Design rapport

FEMINEWS

Minor Techniekfilosofie
9 oktober 2026
Hogeschool van Amsterdam
Laura van der Vlies en Astrid Lubsen-Van Roij

Loïs Bruins: 500899084
Tess Kollof: 500866888
Youssef Khalil: 500831157
Toria Kruithof: 500951419

1. Opdrachtomschrijving

Wij hebben de opdracht gekregen om een concept voor een nieuwsplatform te ontwerpen dat gekoppeld kan worden aan de Fediverse en/of het AT Protocol en niet afhankelijk is van Big Tech-platformen. Hierbij hebben we gewerkt volgens de methode Stuk, Maken, Delen. We begonnen met het onderzoeken van wat er volgens ons stuk is aan de huidige nieuwsvoorziening. Vervolgens hebben we deze inzichten vertaald naar een nieuw ontwerp en dit concept uitgewerkt en gedeeld.

Tijdens ons onderzoek kwamen we uit bij de manier waarop vrouwen in het nieuws worden vertegenwoordigd. Vrouwen zijn ondervertegenwoordigd als onderwerp, bron en expert, terwijl berichtgeving over geweld tegen vrouwen vaak weinig context geeft en de verantwoordelijkheid van de dader kan verhullen. Vanuit dit probleem hebben wij gekozen voor een nieuwsplatform dat vrouwen zichtbaarder maakt en geweld tegen vrouwen duidelijker en zorgvuldiger bericht, met eerlijke titels.

Ons concept richt zich daarbij op vier publieke waarden: solidariteit, veiligheid, rechtvaardigheid en empowerment. In de rest van het rapport leggen we uit hoe we tot deze keuze zijn gekomen en hoe deze waarden zijn vertaald naar ons ontwerp.

2. Missie

Onze missie is om een nieuwsplatform te maken dat bewustzijn en solidariteit rondom vrouwen in het nieuws verbetert.

3. Waarden

Wij hebben vier waarden gekozen die wij het belangrijkst vonden voor het platform. Dat zijn de volgende waarden:

Waarde	**Wat het betekent voor het platform**
Solidariteit	Vrouwen en hun verhalen staan centraal. Berichtgeving verbindt individuele gevallen met elkaar en met een gemeenschap van lezers, makers en organisaties.
Veiligheid	Berichtgeving over geweld is zorgvuldig, bevat hulpinformatie en maakt patronen zichtbaar zodat risico's herkend worden.
Rechtvaardigheid	Koppen en artikelen leggen verantwoordelijkheid bij de dader, niet bij het slachtoffer. Vrouwen krijgen een eerlijk aandeel in nieuws en expertise.
Empowerment	Vrouwen worden getoond als experts, leiders en makers, niet alleen als slachtoffer. Lezers krijgen taal en kennis om geweld te herkennen en te benoemen.

4. Analyse: Wat is er stuk aan het nieuws?

4.1 Vrouwen komen te weinig voor in het nieuws

Volgens het Global Media Monitoring Project (GMMP) 2025 is 26% van de mensen die in print- en omroepnieuws te zien, te horen of te lezen zijn een vrouw. Op nieuwswebsites is dat 29%. Sinds de eerste meting in 1995 is dit aandeel met slechts 9 procentpunten gestegen, en sinds 2020 met 1 procentpunt. In sportnieuws is 15% van de onderwerpen en bronnen vrouw. Het GMMP spreekt van stagnatie.
Ook achter de schermen is het beeld niet gelijk: het aandeel vrouwelijke verslaggevers in traditionele media steeg van 28% in 1995 naar 41% in 2025, maar dat leidt niet tot gelijke zichtbaarheid van vrouwen in de berichtgeving zelf.

4.2 Geweld tegen vrouwen krijgt weinig aandacht en weinig context

Verhalen over gendergerelateerd geweld zijn goed voor minder dan 2% van het wereldwijde nieuws (GMMP 2025). In Nederland wordt volgens schattingen iedere acht dagen een vrouw vermoord en staat het land in de Europese top drie, terwijl de term "femicide" in 2022 slechts bij 33% van de Nederlanders bekend was (Hart van Nederland, 2023).
Atria constateert dat femicidezaken in Nederlandse media wel worden gemeld, maar als losse incidenten en onder uiteenlopende termen. Daardoor blijft het patroon onzichtbaar. Mogelijk past de term femicide, met zijn activistische ondertoon, niet bij de neutrale toon van de Nederlandse media. Nieuwswaarde speelt ook mee: de ergste zaken halen het nieuws, het onderliggende patroon niet.

4.3 Koppen en taal verhullen geweld en dader

- **Eufemismen.** Termen als "familiedrama" of "conflict in de relationele sfeer" onderschatten het geweld dat aan femicide voorafgaat (Atria; BNNVARA). Een nabestaande in de documentaire 2Doc: Femicide noemt dit verdrietig en kwetsend.
- **Passieve zinnen.** In een Italiaans onderzoek naar koppen over femicide waren 382 koppen passief geschreven en 302 actief. Slechts 147 van de passieve koppen noemden de dader (Rossetti, Ca' Foscari). In 140 Braziliaanse berichten werd het werkwoord "vermoorden" het vaakst in de passieve vorm zonder dader gebruikt (Universidade de Brasília). Hierdoor verdwijnt de dader uit de zin.
- **Victim-blaming.** Een kritische discoursanalyse van De Telegraaf (2023) vond dat vrouwen soms medeverantwoordelijk werden gemaakt voor hun dood, bijvoorbeeld via verwijzingen naar ontrouw of een verbroken relatie. Indirect gebeurde dat ook door de psychische problemen van de dader te benadrukken (Mulder, 2025).
- **Geen mensenrechtenframe.** In een analyse van alle bevestigde femicides in Massachusetts in 2013 werden moorden zelden gekoppeld aan schendingen van de rechten van vrouwen (Bouzerdan & Witten-Woodring).

4.4 Wat dit betekent voor de vier waarden

Waarde	Wat is er stuk
Solidariteit	Zaken worden als losse incidenten gebracht, waardoor lezers geen gedeeld probleem zien.
Veiligheid	Patronen en voortekens van geweld blijven onbenoemd, en weinig mensen kennen het begrip femicide.
Rechtvaardigheid	Passieve koppen, eufemismen en victim-blaming verschuiven de verantwoordelijkheid van dader naar slachtoffer.
Empowerment	Vrouwen zijn zeldzaam als bron en expert en komen vaker voor als slachtoffer dan als deskundige of leider.

4.5 Ontwerpprincipes voor onze redactie

Uit de bronnen leiden wij de volgende redactionele regels af:

- Benoem de dader en het geweld in de kop, in de actieve vorm.
- Gebruik de term femicide waar het om het doden van een vrouw door een partner of ex-partner gaat, en leg hem uit.
- Vermijd "familiedrama" en vergelijkbare eufemismen.
- Plaats elk geval in een patroon, met cijfers en context.
- Beschrijf het slachtoffer als persoon en vermijd verwijzingen die schuld suggereren.
- Voeg bij berichten over geweld hulpinformatie toe.
- Streef naar een evenwichtige verdeling van vrouwen en mannen als bron en expert, onder meer met een database van vrouwelijke experts.

5. Interviewresultaten

We hadden eerst als idee om een platform te maken waar de focus lag op positief / goed nieuws. Daarvoor hadden we de volgende vragen bedacht en gesteld:

1. Wat is je leeftijd?
2. Kijk je naar het nieuws? Zo ja, waar?
    a. Hoe vaak kijk je naar het nieuws?
    b. Welk gevoel heeft u nadat u gekeken heeft naar het nieuws?
        i. Waarom krijg je dit gevoel?
        ii. Vind je het vervelend dat je dit gevoel krijgt?
3. Waarom kijk je niet naar het nieuws?
    a. Wat zou ervoor zorgen dat je wel naar het nieuws gaat kijken?
    b. Zijn er onderwerpen waarvan je het vervelend vindt dat je dat nu niet ziet?
    c. Zou je weer naar het nieuws kijken als deze alleen goed nieuws bevat?
        i. Zo ja, zou je dan een optie willen met ook het "slechte" nieuws

Nadat we de interviews hadden afgenomen, waren we van onderwerp veranderd. Waardoor de uitkomsten van de interviews niet meer relevant waren voor ons nieuwe idee. Daarom hadden we in overleg met Laura ervoor gekozen om deskresearch te gaan doen in plaats van het opnieuw afnemen van interviews, omdat dit teveel tijd zou kosten.

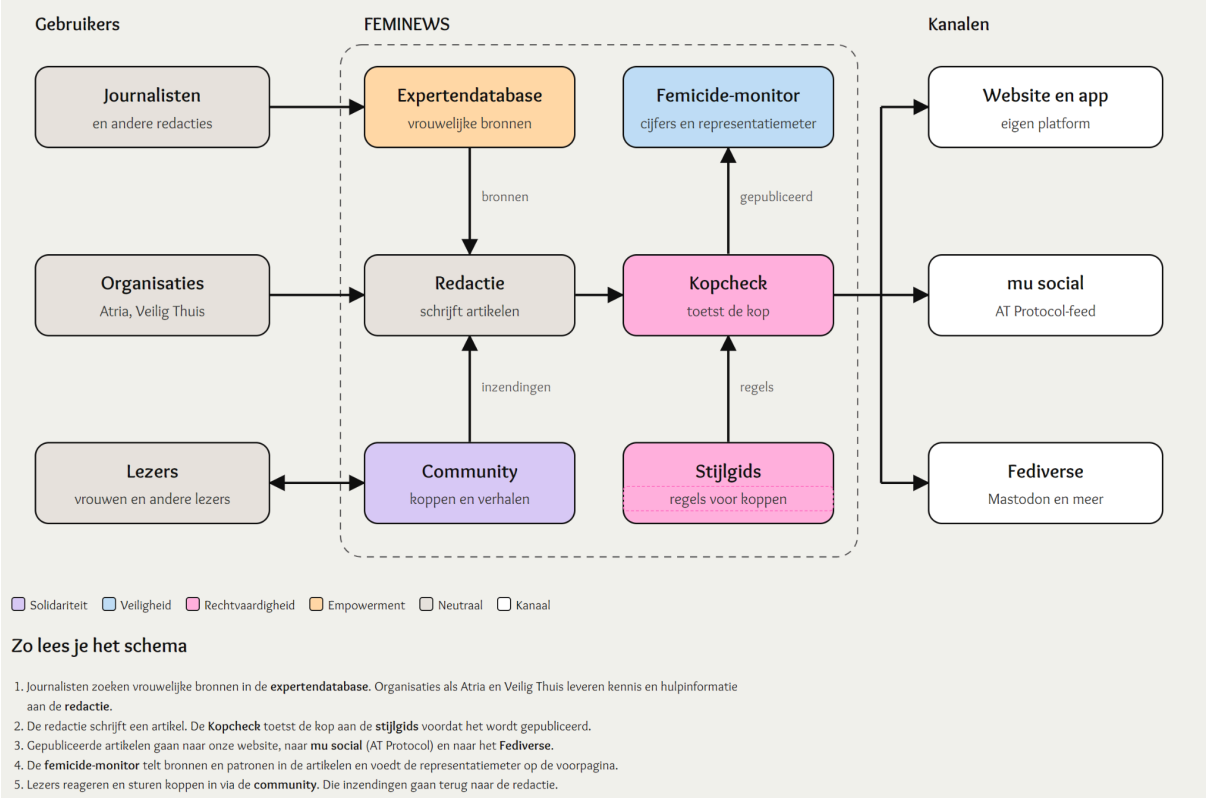
6. Visualisatie

6.1 Ons concept in het kort

FEMINEWS is een nieuwsplatform in krantenstijl met een zware serif als logo en roze als accentkleur. Boven de titel staan onze vier waarden. De lezer ziet bovenaan alle nieuwskoppen een representatiemeter die laat zien hoeveel vrouwen als bron in ons nieuws voorkomen, naast het wereldgemiddelde van 26%. Elke kop die we publiceren wordt getoetst aan onze stijlgids en krijgt een roze vinkje.

De site werkt als volgt: de header is groot bovenaan de pagina en klapt in zodra de lezer scrolt, zodat het menu altijd bereikbaar blijft. Het ontwerp is responsive, zodat het ook op de telefoon prettig leest.

6.2 System visual



Het systeem bestaat uit vijf onderdelen die op elkaar aansluiten. De redactie maakt artikelen en toetst koppen met de Kopcheck. De expertendatabase helpt journalisten vrouwelijke bronnen te vinden. De femicide-monitor verzamelt cijfers en patronen. De community brengt lezers samen en laat hen verbeterde/vrouwvriendelijke koppen aandragen. Alles samen wordt ontsloten via ons eigen platform en via open protocollen.

6.3 Koppeling met de Fediverse en het AT Protocol

De opdracht vraagt om een platform dat niet afhankelijk is van Big Tech. Daarom ontwerpen we FEMINEWS als open platform. Onze eerste en belangrijkste koppeling is mu social:

- **mu social (AT Protocol).** mu is een Europese microbloggingapp van Eurosky, gebouwd op het AT Protocol en gehost in Europa. Wij publiceren onze artikelen en geverifieerde koppen als berichten van een eigen FEMINEWS-account op mu, zodat lezers ons daar kunnen volgen en delen zonder een Big Tech-platform. Omdat mu aanpasbare feeds heeft, bieden wij een FEMINEWS-feed aan met alleen onze artikelen.
- **Verificatie.** mu heeft een verificatiesysteem dat door organisaties wordt gedragen. Wij willen ons account laten verifiëren, zodat lezers weten dat berichten echt van onze redactie komen. Hoe dat precies werkt moeten we nog uitzoeken.
- **Andere AT Protocol-apps.** Omdat mu op het AT Protocol draait, kunnen lezers met een account in dat netwerk ons ook in andere apps daarvan volgen.
- **Fediverse.** Onze artikelen verschijnen daarnaast als berichten van een eigen account, zodat lezers ons kunnen volgen vanuit Mastodon of een andere Fediverse-app, zonder account bij ons. Reacties kunnen via het Fediverse binnenkomen.
- **Eigen beheer.** Onze website, data en moderatie staan onder onze eigen controle. Dat past bij veiligheid: wij bepalen wie mag meepraten en welke regels gelden.
- **Open Kopcheck.** We ontwerpen de Kopcheck zo dat andere redacties hem kunnen gebruiken.

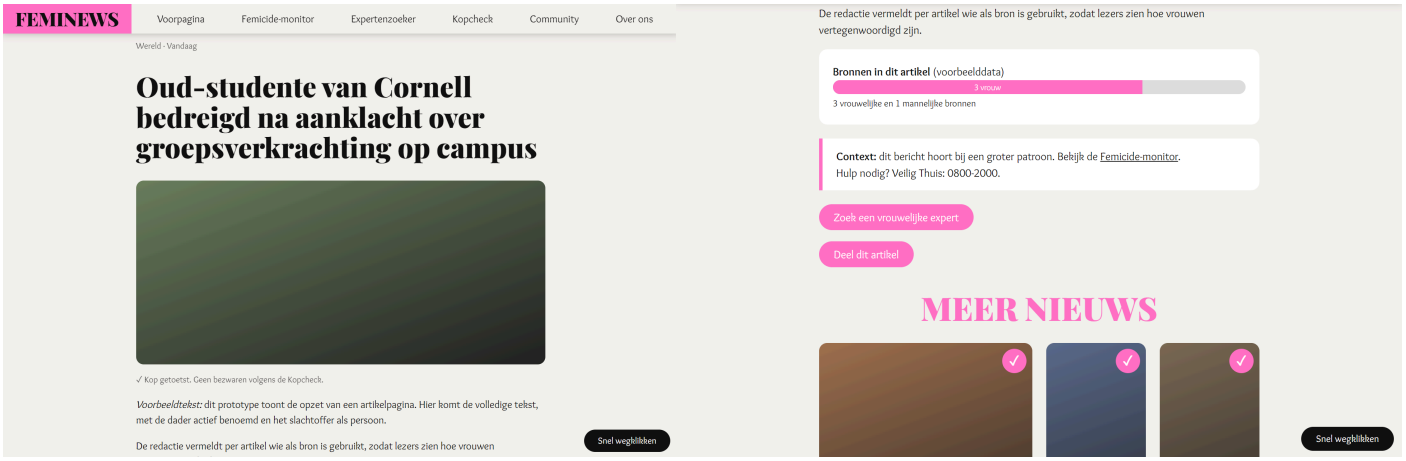
Dit is een ontwerpkeuze in ons concept. In ons prototype hebben we de koppeling met mu, het AT Protocol en het Fediverse zelf nog niet gebouwd. mu is een nieuwe app, dus we moeten nog nagaan welke mogelijkheden er precies zijn voor nieuwsorganisaties.

6.4 Key screens

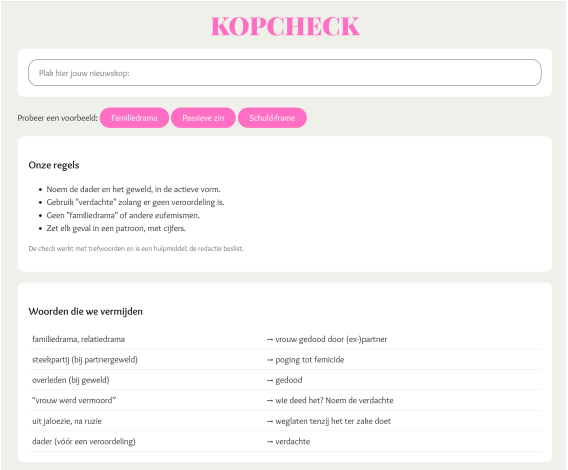
Voorpagina. De voorpagina toont de waarden, het menu, de representatiemeter en nieuwskaarten met een Kopcheck-vinkje. Onderaan staat een teaser van de Kopcheck met een voor-en-nakop. Dit scherm dient solidariteit en rechtvaardigheid.



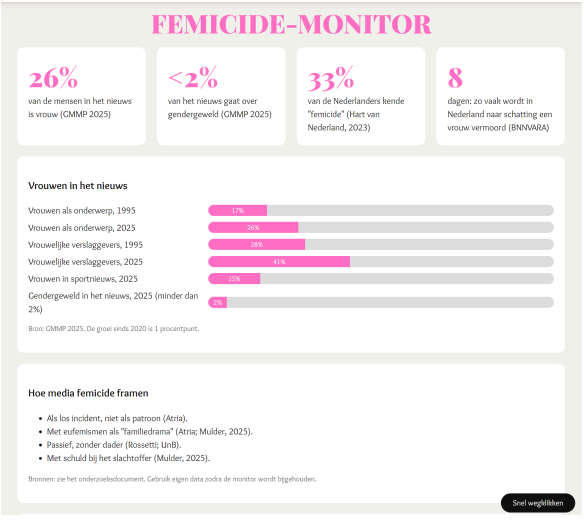
Artikelpagina. Elk artikel toont de kop, de Kopcheck-uitslag, hoeveel vrouwelijke en mannelijke bronnen we gebruikten, en bij geweld een contextblok met hulpinformatie. Dit scherm dient veiligheid en rechtvaardigheid.



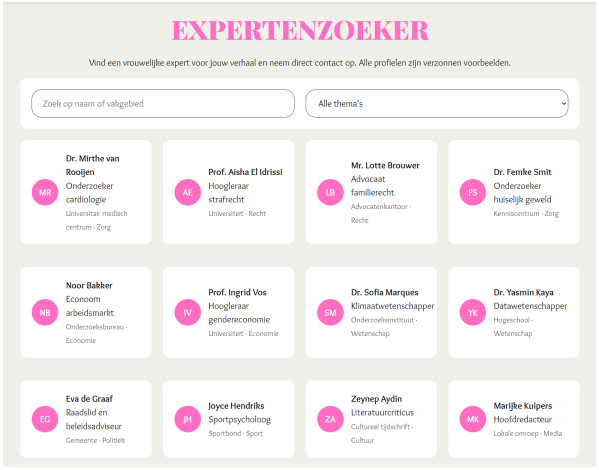
Kopcheck. Lezers en journalisten plakken een kop. De tool markeert eufemismen, passieve zinnen en schuld bij het slachtoffer en doet een voorstel voor een eerlijkere kop. We noemen dit bewust geen ‘feministischer maken’, maar eerlijker en duidelijker maken. Dit scherm dient rechtvaardigheid en empowerment.



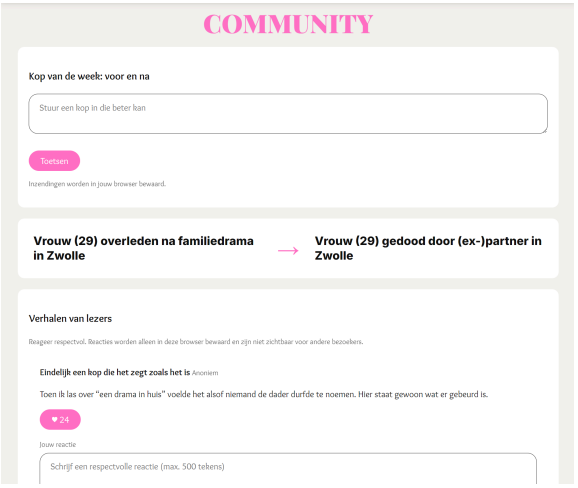
Femicide-monitor. We laten cijfers en patronen zien, zoals het aandeel vrouwen in het nieuws en hoe media femicide framen. Dit scherm dient veiligheid en solidariteit.



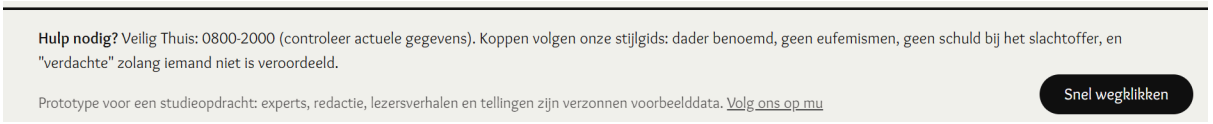
Vrouwen aan het woord. Een expertenzoeker waarmee journalisten vrouwelijke experts per thema vinden. Dit scherm dient empowerment.



Community. Lezers sturen koppen in en zien de oorspronkelijke en de herschreven versie naast elkaar. Dit scherm dient solidariteit.



Veiligheid in het ontwerp. Op elke pagina staat een knop ‘snel wegklikken’ voor lezers in een onveilige thuissituatie, en bij geweldsberichten staat hulpinformatie. We gebruiken terughoudend beeld, zodat het slachtoffer met waardigheid wordt getoond.



6.5 Stakeholdermap: nu

We hebben de stakeholders ingedeeld op macht en op belang bij een betere representatie van vrouwen in het nieuws. Dit is onze eerste inschatting, die we nog met gesprekken kunnen toetsen.

	Laag belang	**Hoog belang**
Hoge macht	Uitgevers en hoofdredacties, adverteerders, socialemediaplatforms	Overheid en beleidsmakers, Journalisten
Lage macht	Algemeen nieuwspubliek, lezers die nieuws via sociale media zien	Vrouwen als lezers en onderwerp, nabestaanden, Atria, Veilig thuis, vrouwelijke journalisten en freelancers

6.6 Stakeholdermap: toekomst

Met FEMINEWS verschuiven een paar groepen. Gevestigde redacties krijgen meer belang als onze koppen een voorbeeld worden en de norm, en onze community krijgt zo meer macht doordat zij het platform mede bepalen.

	Laag belang	**Hoog belang**
Hoge macht	Adverteerders en sponsors (alleen met waardenbeleid,; socialemediaplatforms; gevestigde redacties die nog niet meedoen	Onze redactie en oprichters; fondsen, onderzoekspartners; overheid en beleidsmakers; redacties die onze richtlijnen overnemen
Lage macht	Breed publiek dat ons via sociale media of onderwijs leert kennen	Community van leden; netwerk van vrouwelijke experts, maatschappelijke organisaties, nabestaanden en ervaringsdeskundigen (met zorgvuldige begeleiding)

6.7 Business model canvas

Blok	**Uitwerking**
Klantsegmenten	Lezers die nieuws willen met een genderbewuste blik, met als kern vrouwen en bondgenoten, organisaties, scholen, opleidingen en andere redacties
Waardepropositie	Nieuws waarin vrouwen zichtbaar zijn als onderwerp, bron en maker. Koppen die dader en geweld benoemen, context, cijfers en hulp informatie bij geweld.
Kanalen	Website, nieuwsbrief, sociale media, Fediverse en AT Protocol, onderwijs en partnerorganisaties
Klantrelaties	Community met leden, meldpunt voor koppen, persoonlijk contact met partners
Inkomstenstromen	Lidmaarschappen, subsidies

	en fondsen, trainingen en kopchecks voor andere redacties, donaties en sponsoringen.
Belangrijkste middelen	redactie, stijlgids, database van vrouwelijk experts, dataset van femicidezaken
Kernactiviteiten	nieuws maken en koppen toetsen, femicide-monitor bijhouden, expertendatabase en community beheren, trainingen geven.
Kernpartners	Atria, Veilig Thuis, universiteiten en journalistiekopleidingen, fondsen, freelancenetwerken, Wij Eisen de Nacht Op.
Kostenstructuur	Salarissen, techniek en hosting, onderzoek en monitoring, marketing en communitybeheer, juridisch advies en moderatie.

We weten dat een aantal aannames nog getoetst moet worden: of lezers willen betalen, of het platform niet als activistisch wordt weggezet, of andere redacties onze Kopcheck willen gebruiken en of fondsen een nieuw platform naast bestaande redacties willen financieren.

7. Conclusie

We leerden dat ontwerpen voor publieke waarden vraagt om keuzes, en dat die keuzes soms met elkaar botsen. Rechtvaardigheid wil dat we de dader duidelijk benoemen, maar de onschuldpresumptie zegt dat we pas ‘dader’ schrijven na een veroordeling. Solidariteit vraagt om een duidelijke kant kiezen, terwijl de term femicide in de Nederlandse media al snel als activistisch wordt gezien. Veiligheid pleit voor veel context en hulpinformatie, terwijl openheid via de Fediverse betekent dat we minder controle hebben over wie ons nieuws ziet. We hebben geleerd om zulke spanningen niet te verbergen, maar ze in het ontwerp zichtbaar te maken, bijvoorbeeld met onze stijlgids en de Kopcheck.

We leerden ook dat een waarde pas iets betekent als je hem kunt zien en gebruiken. Daarom hebben we de vier waarden vertaald naar concrete onderdelen: de representatiemeter, de Kopcheck, de femicide-monitor, de expertenzoeker en de snel-wegklikknop.

Op deze opdracht kijken we met gemengde gevoelens terug. Het was lastig dat we halverwege van onderwerp veranderen, waardoor onze interviews niet meer pasten en we moesten overstappen op deskresearch. Daar stond tegenover dat het nieuwe onderwerp ons veel meer raakte en dat de bronnen ons een duidelijke richting gaven. Als we opnieuw zouden beginnen, hadden we wel de tijd gehad om interviews af te nemen en om onze aannames te toetsen. We zouden ook de koppeling met de Fediverse en het AT Protocol eerder en verder uitwerken, omdat die onderdelen in dit concept nog het minst zijn getest.

Bronnen

Representatie van vrouwen in het nieuws

- WACC, UN Women, UNESCO en GAMAG (2025). *Global Media Monitoring Project 2025.* whomakesthenews.org
- International Federation of Journalists (2025). Samenvatting van de GMMP-resultaten via InPublishing: IFJ says women account for only 26% of news subjects

Framing van femicide (internationaal)

- Gillespie, L. K., Richards, T. N., Givens, E. M., & Smith, M. D. (2013). Framing deadly domestic violence: Why the media's spin matters in newspaper coverage of femicide. *Violence Against Women, 19*(2), 222-245. NCJRS-samenvatting
- Bouzerdan, C., & Witten-Woodring, J. *Killings in context: An analysis of the news framing of femicide.* Femicide Watch
- Universidade de Brasília. Masterscriptie over passieve en actieve zinsvormen in 140 femicideberichten van 33 Braziliaanse nieuwsportalen (2000-2024). Repositório UnB
- Rossetti, N. Masterscriptie over koppen over femicide in Italiaanse kranten, Università Ca' Foscari Venezia. Scriptie (pdf)
- 'The Shadow Pandemic'. An analysis of femicide in British news coverage (2025). Abstract

Nederlandse context

- Atria. *Femicide in de media.* atria.nl
- Mulder, C. (2025). *From family drama to femicide: A critical discourse analysis of De Telegraaf's coverage of intimate partner femicide in the Netherlands.* Masterscriptie, Universiteit Utrecht. Utrecht Student Theses
- Hassink, F. S. M. (2025). *Framing van intimate femicide in de Nederlandse krant.* Masterscriptie, Radboud Universiteit. Scriptie (pdf)
- 'Er knapte iets': Een onderzoek naar de framing van femicide in het Leidsch Dagblad. Universiteit Leiden. Scriptie (pdf)
- Hart van Nederland (2023, 6 februari). Steeds meer Nederlanders weten wat 'femicide' betekent. hartvannederland.nl
- BNNVARA. Waarom is er zo weinig aandacht voor femicide? bnnvara.nl