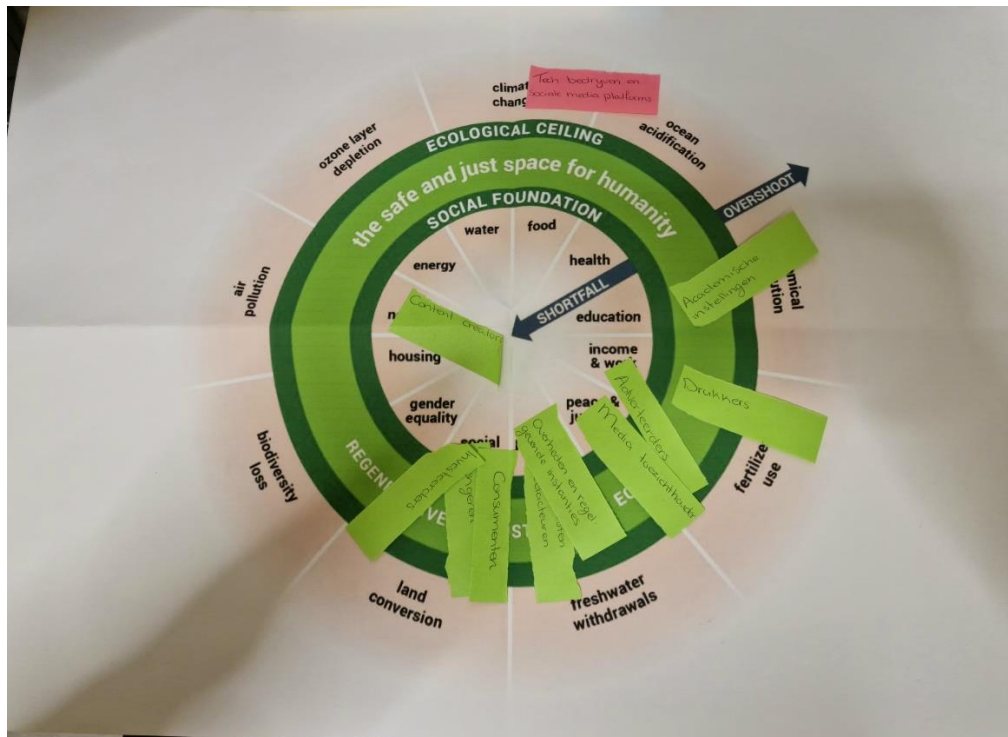
Toepassing donuteconomie-model

Het identificeren van stakeholders met behulp van het donuteconomie-model helpt bij het ontwikkelen van een duurzaam nieuwsplatform door rekening te houden met zowel sociale als ecologische impact.

De binnenste ring focust op sociale basisbehoeften zoals toegang tot informatie en gelijkheid. Hierbij zijn jongeren een belangrijke groep die geïdentificeerd moeten worden.

De buitenste ring richt zich op ecologische duurzaamheid. Door samen te werken met stakeholders zoals milieuorganisaties en bedrijven die duurzame technologieën aanbieden, kan het platform energieverbruik verminderen en de digitale voetafdruk verkleinen.

Het model helpt bij het opbouwen van duurzame relaties met partners zoals educatieve instellingen. Tegelijkertijd kan het platform duurzamere financieringsbronnen zoals non-profitorganisaties of gebruik maken van crowdfunding om onafhankelijk van big tech te blijven.



Figuur 1: Stakeholders

De volgende stakeholders zijn tijdens de lessen geïdentificeerd als belangrijk op de huidige sociale mediaplatforms (zie bijlagen).

4. Missie van het nieuwsplatform

We versterken het kritisch denkvermogen van jongeren, zodat ze kunnen meebeslissen in de democratie.

Om de problemen in de nieuwsvoorziening aan te pakken, biedt ons team een oplossing: een gedecentraliseerd sociaal mediaplatform. Dit platform biedt een alternatief voor de huidige gecentraliseerde systemen die sterk afhankelijk zijn van grote technologiebedrijven en algoritmes die de inhoud bepalen.

Doel

Het doel van het nieuwsplatform is om ervoor te zorgen dat jongeren nieuws kunnen bekijken zonder dat algoritmes of data bepalen wat zij te zien krijgen. Het platform heeft als missie jongeren actief te betrekken bij het nieuws, jongeren een stem te geven in belangrijke maatschappelijke discussies en toegang te bieden tot een diversiteit aan betrouwbare informatie. Dit is belangrijk omdat het een eerlijker en inclusiever nieuwsplatform bevordert en het bewustzijn en kritisch denkvermogen van jongeren vergroot, wat belangrijk is voor het goed functioneren van een democratie.

Waarden

Transparantie is een van de belangrijkste waarden van het platform. Het is belangrijk dat jongeren weten hoe het nieuws wordt geselecteerd en gecontroleerd, zodat zij vertrouwen kunnen hebben in wat zij lezen. Dit helpt ook om het vertrouwen in media en journalistiek in het algemeen te versterken. Veiligheid is een andere kernwaarde, waarbij het platform ervoor zorgt dat jongeren zich veilig voelen, zowel op het gebied van gegevensbescherming als bij het deelnemen aan discussies. Het platform bouwt bovendien aan een vertrouwensrelatie door betrouwbare en gecontroleerde informatie te bieden.

Efficiëntie staat centraal in de manier waarop het platform nieuws toegankelijk maakt. Het moet eenvoudig zijn voor jongeren om toegang te krijgen tot verschillende nieuwsbronnen. De gebruiksvriendelijkheid van de software zorgt ervoor dat het platform voor iedereen toegankelijk blijft. Verder speelt de waarde van gemeenschap een grote rol. Het platform creëert een gevoel van saamhorigheid, waarin jongeren zich gehoord voelen en actief kunnen deelnemen aan discussies over onderwerpen die voor hun belangrijk zijn.

Impact

Het platform legt nadruk op de lange termijn impact door te richten op het versterken van het kritisch denkvermogen van jongeren. Het platform bevordert ook sociale rechtvaardigheid door toegang te bieden tot eerlijke en diverse informatie. Dit gebeurt onder meer door functies zoals polls, open forums en Q&A-sessies. Deze functies moedigen jongeren aan om deel te nemen aan maatschappelijke discussies, verschillende perspectieven te verkennen en hun eigen mening te vormen op basis van de informatie die zij ontvangen.

Daarnaast draagt het platform bij aan sociale rechtvaardigheid door jongeren toegang te bieden tot een breed scala aan nieuwsbronnen, afkomstig uit verschillende culturele, sociale en economische achtergronden. Dit bevordert een eerlijk en divers platform, waarin elke stem gehoord wordt, ongeacht sociale status of achtergrond. Met deze aanpak wil het platform ongelijkheid in toegang tot betrouwbare informatie verminderen en een meer inclusieve nieuwsomgeving creëren.

Het platform stimuleert ook het vormen van community 's door jongeren de mogelijkheid te bieden om met elkaar in overleg te gaan en te discussiëren over verschillende maatschappelijke onderwerpen. Dit draagt niet alleen bij aan betere toegang tot informatie, maar versterkt ook het vermogen van jongeren om kritisch na te denken over de wereld om hun heen.

Het platform heeft als doel jongeren voor te bereiden op de toekomst door hen goed geïnformeerde en verantwoordelijke burgers te laten worden, die actief deelnemen aan het publieke debat. Hierdoor dragen ze bij aan een duurzame en inclusieve samenleving. Door transparantie en vertrouwen centraal te stellen, wil het platform het vertrouwen van jongeren in de media herstellen.

Tot slot biedt het platform gebruiksvriendelijke technologie aan, wat het makkelijk maakt voor jongeren om deel te nemen in het platform en actief betrokken te blijven bij het nieuws.

5. Netwerk: Samenwerkingen en netwerken

Om een duurzaam nieuwsplatform op te zetten op de Fediverse, is het cruciaal om belangrijke samenwerkingen en netwerken te creëren die het succes van het platform kunnen bevorderen. Hieronder worden belangrijke samenwerkingen toelicht:

Journalisten en nieuwsbronnen

Samenwerken met professionele journalisten en nieuwsorganisaties is belangrijk om geloofwaardigheid en kwaliteit te waarborgen. Journalisten brengen expertise, onderzoekvaardigheden en journalistieke ethiek mee. Het platform kan een samenwerking aangaan met zowel freelancejournalisten als bestaande nieuwsorganisaties die hun content via het platform willen verspreiden.

Partnerschappen met onderwijsinstellingen

Samenwerken met universiteiten en hogescholen biedt kansen voor onderzoeksprojecten en leermogelijkheden. Studenten kunnen bijvoorbeeld betrokken worden bij journalistiek onderzoek, interviews en fact-checking. Dit verhoogt niet alleen de kwaliteit van de nieuwscontent, maar biedt ook studenten praktische ervaring in de journalistiek.

Integratie met bestaande Fediverse platformen

Door samen te werken met andere platforms binnen de Fediverse kan het nieuwsplatform zijn zichtbaarheid vergroten. Het uitwisselen van informatie en ervaringen met bestaande netwerken helpt bij het opbouwen van een bredere community en zorgt ervoor dat nieuws sneller en effectiever verspreid kan worden.

Adverteerders

Adverteerders kunnen een belangrijke bron van inkomsten zijn, vooral bedrijven die zich richten op duurzaamheid en sociale impact. Door samen te werken met adverteerders die aansluiten bij de waarden van het platform, kan er een gezonde balans worden gevonden tussen advertentie-inkomsten en het handhaven van ethische journalistiek.

Influencers

Het samenwerken met influencers en publieke figuren kan de zichtbaarheid van het platform vergroten. Door duurzame influencers in te schakelen die waardevolle input kunnen leveren en content kunnen delen met hun volgers, vergroot je het bereik van je platform.

Creatie van netwerken voor duurzame journalistiek

Het oprichten van netwerken die zich richten op duurzame journalistiek kan leiden tot het delen van kennis en ervaringen. Deze netwerken kunnen best practices ontwikkelen en ondersteuning bieden aan nieuwsorganisaties, wat de kwaliteit en integriteit van de berichtgeving ten goede komt.

Technologische partnerschappen

Technologische samenwerking is cruciaal voor het ontwikkelen van een gebruiksvriendelijk en veilig platform. Door samen te werken met techbedrijven kan het platform innovatieve oplossingen vinden voor databeheer en privacybescherming, wat belangrijk is voor een goede gebruikerservaring.

Oprichten van een feedbackmechanisme

Een goed feedbackmechanisme stelt gebruikers in staat om hun mening te geven over de inhoud en werking van het platform. Dit bevordert transparantie en gebruikersbetrokkenheid, wat cruciaal is voor de groei en duurzaamheid van het platform.

Een duurzaam nieuwsplatform op de Fediverse kan alleen succesvol zijn door strategische samenwerkingen en het opbouwen van netwerken. Het betrekken van lokale gemeenschappen, onderwijsinstellingen, en andere relevante organisaties zal niet alleen de kwaliteit van de content verbeteren, maar ook de impact en het bereik van het platform vergroten. Door in deze relaties te investeren, kan het platform uitgroeien tot een waardevolle bron van informatie in de digitale wereld.

Netwerk onderhouden met interne organisatie

Een sterk intern netwerk is belangrijk voor het succes van een duurzaam nieuwsplatform op de Fediverse. Duidelijke taken, goede communicatie en open beslissingen houden iedereen betrokken. Feedback en trainingen helpen het team groeien, terwijl samenwerken tussen afdelingen voor nieuwe ideeën zorgt. Teambuilding en openstaan voor veranderingen houden het team gemotiveerd en flexibel. Door de visie en kernwaarden te delen, blijft iedereen gericht op de lange-termijndoelen.

6. Eigendom

Het platform wordt georganiseerd als een coöperatie, waarbij de leden gezamenlijk eigenaar zijn en zeggenschap hebben. In plaats van eigendom dat verspreid is over verschillende onafhankelijke beheerders, is het platform eigendom van alle gebruikers die zich hebben aangesloten als leden van de coöperatie. Elk lid heeft een stem in het beheer en de besluitvorming van het platform, ongeacht hun rol of bijdrage (KVK & Centraal Bureau voor de Statistiek, 2024).

De controle over data en het beheer van content ligt bij de leden zelf, die gezamenlijk bepalen hoe het platform wordt bestuurd. Dit systeem geeft gebruikers meer vrijheid en zorgt ervoor dat niet één partij alle macht heeft. Gebruikers hebben hierdoor meer zeggenschap over hun eigen data en kunnen kiezen voor een omgeving die aansluit bij hun behoeften en waarden.

Om de coöperatie te financieren en te laten groeien, maakt het platform gebruik van verschillende vormen van gemeenschapsfinanciering, waaronder crowdfunding en betaalde lidmaatschappen. Crowdfunding stelt de leden in staat om gezamenlijk te investeren in de verdere ontwikkeling van het platform, terwijl betaalde lidmaatschappen duurzame inkomsten genereren voor het onderhoud en de uitbreiding van het netwerk. Door deze financieringsmodellen blijft het platform onafhankelijk van externe investeerders en kunnen leden actief bijdragen aan de toekomst van de coöperatie.

Deze coöperatieve eigendomsstructuur is gericht op transparantie, inclusiviteit en gezamenlijke besluitvorming. Alle leden hebben evenveel invloed, waardoor iedereen kan meedoen en bijdragen. Zo wordt het platform ontwikkeld door de gemeenschap zelf, volgens hun gedeelde waarden en doelen.

7. Toezicht platform

Het gedecentraliseerde sociale mediaplatform wordt op een transparant en democratische manier beheerd, waarbij zowel gebruikers als stakeholders invloed hebben op de besluitvorming. Dit kan op verschillende manieren worden georganiseerd om ervoor te zorgen dat het platform betrouwbaar, transparant en duurzaam blijft.

Werking van Mastodon

Mastodon wordt beheerd via een gedecentraliseerd bestuursmodel waarbij elke server of instance onafhankelijk wordt beheerd. Elke server wordt dus beheerd door een entiteit, zoals een individu, organisatie of non-profit. Serverbeheerders hebben volledige controle over hun eigen server, wat betekent dat ze beslissingen nemen over wie toegang krijgt, hoe moderatie werkt en welke regels van toepassing zijn op hun community. Er is geen centrale entiteit die alle servers controleert. Dit betekent dat er geen centrale autoriteit is die beslissingen neemt over het hele netwerk (*What Is Mastodon?*, n.d.)

Sommige servers hanteren een democratisch model waarin gebruikers kunnen stemmen over belangrijke beslissingen, zoals moderatiebeleid, het toelaten van nieuwe leden en inhoudsrichtlijnen. Gebruikers kunnen vrij hun account verplaatsen naar een andere server als ze niet tevreden zijn met het beleid van de huidige server. Dit geeft gebruikers meer controle en keuzevrijheid (*What Is Mastodon?*, n.d.).

Toezicht op het bestuur

Er worden onafhankelijke toezichthouders aangesteld die het bestuur controleren. Deze toezichthouders kunnen experts zijn in journalistiek, privacy en ethiek. Hun taak is om te controleren of het bestuur handelt volgens de vastgestelde principes van transparantie en maatschappelijke verantwoordelijkheid. Het platform moet functies hebben waarbij gebruikers en stakeholders klachten kunnen indienen en fouten kunnen melden. Het bestuur is dan verplicht om deze klachten op een transparante manier af te handelen en waar nodig correcties door te voeren.

Sommige servers kunnen open bestuursvergaderingen houden waarin stakeholders en gebruikers kunnen deelnemen, vragen kunnen stellen en invloed kunnen uitoefenen op het bestuur.

Gebruikers hebben volledige controle over hun data en kunnen kiezen op welke server hun gegevens worden opgeslagen. Gebruikers hebben ook de mogelijkheid om hun gegevens gemakkelijk te migreren naar een andere server, mocht het beleid van de huidige server veranderen.

8. Financiën

Inzicht in het Team en Financiële Structuur

YouthConnect wordt beheerd door een team van vijf kernleden, die elk een belangrijke rol spelen in de opstart en het onderhoud van het platform. Als coöperatie richt het platform zich op duurzame groei en betrokkenheid van alle leden.

De focus ligt op een kleinschalige opstart, met beperkte kosten en inkomstenstromen in de beginfase. Inkomsten worden herinvesteed om het platform verder te ontwikkelen, waarbij het belang van de gemeenschap centraal staat. De coöperatieve structuur bevordert samenwerking en gedeelde verantwoordelijkheid voor het succes van YouthConnect.

Verwachte Inkomstenbronnen

1. Crowdfunding en Gemeenschapsfinanciering

- **Jaarlijkse opbrengst:** €10.000

Donaties van gebruikers via platforms zoals Patreon en Kickstarter.

2. Betaalde Lidmaatschappen (Freemium Model)

- **Jaarlijkse opbrengst:** €15.000

Ongeveer 500 betalende leden dragen €2,50 per maand bij voor premium diensten, zoals advertentievrije toegang en exclusieve content.

3. Ethische Advertenties en Sponsoring

- **Jaarlijkse opbrengst:** €10.000

Samenwerking met duurzame bedrijven voor advertenties of sponsoring van events.

4. Samenwerkingen met Educatieve Instellingen

- **Jaarlijkse opbrengst:** €5.000

Partnerships met hogescholen voor educatieve projecten.

5. Fondsen en Subsidies

- **Jaarlijkse opbrengst:** €5.000

Subsidies van non-profitorganisaties en overheden.

Totale geschatte jaarlijkse inkomsten: €45.000

Verwachte Kosten

6. Salarissen en Vergoedingen

- **Jaarlijkse kosten:** €25.000

Elk teamlid ontvangt een vergoeding van **€5.000** per jaar.

7. Technologische Infrastructuur

- **Jaarlijkse kosten:** €7.500

Kosten voor servers, software en het onderhouden van een schaalbaar platform.

8. Marketing en Community-ontwikkeling

- **Jaarlijkse kosten:** €5.000

Marketingcampagnes en community-evenementen om gebruikers te betrekken.

9. Contentcreatie en Moderatie

- **Jaarlijkse kosten:** €4.000

Betalingen aan freelance journalisten en moderators.

10. Overige kosten

- **Jaarlijkse kosten:** €3.500

Administratieve kosten en juridische ondersteuning.

Totale geschatte jaarlijkse kosten: €45.000

Winstverdeling (bij groei)

Bij winst herinvesteert YouthConnect in positieve impact. We hanteren flexibele marges en een dividendlimiet:

11. Herinvestering in het Platform (50%)

Voor technologische verbeteringen, nieuwe functies en contentontwikkeling.

12. Sociale Impactprojecten (30%)

Voor educatieve programma's en maatschappelijke projecten.

13. Reservefonds (10%)

Voor financiële zekerheid en onvoorziene kosten.

14. (10%)

Een bescheiden dividenduitkering aan het team en investeerders.

Samenvatting

YouthConnect heeft een inkomsten- en kostenstructuur van elk **€45.000**. De inkomsten komen uit crowdfunding, lidmaatschappen, ethische advertenties en subsidies. Winst wordt herverdeeld met 50% herinvestering in het platform, 30% naar sociale projecten, 10% naar een reservefonds, en 10% als dividend. Dit model waarborgt regeneratieve en duurzame groei. (let op!! Dit is een schatting)

9. Conclusie

YouthConnect biedt een oplossing voor de problemen in de huidige nieuwsvoorziening, door onafhankelijk te zijn van grote technologiebedrijven en algoritmes. Het maakt gebruik van de Fediverse, een gedecentraliseerd netwerk, om jongeren toegang te geven tot diverse en betrouwbare informatie. Het platform volgt de principes van de donuteconomie, waarbij de focus ligt op het waarborgen van sociale basisbehoeften, zoals toegang tot informatie en het verminderen van de ecologische impact van digitale consumptie.

De missie is om het kritisch denkvermogen van jongeren te versterken en jongeren actief te betrekken bij maatschappelijke discussies, wat belangrijk is voor een goede democratie. Waarden zoals transparantie, veiligheid en gemeenschapsgevoel staan centraal, zodat er een vertrouwensrelatie met de gebruikers ontstaat.

Samenwerkingen met journalisten, onderwijsinstellingen en techpartners helpen de kwaliteit van het platform te verbeteren en ondersteunen de duurzame groei. Het eigendom is coöperatief, wat betekent dat de gebruikers samen de baas zijn. Dit zorgt ervoor dat het platform onafhankelijk blijft van commerciële belangen.

Het financiële plan is gericht op een kleine start, waarbij inkomsten komen uit bijvoorbeeld crowdfunding en betaalde lidmaatschappen. Winst wordt gebruikt om het platform te verbeteren, maatschappelijke projecten te ondersteunen en een reserve op te bouwen.

Kortom, dit platform biedt een duurzame manier om nieuws te delen en helpt jongeren beter geïnformeerd te zijn. Het combineert sociale rechtvaardigheid en ecologische verantwoordelijkheid en biedt zo een goed alternatief voor de bestaande nieuwsmedia.

10. Bronnenlijst

1. *Antisocial media* - Google Books. (n.d.).
https://www.google.nl/books/edition/Antisocial_Media/h05WDwAAQBAJ?hl=nl&gbp v=0
2. Breinstein. (2021, July 27). *Informatiebehoefte: wat is het en welke soorten zijn er?* Breinstein. <https://www.breinstein.nl/blogs/informatiebehoefte-wat-is-het-en-welke-soorten-zijn-er/>
3. Fuchs, C. (2021). *Social Media: A Critical Introduction*. SAGE Publications. Beschikbaar op <https://us.sagepub.com/en-us/nam/social-media/book245226>
4. Harvard Business Review. (2019). *How companies can reinvest their profits for sustainable growth*. Harvard Business Review. <http://hbr.org/2019/04/how-companies-can-reinvest-their-profits-for-sustainable-growth>
5. Hogeschool van Amsterdam (HvA). (2022, February 21). *Amsterdam Kiest: voor de Donut*. Hogeschool Van Amsterdam.
<https://www.hva.nl/cet/blog/blogartikelen/blog-amsterdam-kiest.html>
6. Ippr. (2017, September 20). The challenges of platform capitalism: understanding the logic of a new business model. *IPPR*. <https://www.ippr.org/articles/the-challenges-of-platform-capitalism>
7. Kickstarter. (n.d.). *Overview of crowdfunding for creative projects*. Kickstarter.
<http://www.kickstarter.com/help/handbook>
8. KVK & Centraal Bureau voor de Statistiek. (2024, September 6). De coöperatie. ondernemersplein.kvk.nl. <https://ondernemersplein.kvk.nl/de-cooperatie/>
9. *Mastodon - Gedecentraliseerd sociaal netwerk*. (n.d.). <https://joinmastodon.org/nl-NL>
10. Merkus, J. (2023, March 15). *Betrouwbare bronnen voor in je scriptie | Uitleg & voorbeelden*. Scribbr. <https://www.scribbr.nl/bronvermelding/welke-bronnen-kan-ik-mijn-scriptie-gebruiken/>
11. Principles for Responsible Investment. (n.d.). *Corporate dividend policies and long-term growth*. Principles for Responsible Investment.] <http://www.unpri.org/investor-tools/corporate-dividend-policies-and-long-term-growth/6392.article>
12. Raworth, K. (2017). *Doughnut Economics: Seven Ways to Think Like a 21st-Century Economist*. Chelsea Green Publishing. Beschikbaar op <https://www.chelseagreen.com/product/doughnut-economics/>
13. Sahan, E., Sanz Ruiz, C., Raworth, K., DEAL, Van Winden, W., Van Den Buuse, D., & CET. (2022). *What Doughnut Economics means for business: creating enterprises that are regenerative and distributive by design*.

- <https://www.hva.nl/binaries/content/assets/subsites/cet/doughnut-design-tool-paper-cet-deal.pdf?1667903800006>
14. Samuels, M. G. (2012). Review: The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You by Eli Pariser. *InterActions UCLA Journal of Education and Information Studies*, 8(2). <https://doi.org/10.5070/d482011835>
 15. *Signing up to diaspora* - The diaspora* Project*. (n.d.). https://diasporafoundation.org/getting_started/sign_up
 16. *Snopes.com*. (n.d.). Snopes.com. <https://www.snopes.com/>
 17. Speperkamp, & Speperkamp. (2023, March 16). *Informatie-ongelijkheid: onze media zijn er niet voor iedereen*. Vrij Nederland. https://www.vn.nl/informatie-ongelijkheid?srsId=AfmBOopsor2ooQcF8pSAuSzfFZwzUrAxpFZDOMKtNr_fsEZfzNWXmwq1
 18. Sunstein, C. R. (2018). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton University Press. Beschikbaar op <https://press.princeton.edu/books/paperback/9780691192291/republic>
 19. Tobias. (n.d.). *friendica – A Decentralized Social Network*. <https://friendi.ca/>
 20. Tréguer, F., & Milan, S. (2022). *The Rise of the Fediverse: Decentralizing Social Media and Restoring Autonomy*. Internet Policy Review. <https://policyreview.info/articles/analysis/rise-fediverse-decentralizing-social-media>
 21. Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. Beschikbaar op <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559>
 22. *What is Mastodon?* (n.d.). <https://docs.joinmastodon.org/>
 23. YouthConnect - CivicAction. (2023, 29 augustus). CivicAction. <https://civicaction.ca/initiative/youthconnect/>
 24. Zuboff, S. (2020). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. <https://www.penguinrandomhouse.com>

11. Bijlagen

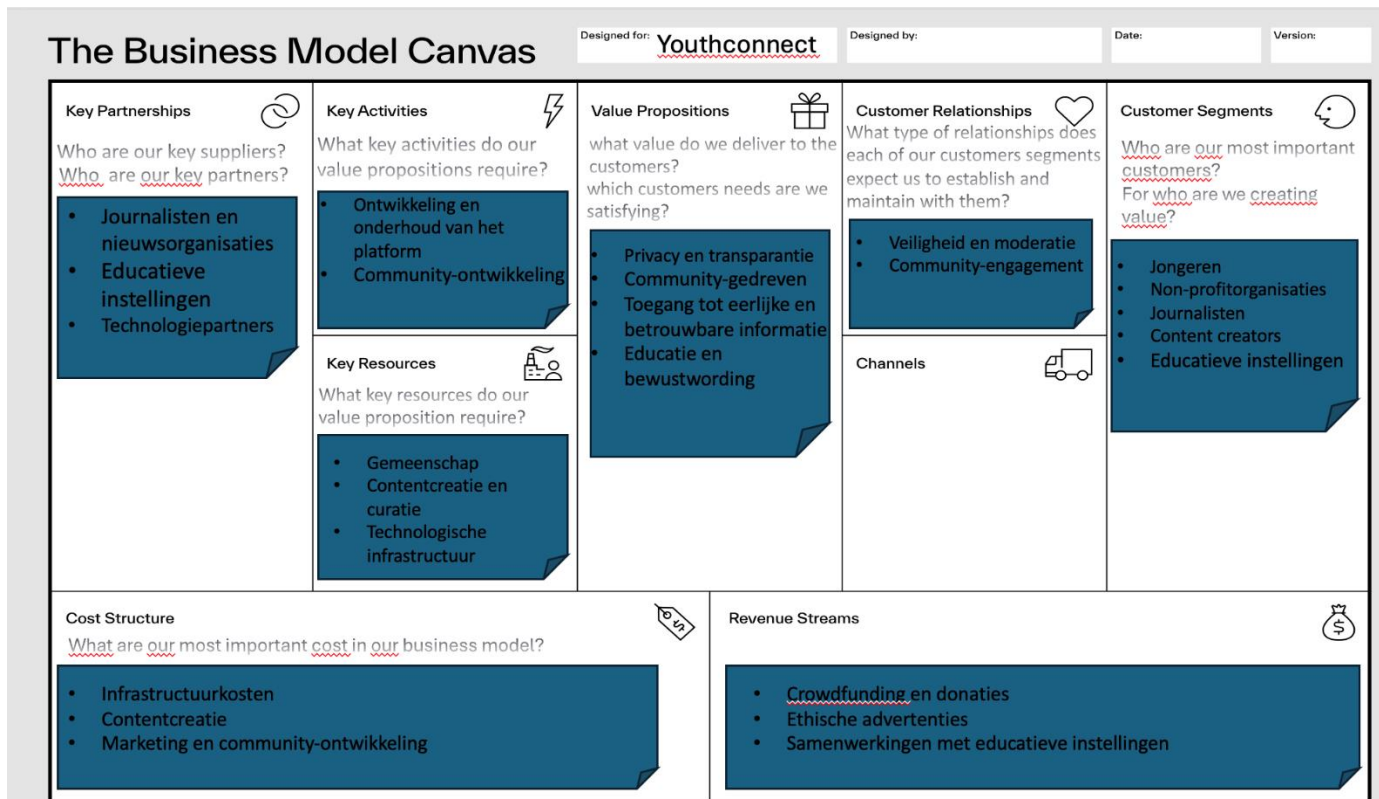
11.1 Analyses tussen verschillende platforms

Naast Mastodon en het Fediverse, zijn er verschillende andere gedecentraliseerde platforms die gericht zijn op sociale interactie en communicatie.

Platform	Belangrijkste Kenmerk	Voordelen	Nadelen	Waarom beter/wat uniek is	Bronnen
Mastodon	Gedecentraliseerd microblogging-platform	Zeer gebruiksvriendelijk, groot netwerk, geen advertenties, geen algoritmes	Keuze van juiste server (instance) kan verwarrend zijn voor nieuwe gebruikers	Grootste en meest actieve gebruikersnetwerk, ideaal voor beginners en sociale interactie	(Mastodon - Gedecentraliseerd Sociaal Netwerk, n.d.)
Diaspora	Privacygericht sociaal netwerk	Volledige gegevenscontrole door gebruikers, sterke privacybescherming	Kleinere gebruikersbasis, minder actieve community, beperkte functies vergeleken met Mastodon	Beste voor privacy, geschikt voor gebruikers die volledige controle over hun data willen	(Signing up to Diaspora* - the Diaspora* Project, n.d.)
Friendica	Breed interoperabel met andere platforms	Verbindt met verschillende netwerken (Mastodon, Diaspora, Twitter), sterke privacy-instellingen	Interface is minder modern en verwarrend, kleinere community	Beste voor interoperabiliteit, geschikt voor gebruikers die met meerdere netwerken verbonden willen blijven	(Tobias, n.d.)

Tabel 1: Gedecentraliseerde platforms

11.2 Business Model Canvas



Figuur 2: Business Model Canvas YouthConnect

11.3 Mastodon server

Mastodon bestaat uit een netwerk van servers (ook wel instances genoemd), die elk onafhankelijk worden beheerd, maar met elkaar verbonden zijn binnen het Fediverse. Elke server heeft zijn eigen regels, doelgroep en focus. Een nadeel is dat je niet meerdere servers kunt gebruiken met één enkel account, elke account hoort bij één specifieke server. Hier is een overzicht van enkele populaire Mastodon-servers en welke type geschikt zijn voor het nieuwsplatform gericht op jongeren:

Journal.host:

Dit is een Mastodon-server specifiek gericht op journalisten, media-professionals en mensen die betrokken zijn bij nieuwsproductie en discussie. Het is geschikt voor nieuwsprofessionals, journalisten en media-gerelateerde content. Ook is het geschikt voor een nieuwsplatform vanwege de focus op journalistiek en nieuws en de mogelijkheid om binnen een community te werken die gericht is op nieuwsdiscussies en media.

Newsbots.eu:

Deze server is specifiek gericht op het hosten van nieuws gerelateerde bots. Het wordt gebruikt door nieuwsplatforms om automatisch artikelen te posten en nieuws te delen. Het is geschikt voor automatische posts van nieuwsartikelen en updates, maar minder geschikt voor interactie met jongeren of gemeenschapsvorming.

Social.coop:

Deze server richt zich op coöperatieve waarden, duurzaamheid en sociale rechtvaardigheid. Er wordt content gedeeld over deze onderwerpen. Het is geschikt voor het platform, omdat er een focus ligt op rechtvaardigheid en duurzaamheid, jongeren kunnen hierover discussiëren op het platform.

a.gup.pe

A.gup.pe is een server die groepsaccounts faciliteert binnen Mastodon, waarmee gebruikers gemakkelijk groepen kunnen vormen rond specifieke interesses en nieuws onderwerpen. Het is geschikt voor groepen rond specifieke onderwerpen, inclusief nieuws en informatieverbreiding. Jongeren kunnen op het platform een groep vormen rond bepaalde nieuwsitems of thema's, zodat de betrokkenheid van jongeren rond bepaalde onderwerpen wordt bevorderd.

Voor een nieuwsplatform gericht op jongeren en transparantie is journal.host de beste keuze, omdat het specifiek is afgestemd op journalistiek en media, wat het doel is om een transparant en betrouwbaar nieuwsplatform op te bouwen.

11.4 Verifiëren van nieuws

Het is belangrijk dat nieuws geverifieerd wordt voordat het gepubliceerd wordt op het platform. Het is belangrijk om de betrouwbaarheid van het nieuwsplatform te waarborgen. In deze paragraaf wordt uitgelegd hoe dit gedaan gaat worden.

Er wordt gebruik gemaakt van betrouwbare bronnen, de bron wordt altijd gecontroleerd. Er wordt alleen gebruik gemaakt van betrouwbare nieuwsorganisaties, zoals grote kranten, televisiezenders of onafhankelijke gecontroleerde onderzoeksplatforms.

Om te bepalen of een bron betrouwbaar is wordt er gelet op de volgende aspecten:

1. **Auteur en Bron:** Er wordt gecontroleerd wie de auteur is en welke organisatie de informatie publiceert. Zijn het experts? Hebben ze een goede reputatie? (Merkus, 2023).
2. **Referenties en Citaten:** Controleren of er referenties of citaten zijn die er geverifieerd kunnen worden (Merkus, 2023).
3. **Datum en publicatie:** Zorgen dat de informatie up-to-date is (Merkus, 2023).
4. **Objectiviteit:** Letten op de toon en het doel van de bron. Is de informatie feitelijk en onpartijdig, of lijkt het meer op een mening of propaganda (Merkus, 2023).
5. **Recensies en feedback:** Zoeken naar recensies of feedback van andere gebruikers of experts (Merkus, 2023).

Daarnaast wordt er gebruik gemaakt van factchecking-tools. Webdiensten zoals Snopes, Factcheck.org en PolitiFact zijn speciaal gericht op het controleren van feiten en kunnen nuttig zijn om onjuiste claims of desinformatie te verifiëren (*Snopes.com*, n.d.).

Er wordt aan gebruikers laten zien hoe nieuws wordt gecontroleerd en welke stappen er genomen worden om te zorgen dat het nieuws betrouwbaar is. Transparantie zorgt voor meer vertrouwen.

11.5 Tabel Stakeholders

De volgende stakeholders zijn tijdens de lessen geïdentificeerd als belangrijke partijen op de huidige sociale mediaplatforms.

Stakeholder	Rol
Content creators	Maken de inhoud, zoals nieuwsartikelen en video's, en zorgen ervoor dat jongeren toegang hebben tot betrouwbare informatie.
Investeerders	Bieden het geld om het platform te laten groeien en helpen bij het maken van duurzame keuzes voor het platform.
Jongeren	Zijn de belangrijkste gebruikers van het platform. Ze hebben behoefte aan eerlijke, onafhankelijke informatie zonder invloed van algoritmes.
Journalisten	Zoeken het nieuws op en rapporteren wat er gebeurt. Zij zorgen ervoor dat het nieuws betrouwbaar en accuraat is.
Redacteuren	Beheren en controleren de inhoud om ervoor te zorgen dat het nieuws eerlijk en van hoge kwaliteit is.
Overheden	Stellen regels op voor media en beschermen de rechten van gebruikers, zoals privacy en toegang tot eerlijke informatie.
Media toezichthouder	Controleren of het nieuwsplatform zich aan de regels houdt en zorgen ervoor dat het nieuws eerlijk en onafhankelijk is.
Adverteerders	Bieden inkomsten door advertenties te plaatsen. Ze moeten ervoor zorgen dat ze transparant en ethisch handelen.
Drukkers	Drukken fysiek nieuws af. Ze hebben invloed op de milieukant door hun papier- en energiegebruik.
Academische instellingen	Bieden onderzoek en helpen bij educatie en het opleiden van journalisten om de kwaliteit van het nieuws te verbeteren.
Tech bedrijven	Leveren de technologie voor het platform, zoals servers en software, en kunnen helpen om het platform duurzamer te maken.
Sociale mediaplatforms	Verspreiden het nieuws en zorgen ervoor dat het een groot publiek bereikt, maar kunnen door algoritmes invloed hebben op wat mensen zien.

Tabel 2: Stakeholders