



Een experiment om de band tussen lokale journalistiek en jongeren te verstevigen



R. Duiven, N. Drok, L. Hermans

Lectoraat Media & Civil Society
Kenniscentrum Media

Hogeschool Windesheim
Campus 2-6
Postbus 10090
8000 GB Zwolle
r.duiven@windesheim.nl

1 oktober 2013

Samenvatting

Regionale dagbladen hebben moeite met het bereiken, boeien en binden van jongeren tussen de 15 en 30 jaar oud, terwijl onderzoek heeft aangetoond dat deze doelgroep zeker interesse heeft in lokaal en regionaal nieuws. Uitgeverij Wegener (De Stentor) en Hogeschool Windesheim (Kenniscentrum Media) zijn dankzij financiële ondersteuning van het Stimuleringsfonds voor de Pers in staat geweest te experimenteren met een lokale nieuwsvoorziening die speciaal gericht is op Zwolse jongeren tussen de 15 en 30 jaar oud.

MijnZ (Mijn Zwolle) is een digitaal nieuwsmedium dat experimenteert met inhoud, vormgeving en toegankelijkheid. Het onderzoek naar MijnZ was gericht op de nieuwsinteresse en nieuwsbehoefte van de doelgroep, het gebruik en de waardering van de website, en de betrokkenheid bij MijnZ. De hoofdvraag van het onderzoeksproject naar het bereiken, boeien en binden van jongeren was: “Hoe kan een digitaal nieuwsmedium het gebruik van, de waardering voor en de betrokkenheid bij lokaal nieuws vergroten onder jongeren tussen de 15 en 30 jaar?”. Het onderzoek is uitgevoerd in twee fasen die elk bestonden uit een online survey en focusgroepen.

In de eerste onderzoeksfase is naar voren gekomen dat veel jongeren die in Zwolle wonen, werken, studeren of naar school gaan, over een aantal achtergrondkenmerken beschikken die over het algemeen positief samenhangen met nieuwsmediagebruik. Er is dus een grote groep in Zwolle potentieel gebruiker van MijnZ. Het feitelijke gebruik weerspiegelde dit aanvankelijk echter niet. De respondenten waren kritisch over de inhoud, de vormgeving en het taalgebruik op de website. Mede daardoor is het gebruik van MijnZ in de eerste fase van het project tegengevallen.

In de tweede onderzoeksfase, na aanpassing van de website, bleek het gebruik weliswaar te zijn toegenomen, maar nog steeds onder de verwachting. Toch zijn er duidelijke aanknopingspunten gevonden dat MijnZ een project met toekomst is. De respondenten waren in de tweede onderzoeksfase positiever over de vormgeving (o.a. meer visuele elementen), de inhoud (o.a. meer achtergrond), het taalgebruik (o.a. minder populair) en de interactiviteit (o.a. via een mobiele applicatie). Het aantal unieke terugkerende bezoekers is in het tweede jaar relatief sterk gestegen.

Door deze aanknopingspunten zien zowel Hogeschool Windesheim als Wegener potentie om jongeren te kunnen bereiken, en te boeien en binden aan lokale journalistiek. Vanuit beide partijen bestaat dan ook een uitdrukkelijke intentie het project MijnZ (zowel het platform als het onderzoek) voort te zetten.



Inhoudsopgave

Samenvatting.....	2
Inhoudsopgave	3
1. Inleiding	4
2. Onderzoekopzet	10
2.1. Onderzoeksfase 1: eerste meting	10
2.2. Onderzoeksfase 2: tweede meting	12
3. Resultaten eerste onderzoeksfase.....	13
3.1. Is MijnZ bekend bij Zwolse jongeren?	13
3.2. Wordt MijnZ gebruikt door Zwolse jongeren?	25
3.3. Waardering MijnZ	35
3.4. Aangedragen verbeteringen MijnZ	41
4. Aanpassingen.....	45
5. Resultaten tweede onderzoeksfase.....	46
5.1. Feitelijk gebruik MijnZ	46
5.2. Gebruik MijnZ	49
5.3. Waardering MijnZ - online survey	52
5.4. Waardering MijnZ - focusgroepen	57
6. Conclusie.....	61
7. Aanbevelingen	64
Referenties	66
Bijlagen	68
I. Vragenlijst online survey.....	68
II. Topiclijst focusgroepen	74
III. Screenshots MijnZ.nl.....	75
IV. Resultaten pop-up tweede onderzoeksfase	76
V. Financieel overzicht onderzoek MijnZ	86



1. Inleiding

Het lezen van een betaalde, papieren krant wordt voor jongeren steeds minder vanzelfsprekend. Dit proces is al enkele decennia gaande (Mindich, 2005), maar lijkt te worden versneld door nieuwe technologische mogelijkheden om nieuws op een alternatieve wijze te verkrijgen. De nieuwsinteresse van jongeren van jongeren lijkt over de jaren niet dramatisch gedaald, hooguit zijn de voorkeuren voor genre, vorm en inhoud verschoven. Nieuwsmedia, en zeker het lokale/regionale dagblad, staan voor de uitdaging om de jongere doelgroep te bereiken via nieuwe kanalen, hen te boeien door een op jongeren afgestemde inhoud en vormgeving en hen te binden door een duurzame relatie op te bouwen, mede door gebruikmaking van verbeterde mogelijkheden tot interactie en participatie. Het bereiken, boeien en binden van de doelgroep van 15 – 30-jarigen is voor de toekomst van (lokale/regionale) nieuwsmedia van levensbelang. In het MijnZ-project, een experimentele lokale nieuwsvoorziening gericht op jongeren, is gedurende twee jaren gekeken hoe Zwolse jongeren bereikt en geboeid kunnen worden met behulp van een website en mobiele applicaties. Daarmee wordt mogelijk de kiem gelegd voor een meer duurzame relatie ('binden'), maar of die tot stand zal komen valt buiten de reikwijdte en looptijd van het project.

De achtergrond voor het onderzoeksdeel van het project wordt gevormd door het onderzoek van Drok & Schwarz (2009) naar jongeren, nieuwsmedia en betrokkenheid. Daaruit blijkt onder andere dat jongeren wel degelijk geïnteresseerd zijn in lokaal nieuws en achtergrondinformatie dat voor hen relevant is en ook op hen gericht is. In deze behoefte wordt door de regionale pers in Nederland steeds minder voorzien. Regionale bladen richten zich in de papieren versie primair of uitsluitend op de 30+ doelgroep. Ook in de online of mobiele versies ontbreekt de specifiek op jongeren gerichte lokale/regionale content grotendeels. Met het onderzoek is getracht te achterhalen op welke wijze de lokale journalistiek meer jongeren kan *bereiken* en hoe ze meer voor jongeren kan *betekenen*, in de verwachting dat daarmee de band tussen de lokale journalistiek en de jongeren in Zwolle *verstevigd* kan worden.

In dit project wordt de informatiebehoefte van de jonge gebruiker expliciet als uitgangspunt genomen. MijnZ (Mijn Zwolle) is een specifiek op jongeren gericht product, waarmee wordt voorzien in een leemte van het huidige media-aanbod. Op basis van eerdere bevindingen (o.a. Costera Meijer, 2006), wordt geëxperimenteerd met de inhoud, vormgeving en toegankelijkheid van een digitaal nieuwsmedium, om te kijken of daarmee meer betrokkenheid, waardering en gebruik verworven kan worden onder jongeren. Het project is bedoeld om in de praktijk te experimenteren om de belangstelling van jongeren voor de regionale pers en - omgekeerd - de belangstelling van de regionale pers voor jongeren te versterken. Het experiment wordt uitgevoerd in samenwerking met de regionale krant De Stentor en behelst een digitaal nieuwsmedium speciaal voor Zwolse jongeren tussen de 15 en 30 jaar: MijnZ. Het nieuwe platform zal uiteindelijk een vaste plaats moeten verwerven in het Zwolse medialandschap, maar dient om te beginnen als journalistieke proeftuin met ruimte voor experiment.



Er bestaat een sterke samenhang tussen het volgen van lokaal nieuws en betrokkenheid bij de maatschappij. Hoe minder men het nieuws volgt, hoe minder men betrokken is bij de maatschappij (Mindich, 2005; Drok & Schwarz, 2009). In de Westerse wereld wordt veel belang gehecht aan de maatschappelijke betrokkenheid van burgers. Nieuws maakt het mede mogelijk om te voldoen aan de morele verplichting van burgers om zich bij de maatschappij betrokken te voelen en zich ermee te bemoeien (Van Zoonen, 1999). Naast het bevorderen van maatschappelijke betrokkenheid zijn media eveneens van cruciaal belang voor democratisch burgerschap (Mindich, 2005; Raeymaeckers, 2002). Journalisten moeten burgers informeren over zaken die van belang zijn om effectief en verantwoordelijk aan een democratische cultuur deel te nemen. Democratisch burgerschap is een noodzaak voor een goed functionerend Nederland (Costera Meijer, 2006). Om maatschappelijke betrokkenheid en democratisch burgerschap te bevorderen en een toekomst voor de krant te waarborgen, is het dus van groot belang jongeren weer te interesseren voor en te betrekken bij het lezen van een nieuwsmedium.

Daling oplage kranten

Lange tijd werd aangenomen dat jongeren, naarmate ze ouder worden, meer behoefte krijgen aan het lezen van een krant. Dat is nog steeds het geval, maar elk volgend cohort stapt op een lager niveau in (Peiser, 2000), waardoor een neerwaartse trend ontstaat. Het leeftijdseffect heeft met andere woorden door de jaren heen plaatsgemaakt voor een cohorteffect, waarbij de desinteresse voor nieuws zich zal voorzetten in oudere leeftijdsgroepen (Buckingham, 2000). Elke opeenvolgende generatie geboren na 1920 consumeert minder nieuws dan de generatie daarvoor (Mindich, 2005). Een toenemend aantal jongeren blijkt steeds minder de krant te lezen, in tegenstelling tot een afnemend aantal ouderen die frequenter lezen (Peiser, 2000). Krantenuitgevers zijn met het oog op de langere termijn min of meer gedwongen extra aandacht te schenken aan jongeren (Raeymaeckers, 2002). Ze blijken daartoe nog niet erg in staat (Lauf, 2001).

Er zijn verschillende verklaringen voor het feit dat jongeren minder de krant lezen. Jongeren zelf zeggen dat ze het nieuws niet volgen omdat nieuwsitems zelden hun levens en ervaringen raken (Costera Meijer, 2006). Er is dus sprake van een vicieuze cirkel: jongeren volgen het nieuws niet meer waardoor de media steeds minder rekening gaan houden met deze doelgroep. Doordat er minder rekening wordt gehouden met hen, voelen de jongeren zich steeds minder betrokken bij en gewaardeerd door de krant. Ze worden steeds minder geïnteresseerd (Mifflin, 1996).

Daarnaast stelt Costera Meijer (2006) dat het volgen van nieuws bij jongeren (15-30 jaar) niet meer op routine berust, wat bij ouderen wel het geval is. Volgens Hudders (2005) is de belangrijkste reden om gedrukte kranten te lezen om op de hoogte te zijn en uit gewoonte. Deze gewoonte ontwikkelt zich normaal gesproken in de jeugd, maar bij veel huidige 30-jarigen is de ontwikkeling hiervan sterk achtergebleven. Wanneer het lezen van een krant op 20-jarige leeftijd niet een vaste regelmaat in het leven heeft, zal dit zich ook niet meer ontwikkelen op latere leeftijd (Mindich, 2005).

Er bestaat onder jongeren wel degelijk interesse voor en betrokkenheid bij nieuws (Raeymaeckers, 2002; Costera Meijer, 2006; Drok & Schwarz, 2009). Bij jongeren bestaat er een verschil in het verlangen meer te



weten en het daadwerkelijk volgen van het nieuws. Beekhoven & Van der Wel (1998) stelden vast dat jongeren, hoewel ze er niet erg enthousiast over zijn, zich niet afsluiten voor nieuwsmedia. Ze zijn wel degelijk breed geïnteresseerd en zich ervan bewust dat het volgen van nieuws goed is voor de algemene ontwikkeling. Ze kijken nieuws omdat het hoort en uit plichtsgevoel. Ze komen er wel meer voor uit dat ze het saai vinden en ze niet steeds geconfronteerd willen worden met al die ellende (Costera Meijer, 2006).

Bereiken

Allereerst is het van belang de jongeren te bereiken in fysieke zin. In sommige gevallen zijn jongeren namelijk wel geneigd een krant te lezen: als ze niets te doen hebben, of als ze (toevallig?) in aanraking komen met een krant. Dit is een mogelijke verklaring voor de populariteit van de gratis kranten in bijvoorbeeld de trein. Lezers van gratis kranten zeggen dat ze een krant lezen omdat ze niets beters hebben te doen (Wolswinkel, 2008). De tieners beoordelen deze gratis kranten ook grotendeels (71%) net zo positief als een betaalde krant (TNS, 2009). De artikelen gaan vooral over lokaal entertainment, televisie en sport; onderwerpen die overeenkomen met de inhoudsvoorkeuren van jongeren. Kortom: jongeren zijn niet afhankelijk van dagbladen, maar wanneer ze de mogelijkheid krijgen een krant te lezen, dan is het waarschijnlijk dat ze gaan lezen. Ook is het nieuwsformat bepalend voor de nieuwsconsumptie. Picard (2001) stelt dat het format van gratis kranten beter past bij de manier waarop jongeren nieuws consumeren dan het format van betaalde kranten. Gratis kranten bevatten korte items die geschikt zijn voor scannen en snel lezen. Jongeren willen een snel overzicht van het nieuws (Wolswinkel, 2008).

Om een goed beeld te geven van jongeren en hun nieuwsgewoonten, moet niet alleen gekeken worden naar het nieuws in de krant, maar naar het gehele medialandschap. Door de komst van televisie- en radiozenders en internet is er namelijk sprake van een cultuurverandering (Huysmans e.a., 2004). De tijd die eerder besteed werd aan lezen, wordt nu besteed aan de televisie en de computer (Qrius, 2005; Raeymaeckers, 2002). De hoeveelheid informatie is enorm gegroeid en door technologische ontwikkelingen is informatie overal en altijd beschikbaar. Dit blijkt gevolgen te hebben voor de wijze van onder andere het vergaren van informatie en amusement (Huysmans e.a., 2004). In de huidige Westerse samenleving speelt internet een grote rol in het verkrijgen van informatie en in de nieuwsvoorziening. In een onderzoek van TNS Nipo (2009) bleek dat jongeren in 2009 dachten dat ze over 20 jaar hun nieuws vooral van internet halen.

Door de fulltime beschikbaarheid van tv, kranten, tijdschriften en websites, consumeren jongeren de hele dag door her en der nieuws (Costera Meijer, 2006). Ze 'snacken' nieuws. Snack nieuws is snel en wordt zoveel mogelijk live in beeld gebracht, waarbij de kwaliteit van het beeld (bijv. dat van een mobiele telefoon) minder van belang is dan de levendigheid van het beeld. Het snacken van nieuws in de krant bestaat uit het koppensnellen om van belangrijke kwesties op de hoogte te zijn, zodat er meegepraat kan worden. De diverse media worden 24/7 gescand op interessante informatie, het kan jongeren niet snel genoeg zijn, ze willen niet wachten tot het acht uur is en ze het journaal kunnen kijken. De behoefte aan nieuws willen ze direct kunnen bevredigen. Internet heeft het voordeel dat het nieuws altijd beschikbaar en up-to-date is. Bovendien kan de consument zelf beslissen welke nieuwsitems hij in detail wil bekijken (Hudders, 2005). Van de 20- tot en met



29-jarigen bezoekt 85% wel eens een nieuwssite op internet. Van de 15- tot en met 19-jarigen is dit 74% (Qrius, 2005; 2007). Toch zijn jongeren ook geïnteresseerd in het zogenaamde 'slow nieuws': nieuws dat gaat over het begrijpen van de gebeurtenissen en niet alleen van één kant van het verhaal. Programma's of verhalen die meerdere kanten van de zaak belichten, meerdere stemmen laten horen, zodat meerdere verhalen en werkelijkheden naast elkaar kunnen bestaan. Jongeren worden dan in het verhaal getrokken door het verhalende karakter en de duidelijke spanningsboog in het nieuws (Costera Meijer, 2006). Hiervoor is de papieren krant juist weer meer geschikt (Drok & Schwarz, 2009).

Het is eenvoudig te veronderstellen dat de achteruitgang in nieuwsconsumptie op televisie en in de krant te wijten is aan het gebruik van internet als nieuwsbron. Uit onderzoek van Mindich (2005) blijkt echter dat jongeren, hoewel ze steeds meer tijd online doorbrengen, het internet gebruiken voor allesbehalve het nieuws. Internet is eerder complementair aan de traditionele nieuwsmedia dan dat het vervangt (o.a. Van Cauwenberge, Beentjes, & d'Haenens, 2011).

In het onderzoek van Huijbers (2008) naar het gebruik van internet en gedrukte kranten als nieuwsmedia, werd aan jongeren gevraagd gebruik te maken van één van beide media voor het raadplegen van nieuws. De helft koos voor internet, de andere helft voor de krant. De mensen die voor internet kozen deden dit vanwege de snelheid, de zoekfuncties, de hoeveelheid aan bronnen en de constante toevoeging van actueel nieuws. Internet heeft noch een vast tijdstip, noch een vaste periodiciteit voor publicatie. Mede daardoor zal de stijl van het gebrachte nieuws minder gericht zijn op analyse, maar meer op snelle verspreiding (Beyers, 2002). De mensen die kozen voor de krant deden dit vanwege de duidelijke leesbaarheid, de mogelijkheid terug te bladeren, de variatie aan rubrieken en het handzame formaat. Dezelfde vraag werd gesteld voor achtergrondinformatie. Hierbij gaven respondenten aan gebruik te maken van internet vanwege het grote keuzeaanbod, de grote vindkans en de hoeveelheid beschikbare perspectieven (Huijbers, 2008).

Boeien

Voor wat betreft de inhoud is er bij het publiek in het algemeen steeds meer behoefte aan bruikbaarheid van de journalistieke informatie in het dagelijkse leven. 'Eigen' nieuws heeft een toegevoegde waarde, vooral als het bijdraagt aan begrip en verdieping. Dat wordt ook door jongeren gewaardeerd (Drok, 2011). Het heeft meer effect om te investeren in veranderingen in inhoud, dan wijzigingen door te voeren in de vormgeving van een krant. Zo bleek onderzoek van Raeymaeckers (2002) onder 1200 Vlaamse jongeren van 16 tot 18 jaar dat een wijziging in inhoud de meeste kans maakt: meer aandacht voor lokaal nieuws, meer achtergrondinformatie en makkelijker taalgebruik zijn aspecten die kunnen helpen bij het verkleinen van de kloof tussen kranten en jonge lezers.

Omdat jongeren het nieuws vaak moeilijk te begrijpen vinden (o.a. Beekhoven & Van der Wel, 1998; Barnhurst & Wartella, 1998; Buckingham, 1999, 2000) zou een eerste verandering in inhoud het leesbaarheidsaspect moeten zijn (Raeymaeckers, 2002). De jongeren vinden de inhoud van de kranten niet alleen te moeilijk, maar ook het nieuws te complex, omdat ze niet over voldoende achtergrondinformatie beschikken of niet de juiste referentiekaders hebben om het te begrijpen (Raeymaeckers, 2002, 2004). De voorkeur van jongeren gaat uit



naar meer achtergrondinformatie om de context van het nieuws te begrijpen. Jongeren hebben behoefte aan het leggen van verbanden en het plaatsen van een probleem in een bredere context (Barnhurst & Wartella, 1991; Raeymaeckers, 2002). Om de leesbaarheid van de krant te bevorderen, is het raadzaam spreektaal te gebruiken. Jongeren geven hier de voorkeur aan boven schrijftaal, in tegenstelling tot oudere generaties. Ook geven jongeren de voorkeur aan een ironische, informele stijl boven een cleane, zakelijke stijl (Barnhurst, 1998; Buckingham, 1999,2000; Katz, 1993). Jongeren willen graag van betrokken mensen zelf horen hoe de nieuwswaardige gebeurtenis hun leven raakt. Daarbij is een persoonlijke, ervaringsgerichte benadering van de journalist een voorwaarde. Dit kan bijvoorbeeld door met klein leed de werking van grotere maatschappelijke vraagstukken te illustreren. Ze willen het nieuws kunnen meemaken, kunnen ervaren, het liefst vanuit het perspectief van de hoofdpersonen (Costera Meijer, 2007).

Een groot deel van het nieuwsaanbod sluit niet aan bij de veranderende houding van jongeren ten aanzien van informatie, het legt geen verbinding met hun dagelijkse leefwereld (o.a. Beekhoven & Van der Wel, 1998; Barnhurst, 1998; Buckingham, 1999, 2000). De relevantie van nieuws voor het alledaagse leven van jonge mensen is gering en daaruit vloeit de desinteresse van jongeren voort. Ze interesseren zich met name voor nieuws waarin jongeren zelf centraal staan en voor lokaal en regionaal nieuws (Barnhurst & Wartella, 1998; Raeymaeckers, 2002). Ook is het belangrijk te laten zien wat de relevantie van het nieuws is voor het leven van jongeren en wat de impact is op het leven van jongeren. Kortom: jongeren willen zich kunnen identificeren, spiegelen en zelf 'deelnemen' aan het nieuws.

Daarnaast vinden jongeren het belangrijk dat mensen echt en authentiek overkomen en niet overdrijven of zich nep gedragen (Costera Meijer, 2006, 2007). Ze zijn zich er wel van bewust dat één waarheid niet bestaat en hebben daarom voorkeur voor nieuws dat meerdere kanten van de zaak belicht, meerdere stemmen laat horen omdat meer verhalen en werkelijkheden naast elkaar kunnen bestaan. Hierdoor worden ze niet gedwongen zich te identificeren met één kant van het verhaal. De journalist moet daarbij niet schromen zelf stelling in te nemen, want dat komt de levendigheid en meerstemmigheid van het nieuws ten goede en zorgt ervoor dat de jongeren beter in staat zijn om een beeld te vormen.

Een andere eis die wordt gesteld aan nieuwsberichten is dat ze leuk, maar ook leerzaam moeten zijn (Costera Meijer, 2006; Beekhoven & Van der Wel, 1998). Journalisten moeten wel voorzichtig zijn met het gebruik van entertainment in de berichtgeving. Zodra het nieuws meer entertainment elementen gaat bevatten, nemen vooral de oudere jongeren het niet meer serieus (Costera Meijer, 2006). Hoewel serieuze informatie humor of luchtigheid niet uitsluit, moet dit volgens Costera Meijer niet te ver doorgezet worden: "Echt nieuws is niet leuk, leuk nieuws is niet echt (pag. 33)". Dat wil overigens niet zeggen dat jongeren vinden dat alleen slecht nieuws aan bod zou moeten komen (Beekhoven & Van der Wel, 1998).

Ook aan het gebruiksplezier en gebruiksgemak wordt een grote waarde toegedicht. Gebruiksplezier hangt bijvoorbeeld samen met een grotere variatie in genres en het gebruik van nieuwe vertelvormen. Verbazing, inleving en meeleven zijn hiervoor belangrijke ingrediënten. Gebruiksgemak staat voor toegankelijkheid, in fysieke zin, maar ook qua vormgeving; een combinatie tussen de bereikbaarheid van de informatie en de



toegankelijkheid van de informatie. Er moet verder een nadruk liggen op relevantie (herkenning en bruikbaarheid) en verdieping (origineel, eigen nieuws en onderzoeksjournalistiek) (Drok, 2011).

Voor wat betreft de vormgeving van een krant, is het raadzaam 'crib notes', of 'verkeersborden' te gebruiken (Readership Institute, 2002). Daarnaast willen jongeren een overzichtelijke opmaak en een duidelijke indeling (Broersma, 2003). Hierdoor wordt de leesbaarheid van de krant vergroot. Door de lezers te helpen navigeren in de krant, kunnen ze snel de inhoud herkennen. Jongeren willen bijvoorbeeld graag een inhoudsopgave in de linker column op de voorpagina, of opsommingstekens (Readership Institute, 2002). Jongeren zijn visueler ingesteld dan ouderen, daarom zou er meer kleur, meer foto's en meer infographics gebruikt moeten worden (Cebuco, 2002).

Verder willen jongeren een meer samenhangende presentatie (Beekhoven & Van der Wel, 1998). Het nieuws moet op een visueel aantrekkelijke manier gepresenteerd worden, waardoor ze eerder gedreven worden. Beelden roepen immers emoties op. Beelden maken meer indruk.

Foto's en video's op internet zorgen voor een goede beeldvorming van de gebeurtenis. Ook nieuwsfilmpjes met een maximale tijdsduur van twee minuten en discussiefora zijn van toegevoegde waarde volgens de respondenten in het onderzoek van Huijbers (2008). Ook Broersma (2003) stelt dat beeld een steeds grotere invloed heeft op de samenleving door de suggestieve kracht ervan. Bovendien zorgt de combinatie van geluid, woord en beeld ervoor om directe en gelijktijdige ervaringen op te roepen. Meer dan gedrukte tekst dat doet. Hierdoor kunnen jongeren beter in staat worden gesteld de werkelijkheid te doorgronden (Broersma, 2003).

2. Onderzoeksopzet

De hoofdvraag van het onderzoeksproject naar het bereiken, boeien en binden van jongeren bij regionale nieuwsmedia is:

“Hoe kan een digitaal nieuwsmedium het gebruik van, de waardering voor en de betrokkenheid bij lokaal nieuws vergroten onder jongeren tussen de 15 en 30 jaar?”

2.1. Onderzoeksfase 1: eerste meting

De eerste onderzoeksfase had twee doelen. Het eerste doel was een beeld te krijgen van de Zwolse jongere voor wat betreft achtergrondkenmerken (o.a. leeftijd, geslacht, opleidingsniveau), maatschappelijke betrokkenheid (o.a. maatschappelijke activiteit, de band met de Zwolse samenleving, interesse in andere mensen) en het gebruik van nieuwsmedia in het algemeen (o.a. de aard, de frequentie, de duur). Het tweede doel was het meten van het gebruik en de waardering van de eerste versie van de website MijnZ die door Wegener is opgezet.

De deelvragen van de eerste onderzoeksfase waren:

Deelvraag 1a: “Wat is de nieuwsinteresse en nieuwsbehoefte van de doelgroep voor MijnZ?”

Deelvraag 1b: “In hoeverre hangt de nieuwsinteresse en nieuwsbehoefte van de doelgroep samen met achtergrondkenmerken en maatschappelijke betrokkenheid?”

Deelvraag 2: “Hoe wordt MijnZ gebruikt en gewaardeerd door de Zwolse jongeren?”

Voor het beantwoorden van de eerste onderzoeksvraag is een online survey uitgevoerd onder Zwolse jongeren. Voor het beantwoorden van de tweede deelvraag is gekozen voor een online survey aangevuld met een focusgroep en website statistieken.

Online survey

Om antwoord te kunnen geven op de eerste deelvraag zijn er in de online survey vragen gesteld over de achtergrondkenmerken, de maatschappelijke betrokkenheid, de algemene nieuwsinteresse en de nieuwsbehoeften van de respondenten. De jongeren die MijnZ kenden, kregen ook een aantal vragen over het gebruik en de waardering van MijnZ. Om voldoende respondenten in de onderzoeksgroep te hebben die MijnZ kende en gebruikte, is de vragenlijst ook als pop-up op de website geplaatst. Hiermee werd de tweede onderzoeksvraag beantwoord. De volledige vragenlijst is terug te vinden in Bijlage I.

Voor het kwantitatieve deel van de eerste meting is gebruik gemaakt van twee bestanden. Er is gebruik gemaakt van het panel van TNS Nipo. 525 mensen bleken te voldoen aan de voorwaarden van de onderzoeksdoelgroep: zij vielen binnen de leeftijdscategorie van 15 t/m 29 jaar en werkten, woonden, studeerden of gingen naar school in Zwolle. De data van de eerste meting zijn verzameld onder deze 525 panelleden van TNS/Nipo in de periode van 20 januari tot en met 7 februari 2012. Uiteindelijk hebben 402



respondenten via TNS/Nipo de vragenlijst ingevuld (76,6%). Naast het panel van TNS/Nipo is een pop-up met de vragenlijst op de website van MijnZ geplaatst om respondenten te werven. De pop-up stond online in de periode van 9 januari t/m 4 maart 2012 en hiermee zijn 268 respondenten verworven.

De dataverzameling heeft uiteindelijk geleid tot een steekproef van 670 jongeren, bestaande uit 402 respondenten uit een representatieve steekproef van TNS/Nipo (60%) en 268 (40%) via de pop-up (zie Tabel 2.1.). Van deze 670 jongeren waren 358 vrouw en 312 man. De gemiddelde leeftijd van de respondenten was 21. Het bereik van de leeftijd was 15 tot 30, wat overeenkomt met de beoogde doelgroep van MijnZ.

Tabel 2.1. Overzicht aantal respondenten onderzoeksfase 1

	Aantal respondenten (N)	Aantal respondenten (%)
TNS	402	60%
Pop-up	268	40%
Totaal	670	100%

Focusgroep

Om meer achtergrondinformatie te krijgen bij deelvraag twee is er aanvullend gebruik gemaakt van een focusgroep met zeven jongens van het Thorbecke Scholengemeenschap in Zwolle. Zij zijn gemiddeld 17 jaar oud en volgen VWO. De jongeren mochten eerst de website bekijken waarna met behulp van een topiclijst een aantal aspecten van de website ter sprake zijn gekomen. Naast wat algemene onderwerpen, hadden deze aspecten betrekking op de inhoud (de verschillende nieuwscategorieën, de lengte van de artikelen), de vormgeving (de structuur, het gebruik van foto's en video's) en de toegankelijkheid (het uploaden van foto's en video's, het plaatsen van reacties). De topiclijst is terug te vinden in Bijlage II.

Nadat de eerste onderzoeksfase was afgerond, hebben de resultaten ertoe geleid dat de website is vernieuwd. Zo is de website qua vormgeving gemoderniseerd, zijn er meer mogelijkheden om het nieuws van MijnZ te volgen via sociale media, en is voor het tweede deel van het project gekozen voor een meer serieus nieuwsplatform. In hoofdstuk 4 staan de wijzigingen op de website verder beschreven. De veranderingen op de website zijn doorgevoerd deels naar aanleiding van de resultaten uit de eerste onderzoeksfase, deels op basis van een aantal vooraf vastgestelde punten. Na enige vertraging is op 9 januari 2013 de vernieuwde website van MijnZ gelanceerd. Daarnaast is een mobiele (web)applicatie ontwikkeld. Toen de vernieuwde website ruim een half jaar online was, is de tweede onderzoeksfase gestart.

2.2. Onderzoeksfase 2: tweede meting

Het doel van de tweede onderzoeksfase was om de waardering van de nieuwe website te meten en mogelijke succesfactoren van de website te bepalen. De deelvragen van de tweede meting zijn:

Deelvraag 1: “Wat is het gebruik en hoe is de waardering van MijnZ na de aanpassingen op basis van de aanbevelingen uit onderzoeksfase 1?”

Deelvraag 2: “Wat zijn de mogelijke succesfactoren voor een regionale website die zich richt op jongeren tussen de 15 en 30 jaar?”

Om de eerste deelvraag te beantwoorden is wederom een online survey uitgevoerd via een pop-up op de website en zijn er meerdere focusgroepen gehouden, aangevuld met website statistieken. Om de tweede deelvraag te beantwoorden zijn de resultaten uit de tweede fase vergeleken met de resultaten uit de eerste fase.

Online survey

De respondenten voor het kwantitatieve deel van het onderzoek zijn geworven via een pop-up op de website van MijnZ. De vragenlijst (zie Bijlage I) heeft online gestaan van 13 mei t/m 1 juli. Uiteindelijk hebben 90 respondenten de vragenlijst volledig ingevuld, bestaande uit 42 mannen en 48 vrouwen. De gemiddelde leeftijd van de respondenten was 22 jaar. Het bereik van de leeftijd was 16 tot 30, wat nagenoeg overeenkomt met de doelgroep van MijnZ.

Focusgroepen

Voor het kwalitatieve gedeelte van de tweede meting zijn opnieuw focusgroepen gehouden. Er hebben 6 focusgroepen plaatsgevonden met in totaal 28 respondenten, waarvan 15 vrouwen en 13 mannen. De leeftijd van de jongeren lag tussen de 17 en 26 jaar. De respondenten volgen onderwijs (Thorbecke, Deltion, Landstede, of Windesheim) enkele werken. De respondenten konden eerst de vernieuwde website bekijken, waarna de gesprekken plaatsvonden. Voor de gesprekken in de tweede onderzoeksfase is een vergelijkbare topiclijst gebruikt als in de eerste fase, aangevuld met een aantal topics die alleen op de vernieuwde website van toepassing waren (zie Bijlage II).



3. Resultaten eerste onderzoeksfase

De resultaten in de eerste fase van het project zijn verkregen aan de hand van een online survey en een focusgroep. In dit hoofdstuk worden de resultaten uit deze twee onderzoeksmethoden besproken. In paragraaf 3.1. wordt ingegaan op de bekendheid van MijnZ onder Zwolse jongeren. Paragraaf 3.2. gaat over het gebruik van de website, in paragraaf 3.3. wordt de beoordeling van MijnZ door de jongeren besproken en in paragraaf 3.4. komen aangedragen verbeteringen voor MijnZ aan de orde.

3.1. Is MijnZ bekend bij Zwolse jongeren?

Het doel van deze paragraaf is om te achterhalen hoe bekend MijnZ is onder Zwolse jongeren, wat de achtergrondkenmerken zijn van de Zwolse jongeren en hoe hun nieuwsmenu eruit ziet. Hierbij wordt ook ingegaan op de eventuele verschillen tussen respondenten die bekend zijn met MijnZ en de respondenten die dat niet zijn. Op die manier wordt een beeld verkregen van de Zwolse jongere in het algemeen en zijn/haar nieuwsmenu. Daarnaast is het doel inzicht te krijgen in de potentiële doelgroep voor MijnZ.

De bekendheid van MijnZ onder het panel van TNS/Nipo is achterhaald door eenvoudigweg te vragen: “Ken je MijnZ?” met als antwoordmogelijkheden ‘ja’ en ‘nee’. Van de 402 respondenten geven 30 aan bekend te zijn met MijnZ (7,5%). Aangezien TNS/Nipo over een representatief panel beschikt, kan er met 95% zekerheid van uit worden gegaan dat de feitelijke bekendheid van MijnZ onder alle Zwolse jongeren tussen 7 en 8% ligt. De jongeren die mee hebben gedaan aan het onderzoek via de pop-up op de website, zijn uiteraard allemaal ($N=268$) bekend met de website. Van alle respondenten zijn er dus 298 (44,5%) bekend met MijnZ en 372 niet (55,5%). De 7 respondenten in de focusgroep waren voor het gesprek geen van allen bekend met de website.

Eerst wordt ingegaan op de achtergrondkenmerken van de respondenten die bekend zijn met MijnZ in vergelijking met de respondenten die niet bekend zijn met MijnZ. Vervolgens wordt hetzelfde gedaan wat betreft de maatschappelijke betrokkenheid van de respondenten en tot slot komt het nieuwsmenu van de respondenten aan bod.

3.1.1. Achtergrondkenmerken

De achtergrondkenmerken die in dit onderzoek gebruikt zijn, zijn geslacht, leeftijd, leer-/werksituatie, school, opleidingsniveau, sociale klasse en woonplaats. Deze worden in de huidige paragraaf besproken.

Geslacht

Allereerst is gevraagd naar het geslacht van de respondenten: 312 jongeren (46,6%) zijn man, 358 respondenten (53,4%) zijn vrouw. Er zijn significant meer mannen (54%) bekend met MijnZ dan vrouwen (46%)¹.

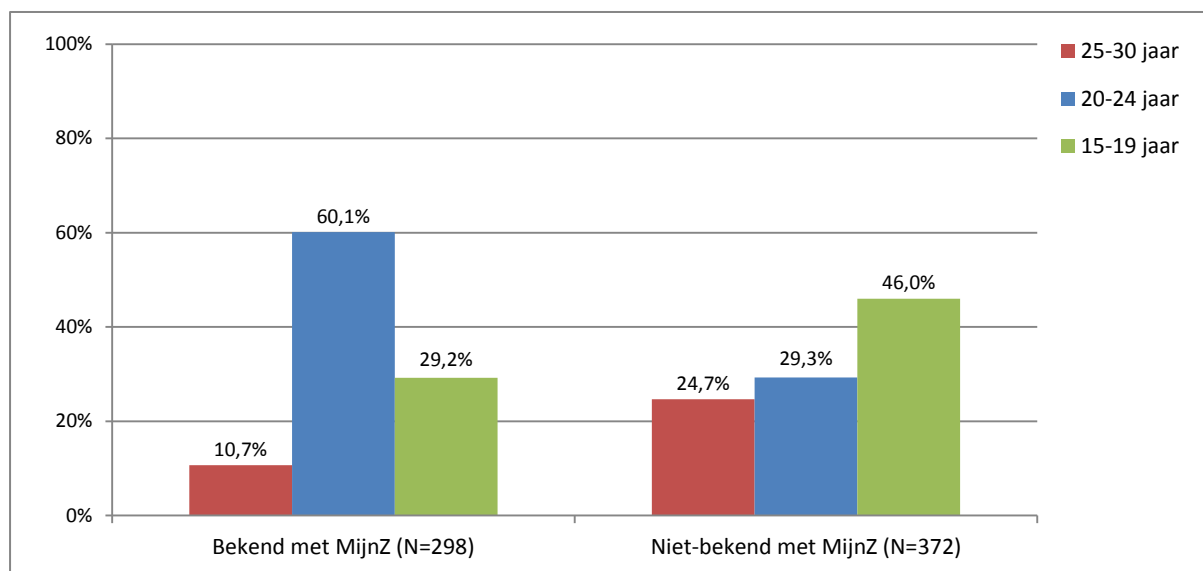
¹ $\chi^2(df1)=12.00$, $p=.000$. Voor Chi-kwadraten is een significantiegrens van $p=.000$ aangehouden.



Leeftijd

De respondenten zijn onderverdeeld in drie leeftijdscategorieën: van 15 t/m 19 jaar ($N=258$; 38,5%); van 20 t/m 24 jaar ($N=288$; 43%) en van 25 t/m 29 jaar ($N=124$; 18,5%). De jongeren die bekend zijn met MijnZ zijn significant vaker tussen de 20 en 25 jaar oud dan de jongeren die niet bekend zijn met MijnZ² (Figuur 3.1).

Figuur 3.1. Leeftijdscategorieën (bekend vs. onbekend met MijnZ)



Leer-/werksituatie

Ruim de helft van de respondenten is scholier/student ($N=347$; 51,8%), een op de vijf heeft een baan of is werkloos ($N=141$; 21%) en ruim een kwart doet een combinatie tussen studie/school en werk ($N=181$; 27%). Van de jongeren die bekend zijn met MijnZ zijn significant meer scholier/student dan van de jongeren die niet bekend zijn met MijnZ: 60,1% tegenover 45,2%. Daarnaast zijn van de groep die bekend is met MijnZ significant minder vaak werkend of op zoek naar werk dan van de niet-bekenden met MijnZ: 9,4% tegenover 30,4%³.

Welke school

Aan de respondenten die hebben aangegeven een opleiding te volgen, eventueel in combinatie met werk ($N=530$), is gevraagd aan welke school ze deze opleiding volgen. De overgrote meerderheid ($N=250$) studeert aan Windesheim (46,6%). Daarna volgt Deltion ($N=76$; 14,2%), een van de middelbare scholen in Zwolle ($N=72$; 13,4%), Landstede ($N=39$; 7,3%), Artez ($N=3$; 0,6%) en 'anders' ($N=96$, 17,9%). In Figuur 3.2. op de volgende pagina zijn hier uiteindelijk acht categorieën van gemaakt.

De groep bekend en niet bekend met MijnZ verschillen significant van elkaar wat betreft de school waar ze naartoe gaan⁴. Van de jongeren die bekend zijn met MijnZ, studeren significant meer respondenten aan Windesheim (74,9%) dan van de jongeren die niet bekend zijn met MijnZ (18,1%). Het is mogelijk dat dit

² $\chi^2(df2)=66.03, p=.000$

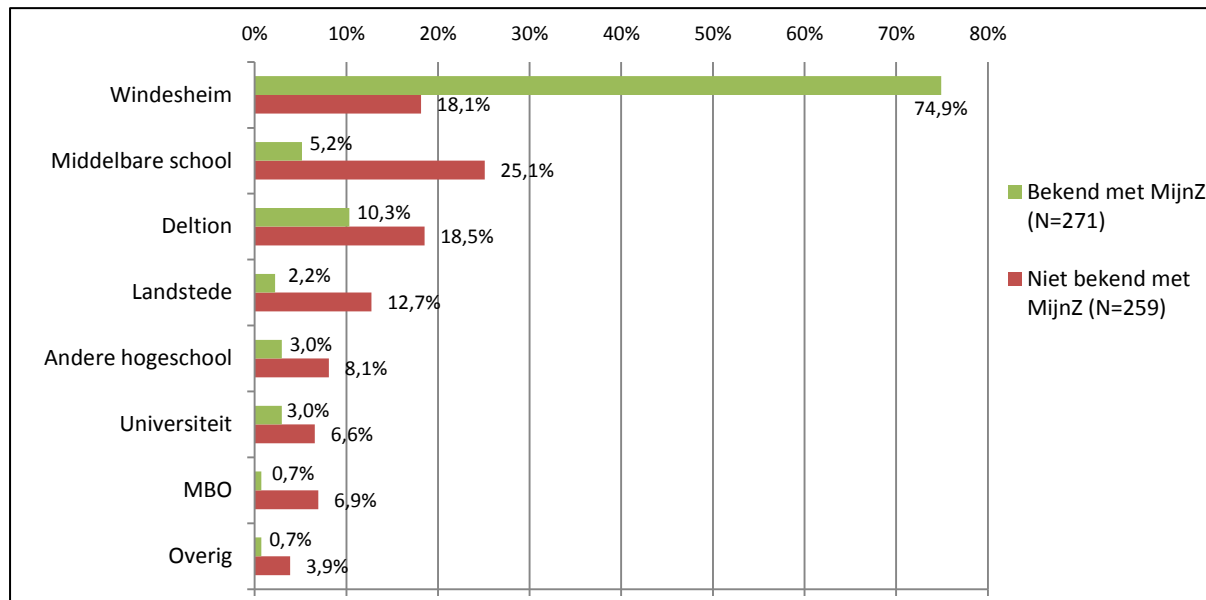
³ $\chi^2(df3)=44.97, p=.000$

⁴ $\chi^2(df7)=181.25, p=.000$



verschil (mede) wordt veroorzaakt doordat de redactieleden van MijnZ zelf aan Windesheim studeren en de website daardoor beter bekend is bij hun medestudenten dan bij scholieren/studenten van de andere opleidingsinstituten in Zwolle.

Figuur 3.2. Opleidingsinstituut waaraan respondenten studeren (bekend vs. onbekend met MijnZ)

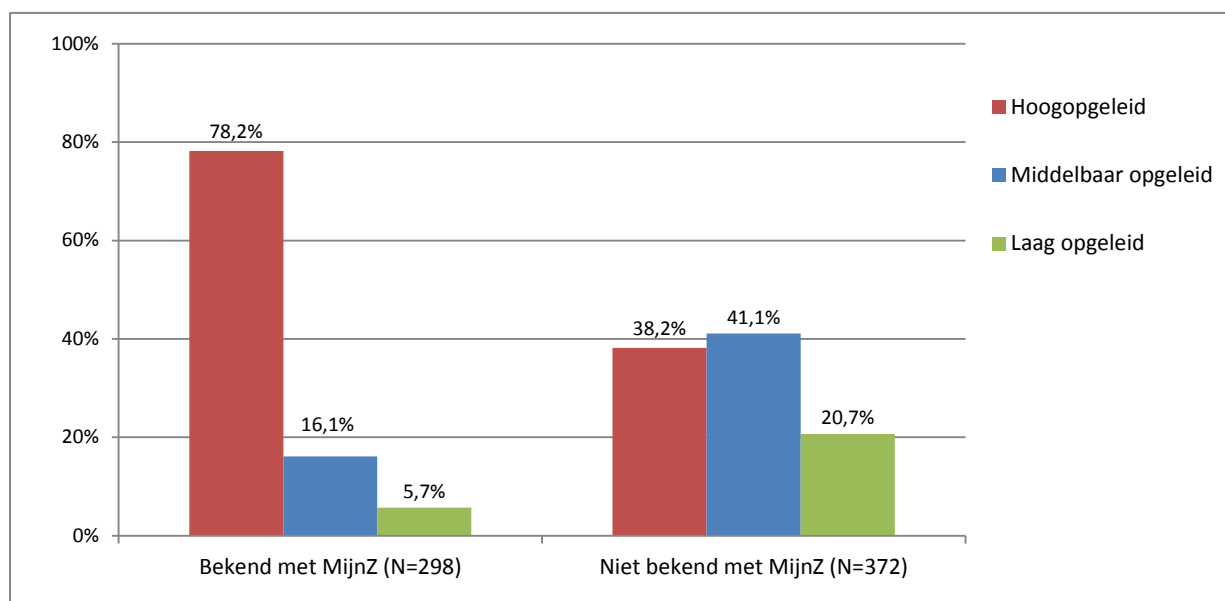


Opleidingsniveau

Ten aanzien van het opleidingsniveau zijn de respondenten onderverdeeld in drie categorieën: laagopgeleid (basisschool + vmbo/mavo), middelbaar opgeleid (havo/vwo + mbo) en hoogopgeleid (hbo + universiteit). Bij het opleidingsniveau is gevraagd naar de hoogst *afgeronde* opleiding. Aangezien veel jongeren op dit moment nog bezig zijn met een (hogere) opleiding, is deze vraag samengevoegd met de huidige leer-/werksituatie van de respondent in combinatie met de school waar hij/zij eventueel naar toe gaat.

Uiteindelijk komt naar voren dat 94 respondenten (14%) op dit moment een lagere opleiding (basisonderwijs/vmbo/mavo) volgen of deze hebben afgerond, 201 respondenten (30%) volgen een middelbare opleiding (havo/vwo/Mbo) of hebben deze afgerond en 375 respondenten (56%) volgen op dit moment een hogere opleiding (HBO/Universiteit) of hebben deze afgerond. De respondenten die bekend zijn met MijnZ blijken significant vaker hoogopgeleid te zijn/worden ($N=233$; 78,2%) dan de respondenten die niet bekend zijn met MijnZ ($N=142$; 38,2%)⁵. Dit is weergegeven in Figuur 3.3 op de volgende pagina.

⁵ $\chi^2(df2)=108.38, p=.000$

Figuur 3.3. Opleidingsniveau (bekend vs. onbekend met MijnZ)

Sociale klasse

Om vast te stellen uit welke sociale klasse de respondenten komen, is gevraagd naar het opleidingsniveau van de ouders waarbij laagopgeleid=1, middelbaar opgeleid=2 en hoogopgeleid=3. De sociale klasse is het gemiddelde opleidingsniveau van de vaders en de moeders. Wanneer gekeken wordt naar de verschillen tussen de respondenten die bekend zijn met MijnZ en zij die dat niet zijn, is het verschil tussen deze twee groepen significant⁶. Jongeren die bekend zijn met MijnZ komen over het algemeen uit een hogere sociale klasse ($M=2.05$)⁷ dan jongeren die niet bekend zijn met MijnZ ($M=1.94$)⁸.

Woonplaats

De woonplaatsen die genoemd zijn in het onderzoek, zijn onderverdeeld in verschillende gebieden. De meeste respondenten wonen in Zwolle ($N=257$; 38,5%). 164 respondenten (24,6%) wonen elders in Overijssel en 249 (36,9%) wonen elders (o.a. Drenthe, Gelderland, Flevoland). Er is geen significant verschil tussen de bekenden en onbekenden met MijnZ wat betreft woonplaats⁹ (zie Figuur 3.4. op de volgende pagina).

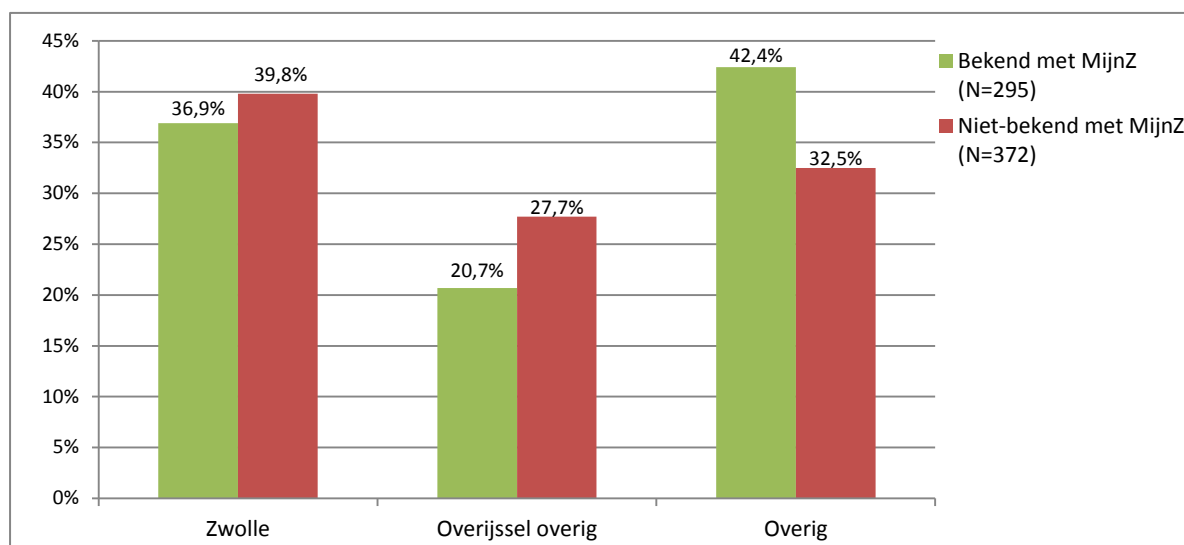
⁶ $F(1,649)=4.26, p=.04$. Voor Anova's (F-toetsen) is een significantiegrens van $p=.05$ aangehouden.

⁷ $SD=.68$

⁸ $SD=.66$

⁹ $\chi^2(df2)=7.96, p=.02$



Figuur 3.4. Woonplaats (bekend vs. onbekend met MijnZ)

Wat betreft de achtergrondkenmerken kan er een beeld geschetst worden van de jongeren die bekend zijn met MijnZ. Zo zijn ze over het algemeen:

- Man;
- Tussen de 20 en 25 jaar oud;
- Scholier/student;
- Studerend aan Windesheim;
- Hoogopgeleid;
- Uit een hogere sociale klasse.

De mogelijk bepalende factoren geslacht, leeftijd en de gecombineerde variabele opleidingsniveau worden in het onderzoek verder meegenomen als onafhankelijke variabelen.

3.1.2. Maatschappelijke betrokkenheid

Uit onderzoek van onder anderen Mindich (2005)¹⁰ blijkt dat maatschappelijke betrokkenheid positief correleert met nieuwsgebruik. Hoe meer maatschappelijk betrokken iemand is, hoe meer hij/zij gebruik maakt van diverse nieuwsmedia. Daarom is in het huidige onderzoek de maatschappelijke betrokkenheid van de Zwolse jongere meegenomen. Dit is gemeten door te kijken naar verschillende maatschappelijke activiteiten, de interesse in andere mensen en de band met de Zwolse samenleving. Dit wordt in de huidige paragraaf besproken.

Maatschappelijke activiteiten

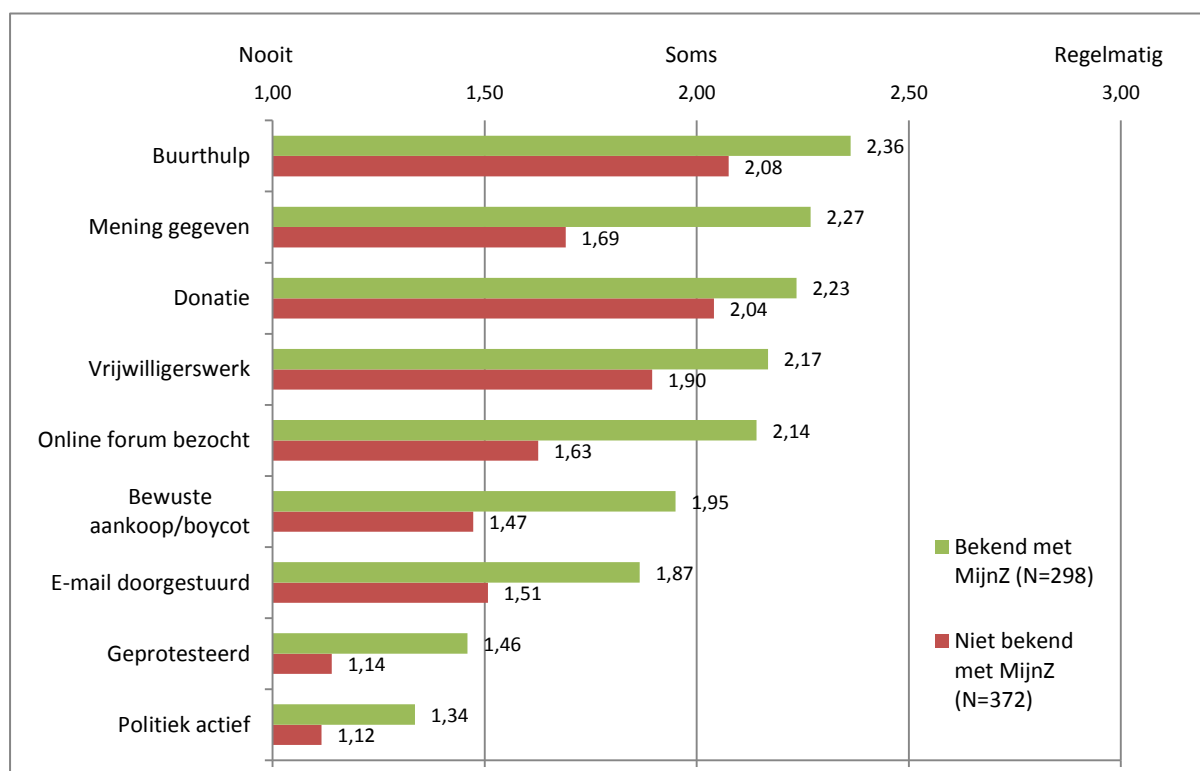
Om de maatschappelijke activiteit te achterhalen, hebben de respondenten de vraag 'Hoe vaak heb je onderstaande activiteiten de afgelopen 12 maanden gedaan?' beantwoord voor negen activiteiten. Dit konden ze doen op een schaal van 1 tot en met 3, waarbij 1 staat voor 'regelmatig' (meerdere keren per jaar), 2 staat voor 'soms' (1 keer per jaar of minder) en 3 staat voor 'nooit'. De scores zijn omgecodeerd, dus hoe hoger de

¹⁰ Mindich, D.T.Z. (2005). *Tuned Out. Why Americans under 40 don't follow the news*. New York: Oxford University Press.

score, hoe vaker de activiteit is uitgevoerd en hoe meer maatschappelijk betrokken men is. De respondenten zijn het minst vaak actief geweest op politiek gebied ($M=1,21^{11}$). De meest uitgevoerde activiteit is het helpen van een buurtbewoner ($M=2,20^{12}$).

Voor alle activiteiten geldt dat de jongeren die bekend zijn met MijnZ, significant vaker de betreffende activiteit hebben ondernomen dan de jongeren die niet bekend zijn met MijnZ¹³ (zie Figuur 3.5.).

Figuur 3.5. Maatschappelijke activiteit per stelling (bekend vs. onbekend met MijnZ)



Interesse in andere mensen

Naast de maatschappelijke activiteit, is interesse in andere mensen meegenomen als aspect van de maatschappelijke betrokkenheid. De respondenten konden de stelling 'ik ben geïnteresseerd in andere mensen' beoordelen op een schaal van 1 (helemaal mee oneens) tot en met 5 (helemaal mee eens). De gemiddelde interesse in andere mensen van alle respondenten is $M=3,96^{14}$. De respondenten die bekend zijn met MijnZ scoren ook op interesse in andere mensen significant hoger dan de respondenten die niet bekend zijn met MijnZ¹⁵. De gemiddelde interesse in andere mensen is voor jongeren die bekend zijn met MijnZ $4,09^{16}$. Voor de jongeren die niet bekend zijn met MijnZ is dat $3,86^{17}$.

¹¹ $SD=.51$

¹² $SD=.75$

¹³ Donatie: $F(1,669)=9.82, p=.00$; Vrijwilligerswerk: $F(1,669)=17.53, p=.00$; Buurthulp: $F(1,669)=25.40, p=.00$; Geprotesteerd: $F(1,669)=56.93, p=.00$; Politiek actief: $F(1,669)=32.52, p=.00$; Mening gegeven: $F(1,669)=88.22, p=.00$; E-mail doorgestuurd: $F(1,669)=36.49, p=.00$; Online forum bezocht: $F(1,669)=62.12, p=.00$; Bewuste aankoop/boycot: $F(1,669)=67.66, p=.00$

¹⁴ $SD=.92$

¹⁵ $F(1,669)=11.02, p=.00$



Band Zwolse samenleving

Tot slot is de band met de Zwolse samenleving meegenomen als indicatie voor de maatschappelijke betrokkenheid. De respondenten konden op een schaal van 1 (helemaal mee oneens) tot en met 5 (helemaal mee eens) aangeven in hoeverre ze een band hebben met de Zwolse samenleving. De gemiddelde band is 2.74¹⁸. Voor jongeren die MijnZ kennen is de gemiddelde band met de Zwolse samenleving hoger (3.10¹⁹) dan voor jongeren die MijnZ niet kennen (2.45²⁰). Het verschil is opnieuw significant²¹.

De woonplaats van de respondent speelt ook een rol bij de band met de Zwolse samenleving. De jongeren die in Zwolle wonen ($N=257$) ervaren een sterkere band met Zwolle ($M=3.39^{22}$) dan de jongeren die elders in Overijssel wonen ($N=164$; $M=2.43^{23}$) en dan de jongeren die buiten Overijssel wonen ($N=246$; $M=2.27^{24}$). Ook deze verschillen zijn significant²⁵. De band met de Zwolse samenleving en de woonplaats kunnen beide bepalend zijn voor het gebruik van MijnZ. Omdat er een sterke samenhang bestaat tussen deze variabelen, wordt alleen de band met de Zwolse samenleving in dit onderzoek verder meegenomen als onafhankelijke variabele.

Er bestaat een sterke samenhang tussen de drie variabelen die maatschappelijke betrokkenheid meten. De mate waarin de verschillende maatschappelijke activiteiten zijn uitgevoerd hangt sterk samen met de interesse in andere mensen²⁶, en met de band met de Zwolse samenleving²⁷. Ook hangen de verschillende activiteiten onderling sterk met elkaar samen. Het doen van vrijwilligerswerk blijkt het aspect met de grootste samenhang tussen de verschillende variabelen van maatschappelijke betrokkenheid. Bovendien heeft de leeftijd van de respondenten geen invloed op het wel of niet uitvoeren van vrijwilligerswerk²⁸. Dit is de reden dat vrijwilligerswerk in dit onderzoek verder wordt meegenomen als onafhankelijke variabele voor de maatschappelijke betrokkenheid van de jongeren.

In paragraaf 3.1.2. is gekeken naar de maatschappelijke betrokkenheid van de jongeren die mee hebben gedaan aan het onderzoek. Hieruit blijkt dat de bekenden met MijnZ over het algemeen sterker maatschappelijk betrokken zijn dan jongeren die niet bekend zijn met MijnZ:

- Ze ondernemen vaker diverse maatschappelijke activiteiten;
- Ze hebben een grotere interesse in andere mensen;
- Ze hebben een grotere band met de Zwolse samenleving.

¹⁶ $SD=.98$

¹⁷ $SD=.86$

¹⁸ $SD=1.25$

¹⁹ $SD=1.26$

²⁰ $SD=1.17$

²¹ $F(1,669)=47.60, p=.00$

²² $SD=1.07$

²³ $SD=1.17$

²⁴ $SD=1.18$

²⁵ $F(2,666)=69.27, p=.00$

²⁶ $r=.27, p=.00$. Voor correlaties is een significantiegrens van $p=.05$ aangehouden.

²⁷ $r=.28, p=.00$

²⁸ $F(2,669)=1.24, p=.29$



De maatschappelijke activiteit ‘vrijwilligerswerk’ en de band met de Zwolse samenleving worden verder meegenomen als onafhankelijke variabelen.

3.1.3. Nieuwsmenu

Op een groot aantal achtergrondvariabelen en wat betreft maatschappelijke betrokkenheid zijn een aantal verschillen naar voren gekomen tussen de jongeren die bekend zijn met MijnZ en de jongeren die niet bekend zijn met MijnZ. Maar hoe zit het met de nieuwsinteresse en het nieuwsgebruik van deze jongeren? Zijn de jongeren die bekend zijn met MijnZ ook een grotere nieuwsliefhebber en een meer frequente gebruiker van nieuwsmedia dan jongeren die niet bekend zijn met MijnZ?

In de komende paragraaf wordt hier verder op ingegaan. Allereerst komt de nieuwsinteresse aan bod, gevolgd door de frequentie van het gebruik van diverse media (papieren krant, mobiele telefoon, internet) en de duur van het gebruik van de media.

Nieuwsinteresse

De jongeren konden aangeven hoe belangrijk ze het vinden om op de hoogte te zijn van het nieuws, op een schaal van 1 (helemaal niet belangrijk) tot en met 5 (heel belangrijk). Het gemiddelde belang van nieuws wordt door de jongeren zelf beoordeeld als 3.90²⁹. De gemiddelde score van de jongeren die bekend zijn met MijnZ is 4.18³⁰, de gemiddelde score van jongeren die niet bekend zijn met MijnZ is 3.67³¹. De jongeren die bekend zijn met MijnZ hechten een significant groter belang aan nieuws dan jongeren die niet bekend zijn met MijnZ³², ook wanneer wordt gecontroleerd voor leeftijd³³. Aangezien nieuwsinteresse waarschijnlijk een sterke samenhang heeft met het gebruik van diverse media (waaronder MijnZ), wordt dit aspect in dit onderzoek verder meegenomen als onafhankelijke variabele.

Gebruik diverse media

Alle 670 respondenten hebben aangegeven hoe vaak ze via diverse media (krant, internet, mobiele telefoon) het nieuws volgen. Zie Tabel 3.1.

Tabel 3.1. Frequentie gebruik diverse media

Medium	Vaak	Regelmatig	Zelden	Nooit	N
Papieren krant	12,5%	35,5%	40,6%	11,3%	670
Internet	52,4%	30,3%	15,5%	1,8%	670
Mobiele telefoon	28,7%	17,6%	24,9%	28,8%	670

²⁹ $SD=.91$

³⁰ $SD=.81$

³¹ $SD=.93$

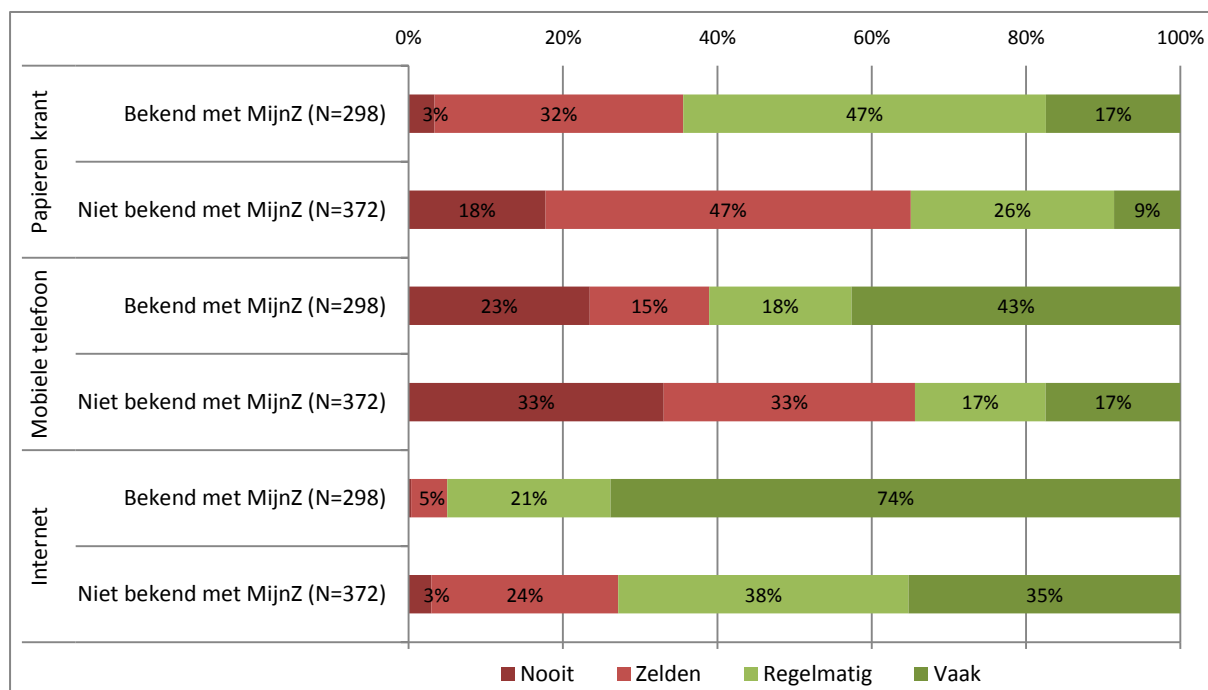
³² $F(1,669)=56.39, p=.00$

³³ Dit is gemeten met een Anova: $F(2,669)=57.03, p=.00$



Voor alle drie de media die in het huidige onderzoek zijn meegenomen, geldt dat de bekenden met MijnZ vaker gebruik maken van de diverse media dan de jongeren die MijnZ niet kennen. Dit is te zien in Figuur 3.6. Later in deze paragraaf wordt per medium verder ingegaan op de verschillen tussen de jongeren die bekend zijn met MijnZ en de jongeren die niet bekend zijn met MijnZ.

Figuur 3.6. Gebruik diverse media (bekend vs. onbekend met MijnZ)

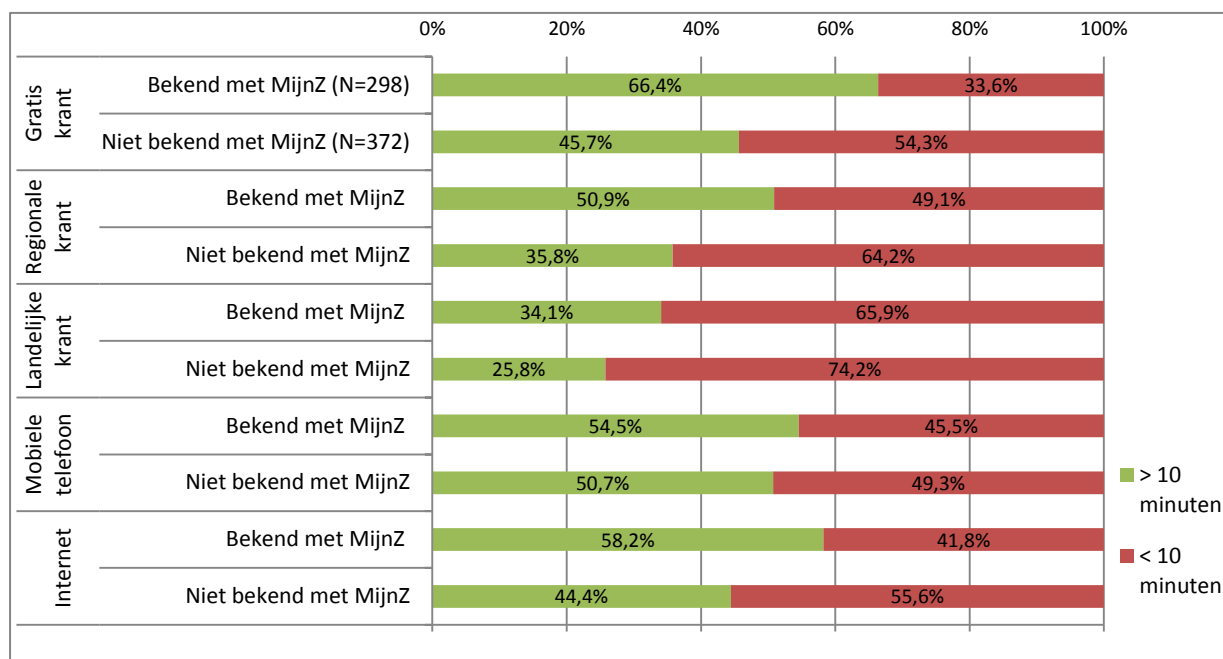


In de focusgroep kwam naar voren dat er veel gebruik wordt gemaakt van online nieuwssites zoals nu.nl en ad.nl en daarnaast lezen ze ook nieuws via Twitter. Ze bezoeken vooral een nieuwssite als ze even vijf minuten niets te doen hebben. In dat geval is het informatieve gedeelte het belangrijkste, en is de techniek ook heel belangrijk. Als de techniek van de site niet goed is, zoeken ze als snel een andere website. De respondenten in de focusgroep lezen over het algemeen geen regionale krant. De meeste respondenten in de focusgroep zijn dan ook niet op de hoogte wat er speelt in de omgeving van Zwolle, hooguit op sportgebied.

Duur gebruik diverse media

Aan de respondenten die hebben aangegeven het nieuws te lezen via een bepaald medium, is gevraagd hoe lang ze dat doen. Daaruit komt naar voren dat jongeren die bekend zijn met MijnZ de diverse media over het algemeen langer gebruiken dan de jongeren die niet bekend zijn met MijnZ. De verschillen zijn echter alleen bij internet significant³⁴. De verschillen worden duidelijk in Figuur 3.7 op de volgende pagina. Hierbij moet rekening worden gehouden met een overlap in het gebruik van de mobiele telefoon en het gebruik van internet voor het volgen van nieuws.

³⁴ Gratis krant: $\chi^2(df1)=.27, p=.60$; Landelijke krant: $\chi^2(df1)=5.81, p=.02$; Regionale krant: $\chi^2(df1)=2.84, p=.41$; Internet: $\chi^2(df1)=12.83, p=.000$; Mobiele telefoon: $\chi^2(df1)=2.43, p=.12$

Figuur 3.7. Duur gebruik diverse media (bekend vs. onbekend met MijnZ)

Gebruik papieren krant

Zoals ook al in Figuur 3.6 op pagina 21 zichtbaar is, lezen de jongeren die bekend zijn met MijnZ, over het algemeen vaker een papieren krant (Vaak: 17,4%) dan de jongeren die niet bekend zijn met MijnZ (Vaak: 8,6%). Dit verschil is significant³⁵.

Aan de 322 respondenten die hebben aangegeven regelmatig of vaak een krant te lezen is gevraagd wat voor soort krant ze lezen. Hierbij konden ze meerdere antwoorden geven. Van deze respondenten leest 65,8% (N=212) een gratis krant, 48,4% (N=156) een landelijke en 47,8% (N=154) een regionale krant. Het verschil tussen de bekenden en onbekenden met MijnZ wat betreft de frequentie van het lezen van een krant, blijkt zich door te zetten bij de gratis krant en de landelijke krant, maar niet bij de regionale krant³⁶.

Gebruik internet

Ook wat betreft het gebruik van internet verschillen de respondenten die bekend zijn met MijnZ significant van de respondenten die niet bekend zijn met MijnZ³⁷ (zie Figuur 3.6 op pagina 21). De jongeren die bekend zijn met MijnZ lezen vaker het nieuws via Internet (Vaak: 73,8%) dan de jongeren die niet bekend zijn met MijnZ (Vaak: 35,2%). Deze relatie ligt voor de hand aangezien de gebruikers van MijnZ ook in deze groep zitten. Zij gebruiken sowieso internet voor het volgen van nieuws wanneer ze de website van MijnZ raadplegen.

Wanneer jongeren via internet het nieuws lezen, is gevraagd op welke website ze dit doen. Hierbij zijn de diverse online kranten die ook een papieren versie uitgeven samengevoegd (Figuur 3.8. op de volgende pagina). Met 57% wordt Nu.nl door de Zwolse jongeren het meest geraadpleegd. Nu.nl wordt gevolgd door

³⁵ χ^2 (df3)=69.64, $p=.000$

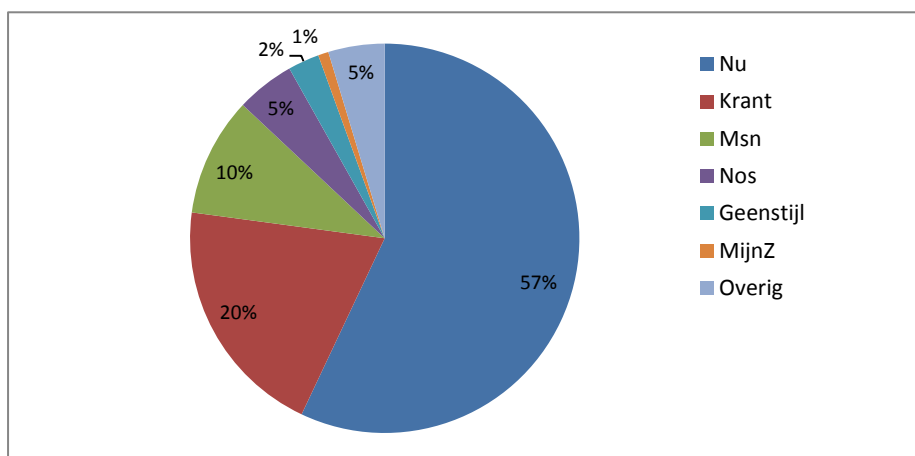
³⁶ Gratis krant: χ^2 (df1)=15.79, $p=.000$; Landelijke krant: χ^2 (df1)=14.90, $p=.000$; Regionale krant: χ^2 (df1)=.04, $p=.85$

³⁷ χ^2 (df3)=108.80, $p=.000$



een digitale krant (20%) en Msn.com (10%). Slechts 2% leest het nieuws meestal via Geenstijl.nl, 1% leest het meestal via MijnZ.

Figuur 3.8. Gebruik website voor het lezen van nieuws



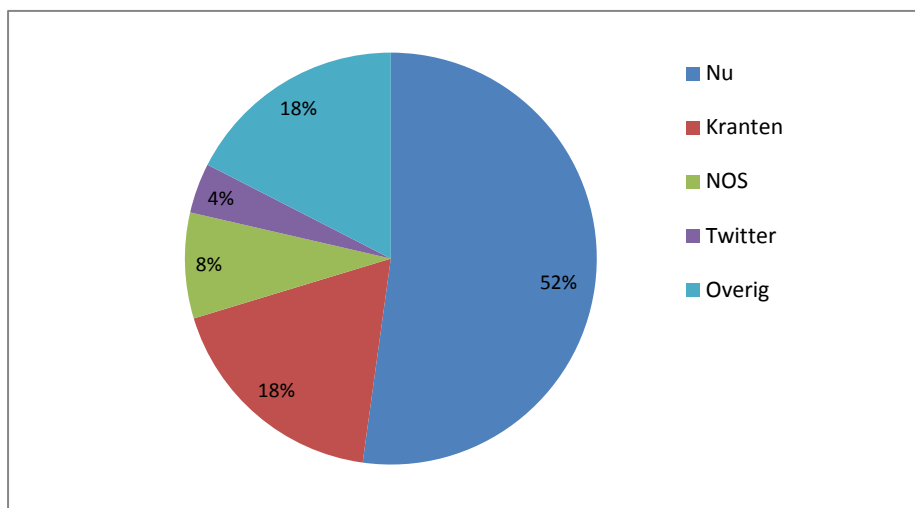
Gebruik mobiele telefoon

In Figuur 3.6. op pagina 21 is qua gebruik van de mobiele telefoon voor het volgen van nieuws ook een significant verschil te zien tussen bekenden en onbekenden met MijnZ³⁸. De respondenten die bekend zijn met MijnZ lezen (veel) vaker nieuws via hun mobiele telefoon (Vaak: 42,6%) dan de respondenten die MijnZ niet kennen (Vaak: 17,5%). Ook hier zal weer sprake zijn van een overlap tussen het gebruik van de mobiele telefoon en internet voor het volgen van nieuws.

Aan respondenten die hebben aangegeven het nieuws te lezen met behulp van de mobiele telefoon is gevraagd via welke applicatie en/of mobiele website ze dat meestal doen. Hierbij zijn de app's van de verschillende kranten samengevoegd. Onder 'overig' vallen alle app's die vijf keer of minder vaak zijn genoemd (zie Figuur 3.9. op de volgende pagina). Net als bij internet wordt qua mobiele applicaties ook Nu.nl het meest (52%) gebruikt door de jongeren.

³⁸ $\chi^2(df3)=61.38, p=.000$

Figuur 3.9. Gebruik mobiele website/ applicatie voor het lezen van nieuws



Ook wat betreft het nieuwsmedia gebruik, besproken in paragraaf 3.1.3., kan een beeld geschetst worden van de Zwolse jongere, met de jongeren die bekend zijn met MijnZ in het bijzonder. De jongeren die MijnZ kennen:

- Hebben een hoge nieuwsinteresse;
- Lezen vaker het nieuws via de gratis en de landelijke krant, internet en mobiele telefoon;
- Lezen langer het nieuws via internet;

Nieuwsinteresse wordt in dit onderzoek verder meegenomen als onafhankelijke variabele.

3.1.4. Samenvatting en conclusie

In de voorgaande paragrafen is een beeld geschetst van de jongeren die mee hebben gedaan aan het onderzoek. Daarbij is onderscheid gemaakt tussen respondenten die wel en die niet bekend zijn met MijnZ. De jongeren die bekend zijn met MijnZ zijn over het algemeen tussen de 20 en 25 jaar oud, scholier/student, hoogopgeleid, komen uit een hogere sociale klasse; zijn maatschappelijk actief, hebben een grote interesse in andere mensen en een grote band met de Zwolse samenleving. Daarnaast hebben ze een grote nieuwsinteresse en lezen ze vaak of regelmatig het nieuws via krant, internet en mobiele telefoon. De Zwolse jongeren die bekend zijn met MijnZ, beschikken dus over kenmerken die over het algemeen een positieve samenhang vertonen met nieuwsmediagebruik.³⁹ Maar gebruikt deze potentiële doelgroep MijnZ ook daadwerkelijk?

In paragraaf 3.2. wordt eerst ingegaan op hoe de groep jongeren die bekend is met MijnZ de site gebruikt. Vervolgens komen de achtergrondkenmerken, de maatschappelijke betrokkenheid en het nieuwsmenu van de daadwerkelijke gebruikers van MijnZ aan bod. Zoals eerder gemeld worden daarin de – mogelijk bepalende – aspecten geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, maatschappelijke betrokkenheid, de band met Zwolle en de nieuwsinteresse van de jongeren meegenomen als onafhankelijke variabelen.

³⁹ Drok, N., & Schwarz, F. (2009). Jongeren, nieuwsmedia en betrokkenheid. Zwolle/Amsterdam: Hogeschool Windesheim/Stichting krant in de klas

3.2. Wordt MijnZ gebruikt door Zwolse jongeren?

In de voorgaande paragrafen is gebleken dat de jongeren die bekend zijn met MijnZ op een aantal punten significant verschillen van de jongeren die niet bekend zijn met MijnZ. De insteek van de komende paragrafen is te achterhalen in hoeverre de groep die bekend is met MijnZ – en die in feite ‘geschikt’ is als gebruiker – daadwerkelijk gebruik maakt van de website. Daarnaast wordt de gebruiker beschreven qua achtergrondkenmerken, maatschappelijke betrokkenheid en nieuwsmenu. Het doel is een beeld te krijgen van het feitelijke gebruik van MijnZ, de gebruiker van MijnZ en de mate waarin MijnZ de doelgroep bereikt.

Allereerst wordt ingegaan op het feitelijke gebruik van de website, vervolgens wordt ingegaan op de gebruiker van MijnZ.

3.2.1. Gebruik MijnZ

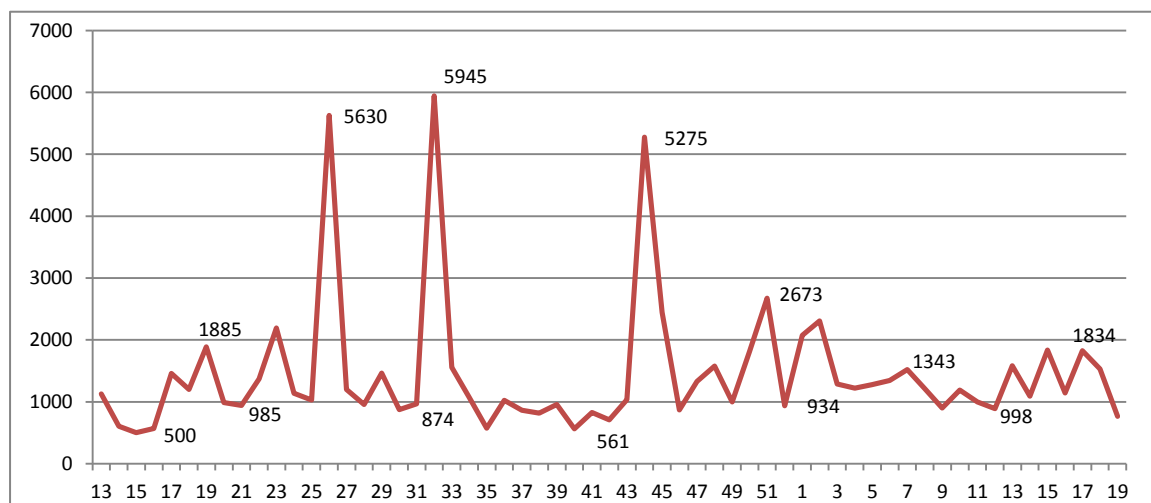
Het feitelijke gebruik van MijnZ is allereerst bekeken met behulp van de statistieken van de website.

Vervolgens wordt ingegaan op de frequentie en intensiteit van het gebruik. Tot slot komen de betrokkenheid bij MijnZ, de inhoud en de motieven van het gebruik aan bod.

Gebruikscijfers website

Uit de statistieken van de website blijkt dat er, in de periode van 21 maart 2011 (week 13, 2011) tot en met 13 mei 2012 (week 19, 2012), gemiddeld 1491 unieke bezoekers per week MijnZ bezoeken. Dit aantal is redelijk constant gedurende deze periode, afgezien van een aantal uitschieters. In week 32 van 2011 zien we een piek in het bezoekersaantal (5945 unieke bezoekers) en in week 15 van 2011 een dal (500 unieke bezoekers). Dit is terug te zien in Figuur 3.10.

Figuur 3.10. Unieke bezoekers MijnZ (Week 13 - 2011 t/m Week 19 - 2012)



De pieken zijn te verklaren door bijzondere gebeurtenissen in de regio dan wel landelijk. De piek in het aantal bezoekers in week 26 had te maken met een subsidie die MijnZ heeft gekregen, de piek in week 32 met het feit dat tijdens de vakantie dossiers in een prullenbak op Windesheim zijn gevonden. De piek in week 44 had te maken met het achterhalen van een streakster in De Wereld Draait Door. Meestal is de piek mede te verklaren doordat andere (landelijke) media het nieuws oppikken, wat leidt tot een indirecte toestroom van bezoekers.



Frequentie

Aan de respondenten die bekend zijn met MijnZ ($N=298$) is gevraagd hoe vaak ze de site bezoeken. Ze konden antwoord geven met vaak (2 keer per week of vaker), regelmatig (2 tot 7 keer per maand), zelden (minder dan 2x per maand) of nooit. Hieruit blijkt dat van de jongeren die bekend zijn met MijnZ, 9% ($N=27$) vaak op MijnZ kijkt, 17,8% ($N=53$) kijkt regelmatig, 31,9% ($N=95$) kijkt zelden en 41,3% ($N=123$) kijkt nooit op MijnZ. De respondenten die vaak of regelmatig op MijnZ kijken, zijn aangeduid als 'gebruiker' van MijnZ ($N=80$). Respondenten die zelden of nooit op MijnZ kijken, zijn de 'niet-gebruikers' ($N=218$). Van de gebruikers van MijnZ, hebben 70 respondenten aan het onderzoek meegedaan vanuit de pop-up, 10 hebben meegedaan vanuit het panel van TNS/Nipo. Van de jongeren die bekend zijn met MijnZ - en over de juiste voorwaarden beschikken voor de interesse van nieuws en het volgen ervan (zie paragraaf 3.1.) -, blijkt slechts 26,8% MijnZ daadwerkelijk te gebruiken. MijnZ bereikt dus maar 26,8% van de groep die in potentie een frequente nieuwsgebruiker is. Een relatief grote groep respondenten die MijnZ wel kent, gebruikt het niet ($N=218$). Van alle respondenten ($N=670$) is 11,9% ($N=80$) daadwerkelijk ook gebruiker van MijnZ. Zie Tabel 3.2.

Tabel 3.2. Overzicht respondenten naar bekendheid en gebruik MijnZ

	Aantal respondenten (N)	Bekend met MijnZ (N)	Gebruiker MijnZ (N)
TNS	402	30	10
Pop-up	268	268	70
Totaal	670	298	80

Er bestaat een samenhang tussen nieuwsinteresse en de frequentie van het gebruik van MijnZ⁴⁰. Hoe groter de nieuwsinteresse, hoe vaker hij/zij gebruik maakt van MijnZ. MijnZ is dus één van de media die de jongere gebruikt wanneer hij/zij een grote interesse voor nieuws heeft. In Tabel 3.3. staat de gemiddelde nieuwsinteresse ten opzichte van de frequentie van het gebruik van MijnZ.

Tabel 3.3. Gemiddelde nieuwsinteresse naar frequentie gebruik MijnZ

	Hoe vaak kijk je op MijnZ?	Gemiddelde nieuwsinteresse	SD	N
Gebruikers:	vaak	4.37	.74	27
	regelmatig	4.40	.57	53
Niet-gebruikers:	zelden	4.16	.84	95
	nooit	4.07	.88	123

Ook de band met Zwolle hangt samen met de frequentie van het gebruik van MijnZ⁴¹. Hoe groter de band met Zwolle, hoe vaker men gebruik maakt van MijnZ en andersom. Zie Tabel 3.4. op de volgende pagina. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat de gemiddelde band met Zwolle per frequentie behoorlijk uiteenloopt, wat te zien is aan de grote standaarddeviaties (SD).

⁴⁰ $r=.15$, $p=.01$

⁴¹ $r=.30$, $p=.00$



Tabel 3.4. Gemiddelde band met Zwolle naar frequentie gebruik MijnZ

	Hoe vaak kijk je op MijnZ?	Gemiddeld band met Zwolle	SD	N
Gebruikers:	vaak	3.89	.93	27
	regelmatig	3.53	1.19	53
Niet-gebruikers:	zelden	3.08	1.24	95
	nooit	2.75	1.23	123

De eerste reactie van de respondenten in de focusgroep was, nadat ze de website van MijnZ hadden bekeken, dat ze het zelf niet zo snel zouden bezoeken. Ze vinden het concept wel leuk, maar vinden het niet een site die je dagelijks bezoekt. Meer eens in de vier dagen, mede omdat je heel snel door het nieuws heengaat omdat er niet zoveel gebeurt in Zwolle. Eén respondent woont niet in Zwolle, waardoor hij minder geïnteresseerd is.

Intensiteit gebruik

Aan de gebruikers ($N=80$) is gevraagd hoe lang ze MijnZ per keer gemiddeld bezoeken. Ze konden daarbij kiezen uit langer of korter dan tien minuten. 28 respondenten bezoeken MijnZ langer dan tien minuten (35%), 52 respondenten korter dan 10 minuten (65%). Opvallend is dat de jongeren die MijnZ langer dan 10 minuten per keer gebruiken, significant minder maatschappelijk betrokken zijn ($M=1.89^{42}$) dan de jongeren die MijnZ korter dan 10 minuten per keer gebruiken ($M=2.37^{43}$)⁴⁴. Er bestaat geen verband tussen de intensiteit van het gebruik van MijnZ en de band met de Zwolse samenleving⁴⁵ en tussen de intensiteit van het gebruik en de algemene nieuwsinteresse⁴⁶.

Betrokkenheid bij MijnZ

Naar de betrokkenheid bij MijnZ is gevraagd aan de hand van acht activiteiten omtrent MijnZ. De respondenten konden de vraag 'Hoe vaak heb je onderstaande activiteiten het afgelopen jaar uitgevoerd' beantwoorden met 1 (regelmatig), 2 (soms), of 3 (nooit). De scores zijn omgecodeerd, dus hoe hoger de score, hoe vaker de activiteit is uitgevoerd en hoe meer betrokken men is bij MijnZ. Het vaakst heeft de respondent andere mensen verteld over (een artikel op) MijnZ ($M=2.23^{47}$), het minst vaak is een onderwerp aangedragen voor MijnZ ($M=1.25^{48}$) (zie Figuur 3.11. op de volgende pagina).

⁴² $SD=.83$

⁴³ $SD=.82$

⁴⁴ $F(1,79)=6.011, p=.02$

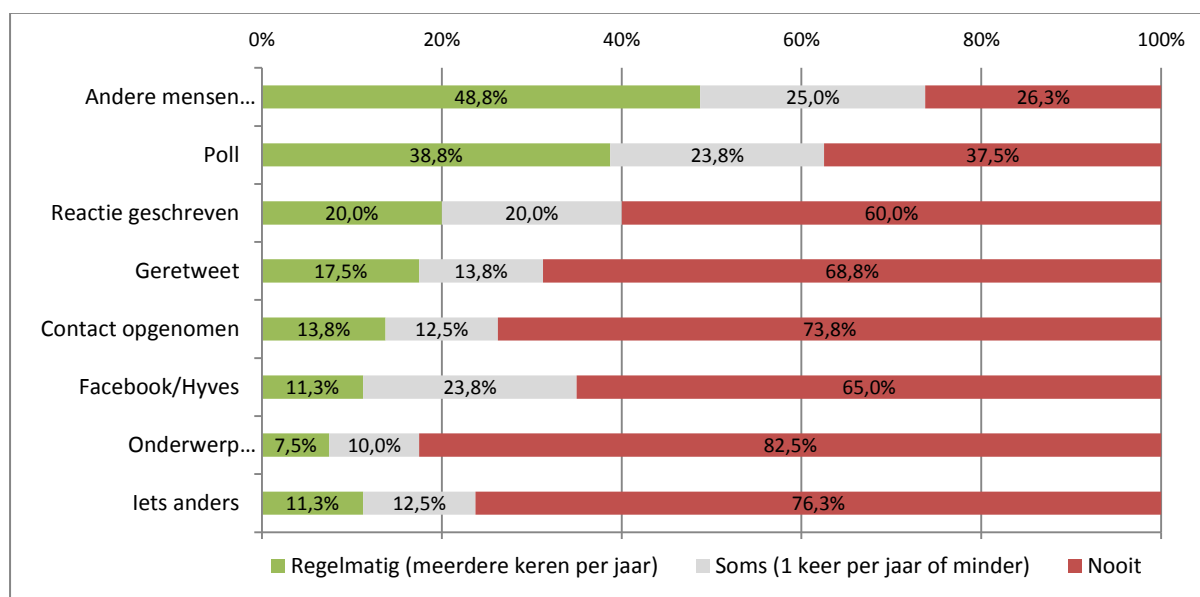
⁴⁵ $F(1,79)=.18, p=.67$

⁴⁶ $F(1,79)=.21, p=.65$

⁴⁷ $SD=.85$

⁴⁸ $SD=.58$



Figuur 3.11. Betrokkenheid bij MijnZ (N=80)

Er bestaat geen samenhang tussen de betrokkenheid met MijnZ en de band met de Zwolse samenleving⁴⁹ en ook niet tussen de betrokkenheid met MijnZ en nieuwsinteresse⁵⁰.

De optie om reacties te kunnen plaatsen op artikelen sprak de zeven respondenten in de focusgroep wel aan. Ze zouden zelf wel een reactie plaatsen als het onderwerp ze aangaat. Ze denken dat het goed is om te verplichten om in te loggen voordat een reactie geplaatst kan worden, om 'domme' reacties te voorkomen. Aan de andere kant gaven ze ook aan dat een inlogprocedure veel minder stimuleert om te reageren, omdat het teveel moeite kost en het te lang duurt. Ook over een eventuele mogelijkheid om foto's en/of video's te uploaden waren de respondenten enthousiast. Ze zouden dat zelf ook wel doen, maar dan alleen als ze het via de telefoon kunnen uploaden, anders kost het teveel tijd. Ze gaven aan dat eigen video's van bezoekers de site waarschijnlijk wat levendiger maakt.

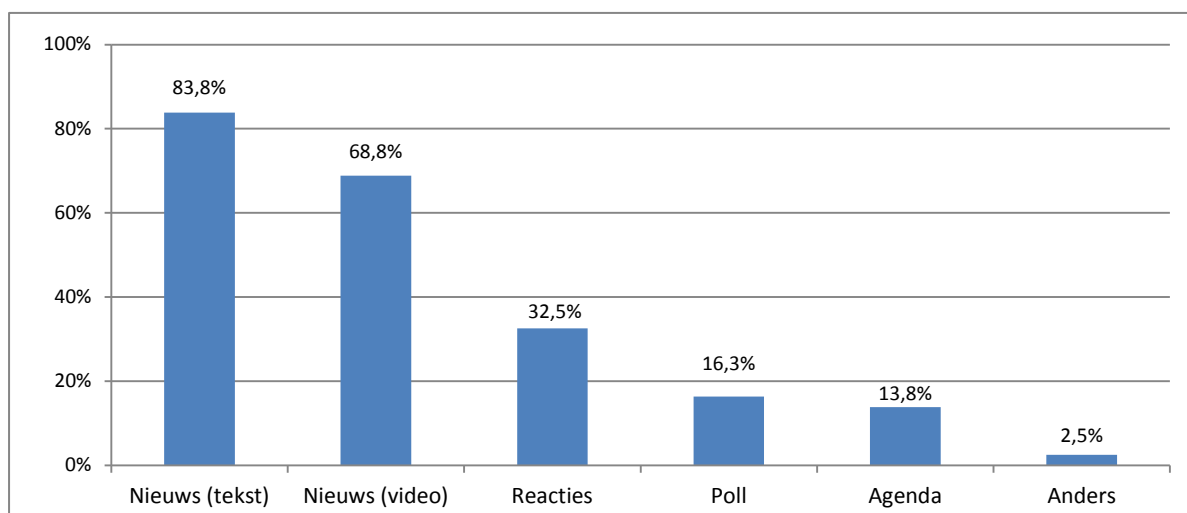
Inhoud gebruik MijnZ

De jongeren die vaak of regelmatig op MijnZ kijken, is gevraagd welke aspecten ze vooral bekijken wanneer ze de website bezoeken. Dit is terug te vinden in Figuur 3.12. op de volgende pagina. Nieuws (tekst) wordt door 83,8% van de gebruikers bekeken (N=67). Nieuws (video's) wordt door 68,8% bekeken (N=55). Het lezen van reacties wordt door 32,5% gedaan (N=26). Verder doet 16,3% (N=13) mee aan de poll en bekijkt 13,8% de agenda (N=11). 2 jongeren bekijken ook nog wat anders op MijnZ, namelijk culturele berichten en tweets. Er waren meerdere antwoorden mogelijk. MijnZ is dus voor de bezoekers vooral een nieuwssite: men wil op de hoogte zijn van wat er speelt in Zwolle. De mate van maatschappelijke betrokkenheid speelt geen rol bij wat er vooral op MijnZ bekeken wordt, net zomin als de band met de Zwolse samenleving.

⁴⁹ $r = -.08$, $p = .48$

⁵⁰ $r = .08$, $p = .47$

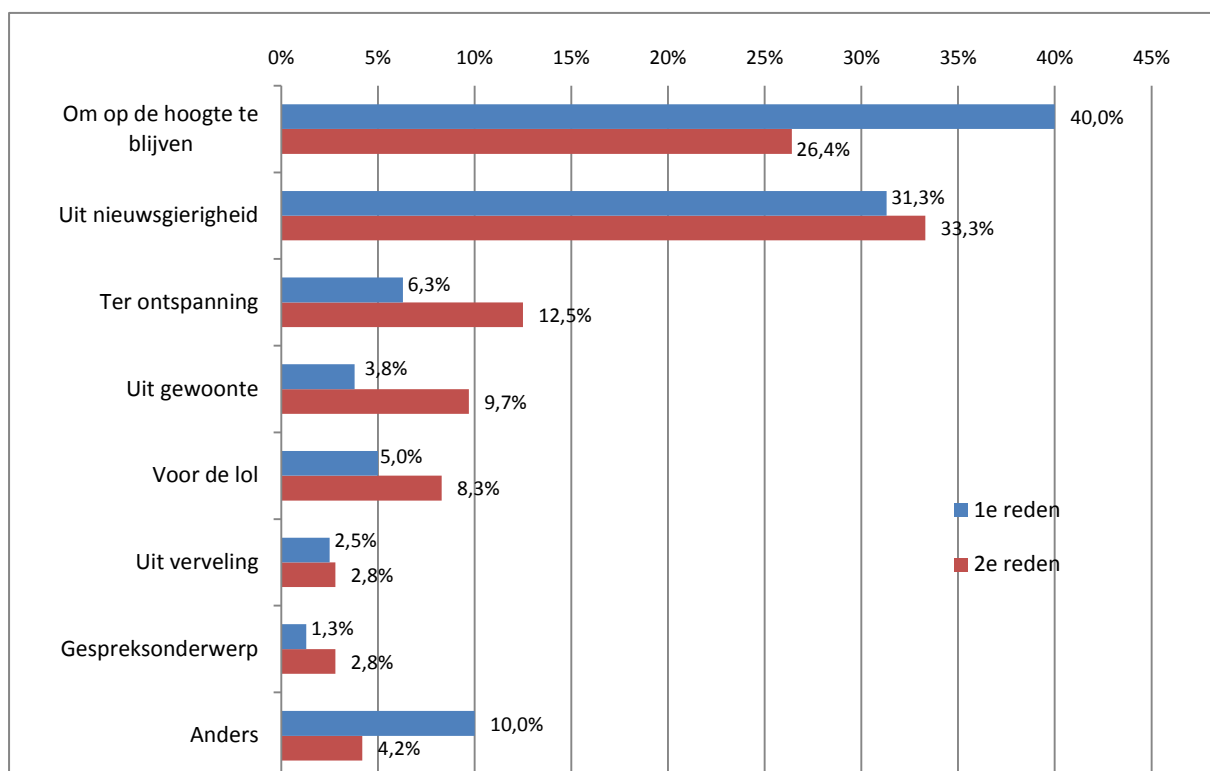


Figuur 3.12. Bekeken inhoud MijnZ (N=80)

Het regionale karakter van MijnZ vinden de jongens in de focusgroep een meerwaarde, omdat op de meeste sites die ze bezoeken alleen (inter)nationaal nieuws te vinden is. Ze vinden het wel handig om een beeld te hebben hoe het er hier aan toe gaat. De nieuws categorieën die aangeklikt zijn, zijn met name 'opmerkelijk' en 'sport'.

Motieven gebruik MijnZ

Aan de gebruikers van MijnZ is gevraagd waarom ze dit doen. Hierbij konden ze een eerste en tweede reden aangeven. 51 gebruikers (63,8%) kijken om op de hoogte te blijven, 49 gebruikers (61,3%) zeggen uit nieuwsgierigheid op MijnZ te kijken. 14 gebruikers (17,5%) kijken ter ontspanning, 10 gebruikers (12,5%) kijken voor de lol en 10 gebruikers kijken uit gewoonte (12,5%). 4 mensen (5%) zeggen dat ze uit verveling op MijnZ kijken en tot slot hebben 3 gebruikers aangegeven op MijnZ te kijken om een gespreksonderwerp te hebben (3,8%). Niemand heeft aangegeven op MijnZ te kijken omdat hij/zij vindt dat dat moet (Figuur 3.13. op de volgende pagina). Ook de maatschappelijke betrokkenheid en de band met de Zwolse samenleving spelen geen rol bij de motieven voor het gebruik van MijnZ.

Figuur 3.13. Motieven gebruik MijnZ (N=80)

3.2.2. Gebruikers MijnZ

In deze paragraaf wordt ingegaan op de gebruikers van MijnZ. Dit gebeurt aan de hand van een aantal achtergrondkenmerken, gevolgd door de maatschappelijke betrokkenheid en de nieuwsinteresse. Hierbij worden mogelijk significante verschillen tussen gebruikers en niet-gebruikers van MijnZ meegenomen.

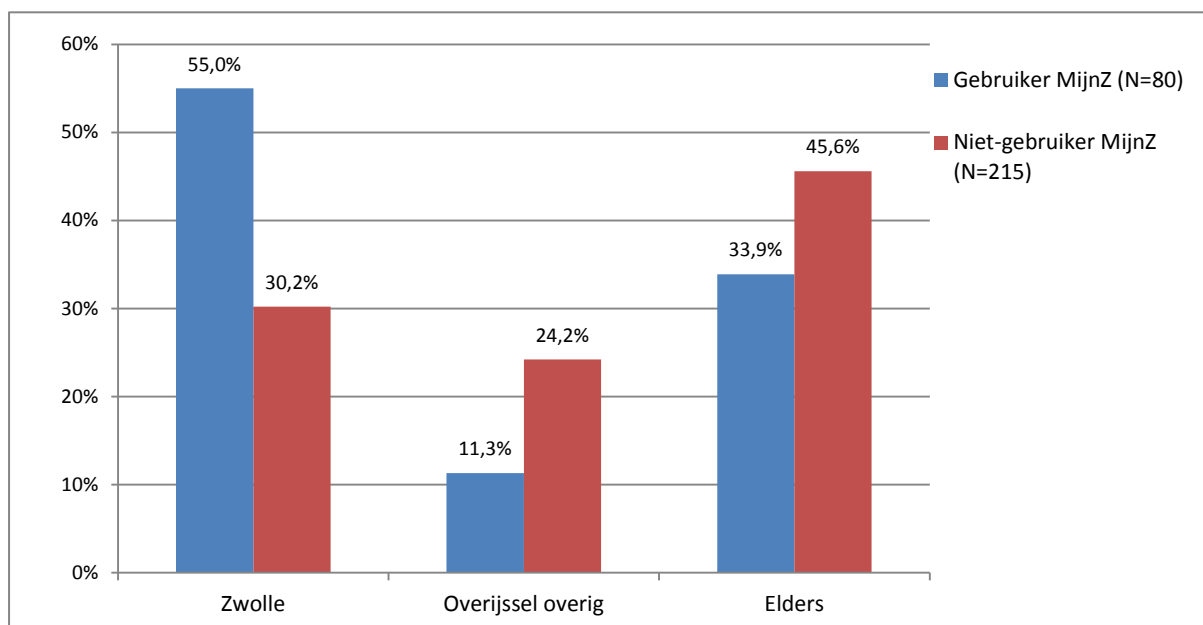
Achtergrondkenmerken

Om te achterhalen wie de daadwerkelijke gebruikers van MijnZ zijn, is gekeken naar de diverse achtergrondkenmerken. In Tabel 3.5. op de volgende pagina een overzicht van de achtergrondkenmerken van de gebruikers van MijnZ. Op deze aspecten verschillen zij niet significant van de niet-gebruikers van MijnZ.

Tabel 3.5. Achtergrondkenmerken gebruikers MijnZ (N=80)

Achtergrondkenmerken	Gebruikers MijnZ (N=80)
Geslacht	60% Man 40% Vrouw
Leeftijd	26,3% 15-19 jaar 65,0% 20-24 jaar 8,8% 25-30 jaar
Leer-/Werksituatie	58,8% Scholier/student 13,8% Werk(zoek)end 27,5% Studie i.c.m. werk
Opleidingsniveau (mee bezig of afgerond)	7,5% Laagopgeleid 15,0% Middelbaar opgeleid 77,5% Hoogopgeleid
Opleidingsinstituut	73,9% Windesheim 26,1% Elders

Wat betreft woonplaats verschillen de gebruikers en niet-gebruikers wel significant van elkaar⁵¹. De gebruikers van MijnZ wonen vaker in Zwolle (55%) dan de niet-gebruikers (30,2%). Dit is weergegeven in Figuur 3.14.

Figuur 3.14. Woonplaats (gebruiker vs. niet-gebruiker van MijnZ)

⁵¹ $\chi^2(df6)=19.33, p=.000$

Maatschappelijke betrokkenheid

Voor de maatschappelijke betrokkenheid is weer gekeken naar drie verschillende variabelen: de maatschappelijke activiteiten, interesse in andere mensen en de band met Zwolse samenleving. Er is geen significant verschil tussen de gebruikers en de niet-gebruikers van MijnZ wat betreft de diverse maatschappelijke activiteiten⁵². De gemiddelde score op de maatschappelijke activiteiten door de gebruikers van MijnZ is 1.98⁵³, de score van de niet-gebruikers is 1.97⁵⁴. In Figuur 3.15. op de volgende pagina staan de scores per stelling van de gebruikers en de niet-gebruikers.

De gemiddelde interesse in andere mensen van gebruikers van MijnZ is 4.14⁵⁵, die van de niet-gebruikers van MijnZ is 4.08⁵⁶. De gebruikers en niet-gebruikers van MijnZ verschillen niet significant van elkaar wat betreft interesse in andere mensen⁵⁷.

Wat betreft de band met de Zwolse samenleving verschillen de gebruikers en niet-gebruikers van MijnZ wel significant van elkaar⁵⁸. Gebruikers van MijnZ voelen zich significant meer betrokken bij de Zwolse samenleving ($M=3,65^{59}$) dan niet-gebruikers ($M=2,89^{60}$). Dit heeft waarschijnlijk grotendeels met de inhoud van de website te maken, aangezien MijnZ zich richt op het lokale nieuws in Zwolle. Er kan niet per definitie een causaal verband vastgesteld worden. Het kan zijn dat de gebruikers van MijnZ een grotere band hebben met de Zwolse samenleving omdat MijnZ gebruiken. Het kan ook zijn dat ze een grotere band hebben met de Zwolse samenleving en daarom MijnZ gebruiken.

Interesse in nieuws

Gebruikers van MijnZ vinden het belangrijker op de hoogte te zijn van het nieuws ($M=4.39^{61}$) dan niet-gebruikers van MijnZ ($M=4.11^{62}$). Dit verschil is significant⁶³.

⁵² $F(1,297)=.01, p=.91$

⁵³ $SD=.42$

⁵⁴ $SD=.41$

⁵⁵ $SD=1.11$

⁵⁶ $SD=.93$

⁵⁷ $F(1,296)=.22, p=.64$

⁵⁸ $F(1,296)=22.74, p=.00$

⁵⁹ $SD=1,11$

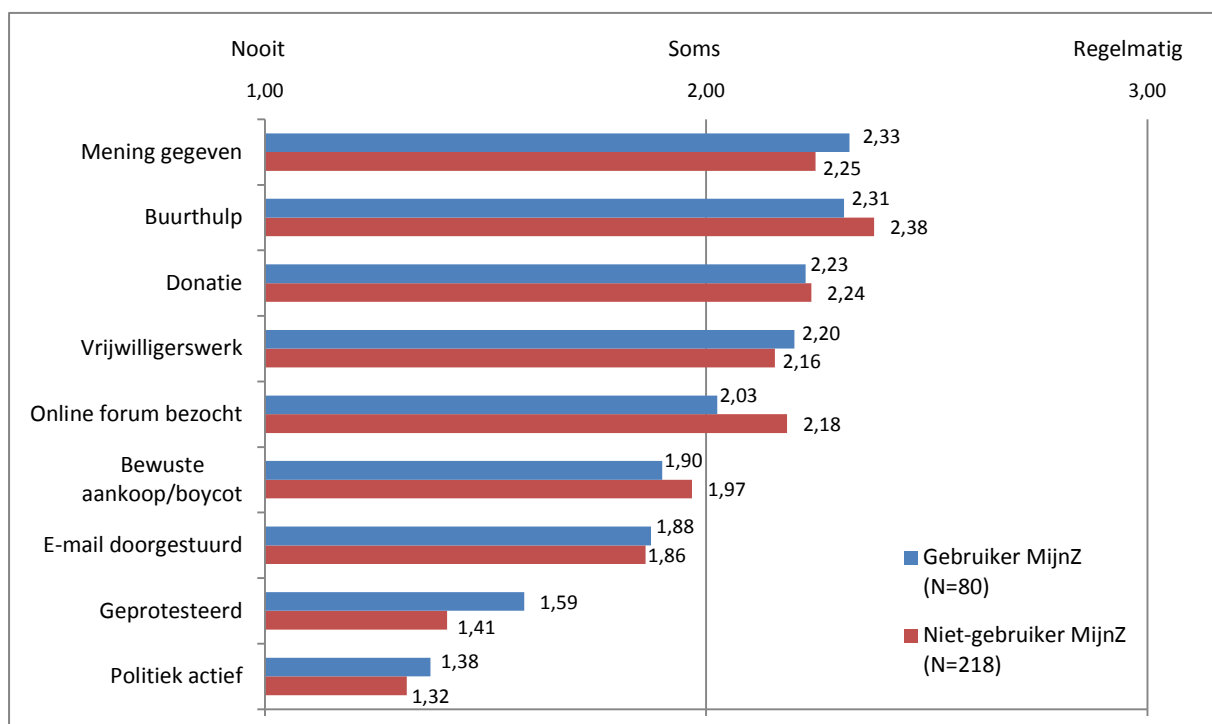
⁶⁰ $SD=1,25$

⁶¹ $SD=.63$

⁶² $SD=.86$

⁶³ $F(1,296)=6.93, p=.01$



Figuur 3.15. Maatschappelijke betrokkenheid, score per stelling

Frequentie gebruik media

Gebruikers van MijnZ maken vaker gebruik van internet ($M=3.81^{64}$) als nieuwsbron dan niet-gebruikers van MijnZ ($M=3.64^{65}$). Dit verschil is significant⁶⁶. Dit is te verwachten, aangezien MijnZ zelf ook een internetbron is. Het gebruik van de papieren krant en de mobiele telefoon verschillen niet significant tussen gebruikers en niet-gebruikers⁶⁷.

3.2.3. Samenvatting en conclusie

In paragraaf 3.2.2. is een beeld geschetst van de jongeren die MijnZ vaak of regelmatig gebruiken. In tegenstelling tot de bekenden en onbekenden met MijnZ, verschillen de gebruikers en niet-gebruikers van MijnZ op veel punten niet significant van elkaar. Dit geldt voor achtergrondkenmerken, maatschappelijke betrokkenheid en ook voor hun nieuwsmediagebruik.

In paragraaf 3.1. hebben we, aan de hand van achtergrondkenmerken, maatschappelijke betrokkenheid en algemeen nieuwsgebruik geconcludeerd dat er een grote potentiële doelgroep voor MijnZ bestaat in Zwolle, die ook bekend is met de website. Toen in paragraaf 3.2. werd ingezoomd op de gebruikers van MijnZ blijkt deze groep niet significant te verschillen van de groep jongeren die MijnZ niet gebruikt, maar wel kent. MijnZ bereikt dus maar zeer ten dele de doelgroep die aan de 'voorwaarden' voldoet om een frequente gebruiker te zijn.

⁶⁴ $SD=.39$

⁶⁵ $SD=.62$

⁶⁶ $F(1,297)=5.49, p=.02$

⁶⁷ Papieren krant: $F(1,297)=.99, p=.32$; Mobiele telefoon: $F(1,297)=2.55, p=.11$

Het gebruik van MijnZ hangt samen met vier variabelen: woonplaats, band Zwolse samenleving, interesse in nieuws en frequentie gebruik internet. Daarentegen hangt de bekendheid van MijnZ samen met opleiding, leeftijd, sociale klasse, maatschappelijke activiteit, interesse in andere mensen, een grote band met Zwolle en frequent mediagebruik. Zie Tabel 3.6.

Tabel 3.6. Verschillen tussen gebruikers en niet-gebruikers van MijnZ

Significante verschillen	Niet-significante verschillen
Woonplaats	Geslacht
Band Zwolse samenleving	Leeftijd
Interesse in nieuws	Leer-/Werksituatie
Frequentie gebruik internet	Opleidingsniveau
	Opleidingsinstituut
	Maatschappelijke activiteiten
	Interesse in andere mensen
	Frequentie gebruik papieren krant
	Frequentie gebruik mobiele telefoon

In de volgende paragraaf, paragraaf 3.3., komt de beoordeling van MijnZ uitgebreid aan de orde. Het gaat zowel om zowel de waardering die uitgesproken is in de focusgroep als de waardering die onder de gebruikers van MijnZ naar voren kwam in de online survey.

3.3. Waardering MijnZ

In deze paragraaf wordt specifiek ingegaan op de waardering van MijnZ door de 80 gebruikers die de online survey hebben ingevuld, aangevuld met de mening van de zeven respondenten in de focusgroep. Het doel van deze paragraaf is om te bepalen welke aspecten van MijnZ meer of minder gewaardeerd worden. Dit gebeurt aan de hand van drie aspecten: gebruiksgemak, gebruiksgemak en inhoud. Tot slot wordt een rapportcijfer gegeven aan MijnZ.

Vervolgens kunnen er uitspraken gedaan worden over een aantal mogelijke, praktische verbeteringen voor de website die daarna aan bod zullen komen.

3.3.1. Gebruiksgemak

Om het gebruiksgemak van de gebruikers van MijnZ te meten, zijn zes stellingen voorgelegd aan de respondenten. Ze konden deze beoordelen op een schaal van 1 (helemaal mee oneens) tot en met 5 (helemaal mee eens). In Tabel 3.7. zijn de gemiddelden van en spreiding in standaarddeviaties van de antwoorden op de verschillende stellingen behorende bij het gebruiksgemak van MijnZ vermeld. Op alle stellingen wordt bovengemiddeld (voor de positief gestelde items >3.0; voor de negatief gestelde items <3.0) gescoord. Er kan dus gesteld worden dat de gebruikers van MijnZ gebruiksgemak ervaren op de website. Het minst positief zijn de gebruikers over de werking van de links op de website en de mogelijkheden voor contact. Het meest tevreden zijn ze over de begrijpelijkheid van de teksten en de bereikbaarheid van de website. Hierbij moet wel worden aangetekend dat de spreiding (SD) in de antwoorden behoorlijk groot is.

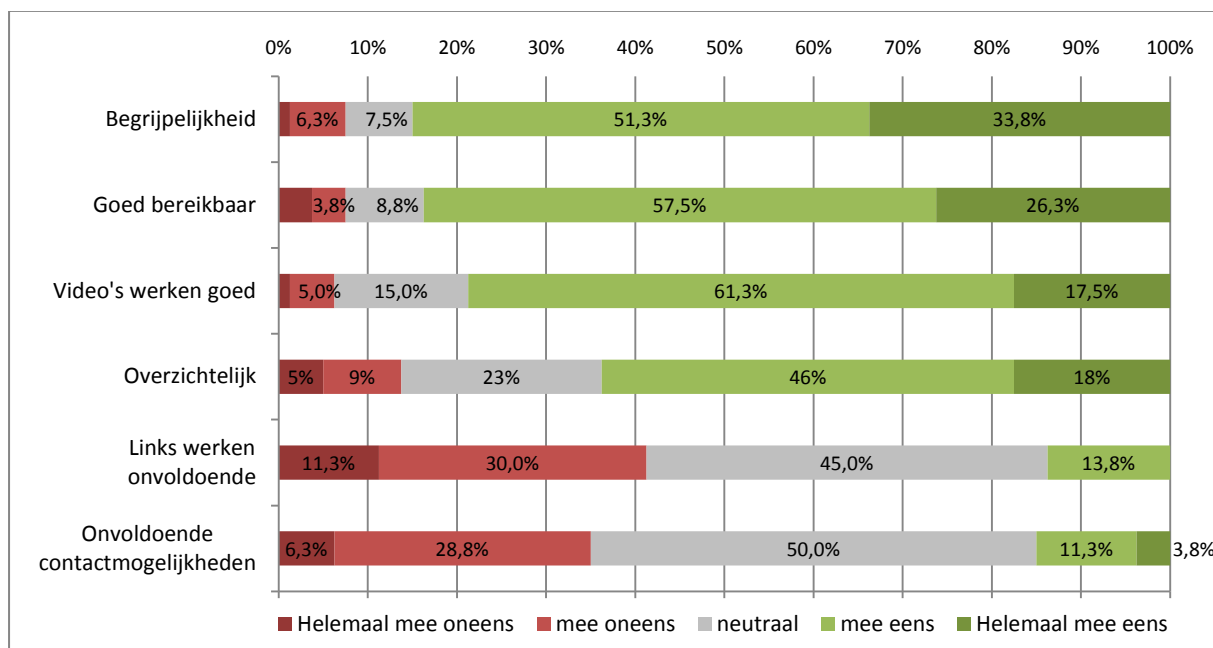
Tabel 3.7. Gemiddelde score stellingen gebruiksgemak gerangschikt naar score

STELLING	<i>M</i>	<i>SD</i>
Ik begrijp wat er op MijnZ wordt geschreven	4.10	.88
De website van MijnZ is goed bereikbaar	3.99	.92
De video's op MijnZ werken goed	3.89	.80
MijnZ is overzichtelijk	3.30	1.04
MijnZ heeft onvoldoende mogelijkheden voor contact*	1.77	.87
De links op MijnZ werken soms onvoldoende*	1.61	.86

*Deze stellingen zijn negatief gesteld

In Figuur 3.16. op de volgende pagina staat de score op de schaal weergegeven per stelling.



Figuur 3.16. Gebruiksgemak schaal (N=80)

De diverse achtergrondvariabelen zijn niet van invloed op het gebruiksgemak van de respondenten.

De respondenten in de focusgroep zijn niet zo tevreden over de opmaak van de website. De kleur vinden ze niet mooi en scrollen wordt als ergerlijk ervaren, met name als je achter een trage computer zit. Op zich vinden ze de website qua structuur wel goed opgebouwd, hoewel ze het vervelend vonden dat je niet direct alle categorieën kunt bekijken, maar daarvoor eerst naar beneden moet scrollen. De zeven jongeren gaven aan dat het handig zou zijn als de computer onthoudt wat je favorieten zijn, zodat je begint bij je favoriete categorie. Daarbij vinden ze het wel belangrijk dat ze snel terug kunnen gaan naar de andere categorieën.

3.3.2. Gebruiksplezier

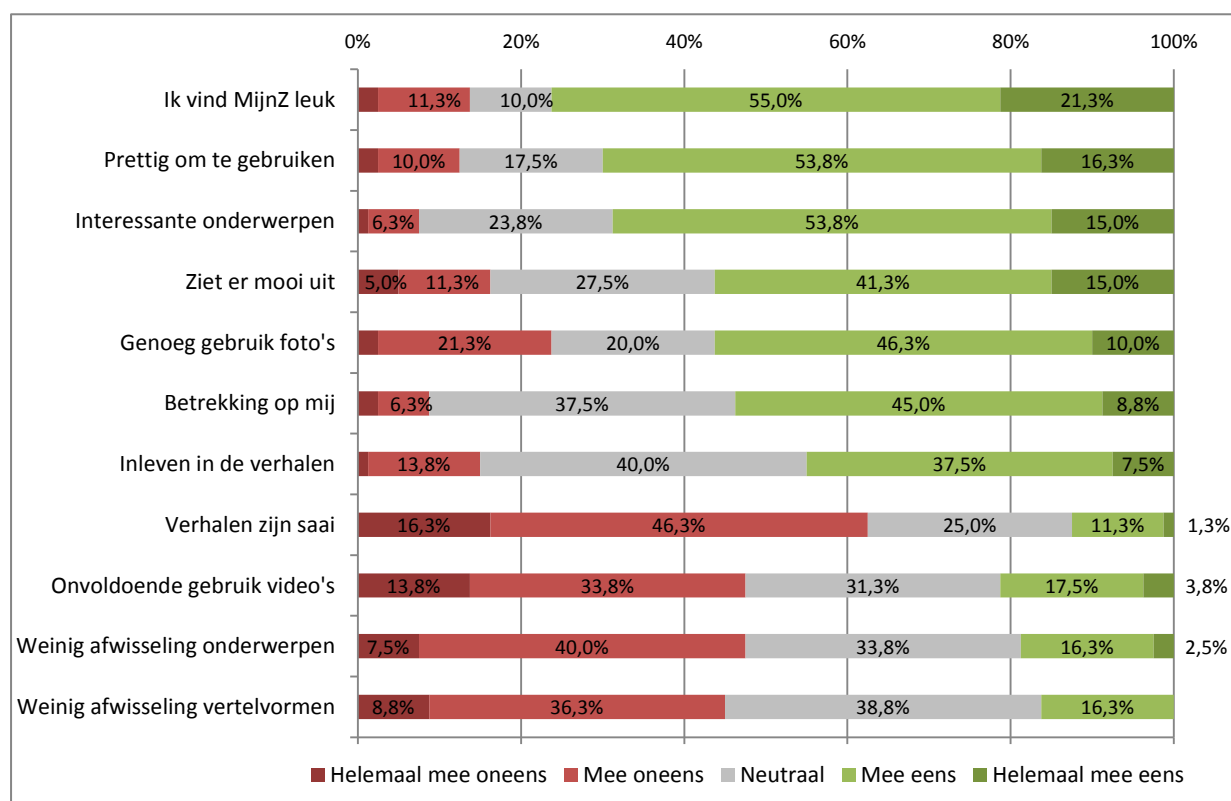
Om het gebruiksplezier van de gebruikers van MijnZ te meten, zijn elf stellingen voorgelegd aan de respondenten. Ook deze stellingen konden beoordeeld worden op een schaal van 1 (helemaal mee oneens) tot en met 5 (helemaal mee eens). In Tabel 3.7. op de volgende pagina zijn ook van de schaal gebruiksplezier de gemiddelden en standaarddeviaties van de verschillende stellingen weergegeven. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de gebruikers van MijnZ ook tevreden zijn over het gebruiksplezier van MijnZ; op alle stellingen wordt bovengemiddeld (voor de positief gestelde items >3.0 ; voor de negatief gestelde items <3.0) gescoord. Het meest eens zijn de gebruikers met de stellingen 'Ik vind MijnZ leuk' en 'De onderwerpen op MijnZ vind ik interessant'. Het minst tevreden zijn de gebruikers over de afwisseling van de verhalen en vertelvormen. Ook hier is de spreiding (SD) in de antwoorden weer behoorlijk groot.

Tabel 3.7. Gemiddelde van stellingen van de schaal gebruiksplezier

STELLING	<i>M</i>	<i>SD</i>
Ik vind MijnZ leuk	3.81	.98
De onderwerpen op MijnZ vind ik interessant	3.75	.83
Ik vind MijnZ prettig om te gebruiken	3.71	.94
De onderwerpen op MijnZ hebben betrekking op mij	3.51	.84
Ik vind MijnZ er mooi uitzien	3.50	1.04
MijnZ maakt genoeg gebruik van foto's	3.40	1.01
Ik kan me inleven in de verhalen op MijnZ	3.36	.86
Er is te weinig afwisseling in onderwerpen op MijnZ*	1.66	.93
MijnZ maakt onvoldoende gebruik van video's*	1.64	1.05
Er is onvoldoende afwisseling in hoe het nieuws verteld wordt op MijnZ*	1.62	.86
Ik vind de verhalen op MijnZ saai*	1.35	.93

*Deze stellingen zijn negatief gesteld

In Figuur 3.17. staan de stellingen opnieuw weergegeven. Hierin zijn de percentages van de gegeven antwoorden af te lezen.

Figuur 3.17. Gebruiksplezier schaal (N=80)

De jongste en de middelste leeftijdsgroep verschillen significant in het gebruiksplezier van MijnZ. Over het algemeen is de jongste leeftijdsgroep positiever dan de middelste leeftijdsgroep. Zo vindt de jongste groep (15-20 jaar) MijnZ prettiger om te gebruiken ($M=4.14^{68}$) dan de middelste groep (20-25 jaar) ($M=3.52^{69}$)⁷⁰. De jongste groep vindt de onderwerpen op MijnZ interessanter ($M=4.14^{71}$) dan de middelste groep ($M=3.60^{72}$)⁷³. De jongste groep kan zich beter inleven in de verhalen op MijnZ ($M=3.76^{74}$) dan de middelste groep ($M=3.21^{75}$)⁷⁶. En de jongste groep vindt meer dat MijnZ genoeg gebruik maakt van foto's ($M=3.86^{77}$) dan de middelste groep ($M=3.15^{78}$)⁷⁹. Het lijkt er dus op dat MijnZ qua gebruiksplezier het meest voorziet in de behoefte van de jongste leeftijdscategorie, hoewel ook de oudere leeftijdscategorieën positief zijn.

Geslacht, opleiding, nieuwsinteresse, maatschappelijke betrokkenheid en de band met Zwolle zijn niet van invloed op het gebruiksplezier van MijnZ.

In de focusgroep kwam naar voren dat de jongeren het liefst een foto naast de tekst willen, zodat ze direct weten waar het artikel over gaat en er niet eerst hoeft worden gescrold voordat ze tekst kunnen lezen. Een andere optie is volgens hen om eerst een stuk tekst te hebben en pas daaronder de foto te plaatsen. Ook bij video's willen ze direct weten waar het over gaat en dus een (intro)tekst lezen. Een andere mogelijkheid is in de tekst een verwijzing naar een video te plaatsen. Ze vinden video's wel leuk en kijken ook wel video's op een nieuwssite, als het onderwerp maar interessant is. Ze vinden vooral kleine reportages wat er allemaal is gebeurd interessant. Een video moet vooral geen samenvatting zijn van de tekst die erbij staat. Wat betreft de lengte van de video's geven ze aan dat dit hooguit twee minuten moet zijn. Verder is bij filmpjes de techniek belangrijk. Een video moet bijvoorbeeld niet tussentijd stoppen omdat het aan het laden is, iets dat echt voorkomen moet worden.

3.3.3. Inhoud

Tot slot is onderzocht hoe de inhoud van MijnZ is beoordeeld door de respondenten. Dit is wederom gedaan aan de hand van negen stellingen waarop de respondent kon antwoorden in hoeverre hij/zij het eens was met de stellingen op een schaal van 1 (helemaal mee oneens) tot en met 5 (helemaal mee eens). In Tabel 3.8. op de volgende pagina zijn de gemiddelden en standaarddeviaties van de negen verschillende stellingen weergegeven. Voor de inhoud van MijnZ zijn de gebruikers meer dan gemiddeld tevreden (voor de positief gestelde items >3.0 ; voor de negatief gestelde items <3.0). Het meest positief zijn de respondenten over 'MijnZ weet wat er in Zwolle speelt' en de actualiteit van de informatie op MijnZ. Het minst positief zijn ze over de

⁶⁸ $SD=.79$

⁶⁹ $SD=.98$

⁷⁰ $F(2,79)=3.57, p=.03$

⁷¹ $SD=.73$

⁷² $SD=.85$

⁷³ $F(2,79)=3.42, p=.04$

⁷⁴ $SD=.83$

⁷⁵ $SD=.83$

⁷⁶ $F(2,79)=3.27, p=.04$

⁷⁷ $SD=.96$

⁷⁸ $SD=.98$

⁷⁹ $F(2,79)=4.80, p=.01$



betrouwbaarheid van de informatie op MijnZ en de toename van algemene kennis door de informatie op MijnZ. De spreiding (*SD*) in de antwoorden is wederom groot.

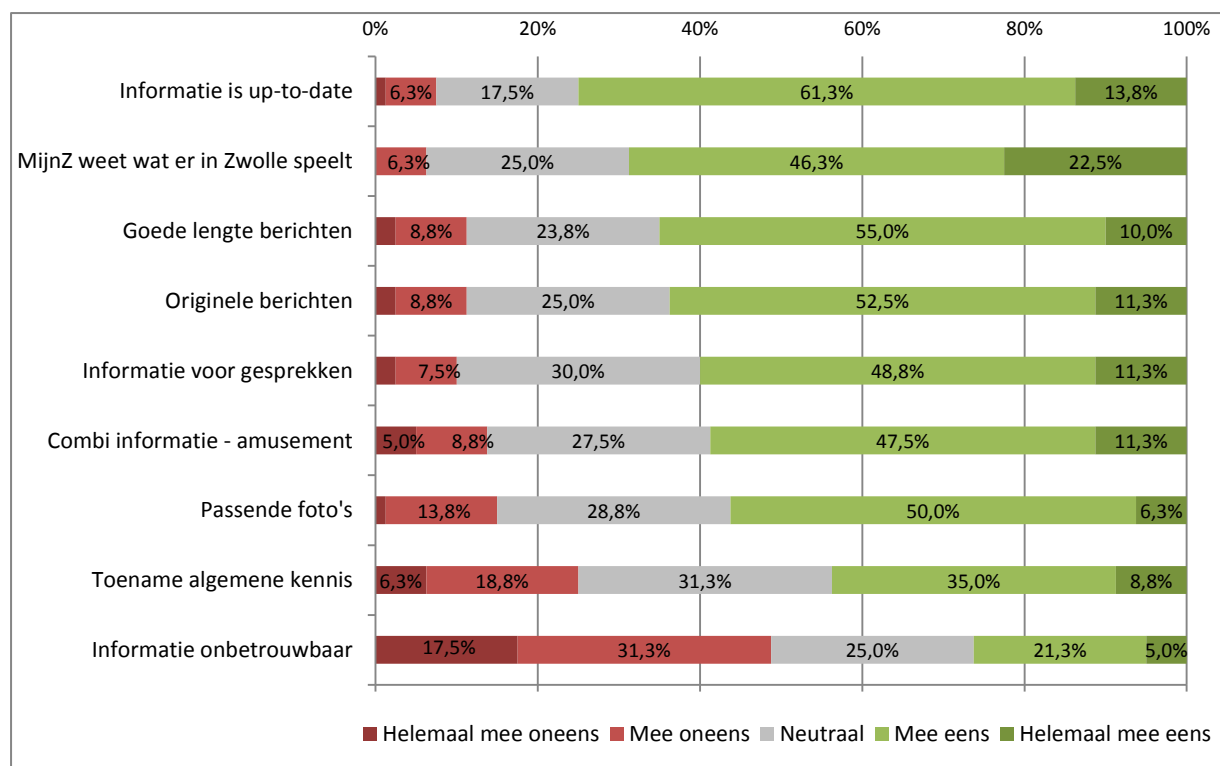
Tabel 3.8. Gemiddelde van stellingen van de schaal inhoud

STELLING	<i>M</i>	<i>SD</i>
MijnZ weet wat er in Zwolle speelt	3.85	.84
De informatie op MijnZ is up-to-date	3.80	.80
De berichten op MijnZ zijn origineel	3.61	.89
De berichten op MijnZ zijn precies lang genoeg	3.61	.88
De informatie op MijnZ kan ik gebruiken in gesprekken met anderen	3.59	.88
MijnZ heeft een goede combinatie tussen informatie en amusement	3.51	.98
De foto's die MijnZ gebruikt, passen goed bij de berichten	3.46	.86
Door de informatie op MijnZ neemt mijn algemene kennis toe	3.21	1.05
De informatie op MijnZ is onbetrouwbaar*	1.65	1.15

*Deze stelling is negatief gesteld

De percentages van de antwoorden die zijn gegeven op de verschillende stellingen zijn in Figuur 3.18. weergegeven.

Figuur 3.18. Inhoud schaal (*N*=80)



De diverse achtergrondvariabelen zijn niet van invloed op de beoordeling van de inhoud door de respondenten.



De respondenten in de focusgroep vinden de lengte van de berichten op MijnZ prima. Ze vinden het belangrijk dat de teksten niet te lang zijn, er moet niet twee keer hetzelfde in staan. Te korte teksten is ook weer niet goed, ze vinden dat je er wel wijzer van moet worden. Ze zijn het er allemaal over eens dat de onderwerpen eerst kort en bondig beschreven moeten worden in een soort introtekst, zodat je daarna zelf kunt kiezen of je het hele artikel wilt lezen of niet. Over de soort artikelen op MijnZ zijn ze ook behoorlijk tevreden. Ze hebben echt het gevoel dat er aan hun verteld wordt wat er is gebeurd. Een klassiek nieuwsbericht vinden de respondenten prima. De beste vorm voor een interview is volgens de jongens een video, geen tekst. Dit omdat een interview minder makkelijk leest.

3.3.4. Rapportcijfer MijnZ

Het gemiddelde rapportcijfer dat door de gebruikers aan MijnZ is gegeven is een 7.25⁸⁰.

3.3.5. Samenvatting en conclusie

In paragraaf 3.3. is de waardering van MijnZ besproken. Over het algemeen kan gesteld worden dat de gebruikers tevreden zijn wat betreft het gebruiksgemak, het gebruiksplezier en de inhoud van MijnZ. Op alle stellingen wordt bovengemiddeld positief gescoord (voor de positief gestelde items >3,0; voor de negatief gestelde items <3,0). Hierbij is gecontroleerd voor de invloed van geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, algemene nieuwsinteresse, maatschappelijke betrokkenheid en de band met de Zwolse samenleving. De waardering van het gebruiksgemak, gebruiksplezier en de inhoud van MijnZ is dus een algemene tendens en niet afhankelijk van de diverse achtergrondvariabelen. Wat betreft gebruiksplezier is alleen een significant verschil gevonden tussen de leeftijdscategorieën.

Hoewel de gebruikers van MijnZ over het algemeen tevreden zijn en MijnZ als rapportcijfer een 7⁺ krijgt, zijn er altijd verbeterpunten. Vooral omdat in paragrafen 3.1. en 3.2. is gebleken dat MijnZ op dit moment slechts een gering deel van de potentiële doelgroep in Zwolle bereikt.

Daarom gaat paragraaf 3.4. over de mogelijke verbeteringen voor de website.

⁸⁰ SD=1.04

3.4. Aangedragen verbeteringen MijnZ

In de volgende paragrafen wordt ingegaan op een aantal praktische aanbevelingen voor MijnZ. Deze komen deels direct voort uit de onderzoeksresultaten, deels berusten ze op nadere interpretatie van die resultaten. Op die manier kunnen uiteindelijk aanbevelingen gedaan worden om de Zwolse jongere die tot de potentiële doelgroep van MijnZ behoort, beter te bereiken en hoe MijnZ meer waardering kan verkrijgen.

Allereerst worden verbeteringen besproken die rechtstreeks uit het onderzoek naar voren zijn gekomen. Daarna worden enkele aanbevelingen voor de tweede fase van het project (juli 2012 – juli 2013) gedaan.

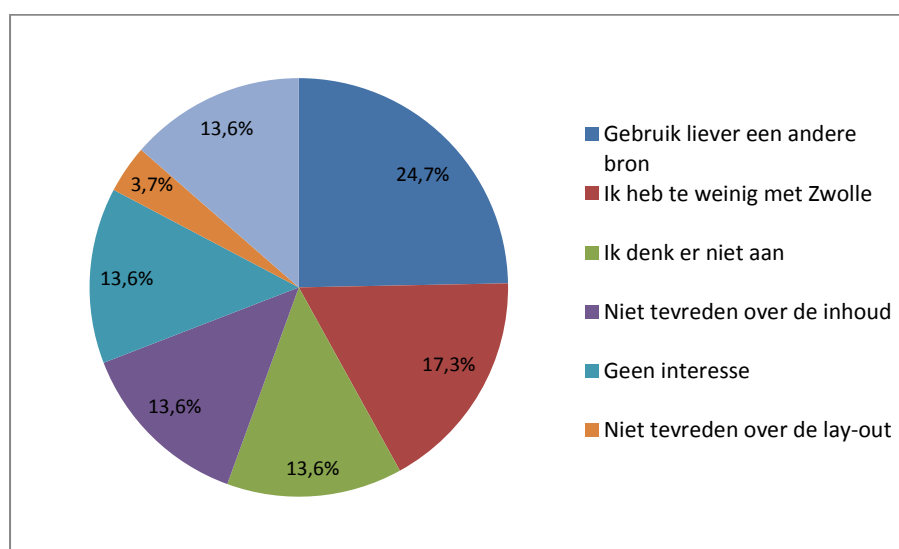
3.4.1. Aangedragen verbeteringen

Allereerst komen de redenen van niet-gebruikers om MijnZ zelden of nooit te gebruiken aan bod. Vervolgens wordt antwoord gegeven op de vraag wanneer de respondenten vaker een bezoek zouden brengen aan MijnZ. Tot slot komen de aspecten die worden gemist en de veranderingen die zijn aangegeven aan bod.

Reden niet-gebruikers

Aan de respondenten die hebben aangegeven zelden of nooit de website van MijnZ te bezoeken ($N=218$), is gevraagd wat hier de reden van is. Het merendeel (65%) zegt relatief onbekend zijn met de website. Aangezien zij derhalve onvoldoende antwoord kunnen geven op de vraag, is deze groep buiten beschouwing gelaten. Andere redenen die zijn aangegeven, zijn het gebruik van al één of meerdere andere bronnen (24,7%), de geringe band met Zwolle en dus met Zwols nieuws (17,3%), dat ze er niet aan denken om MijnZ te gebruiken (13,6%), dat de inhoud niet bevalt (13,6%), omdat ze er niet in geïnteresseerd zijn (13,6%) en omdat de vormgeving niet bevalt (3,7%)(zie Figuur 3.19).

Figuur 3.19. Reden voor zelden of nooit gebruik MijnZ ($N=218$)



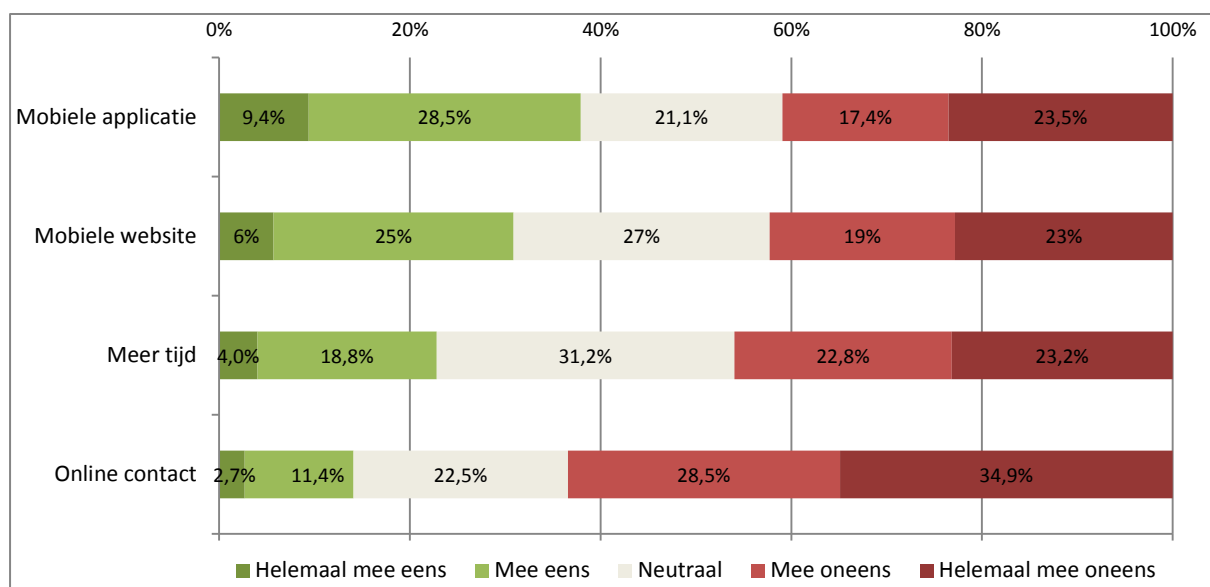
Wanneer vaker?

Aan de respondenten die bekend zijn met MijnZ (onafhankelijk van of ze het wel of niet gebruiken; $N=298$), is gevraagd wanneer ze vaker op de site zouden komen aan de hand van vier stellingen die ze konden beantwoorden op een schaal van 1 (helemaal mee oneens) tot en met 5 (helemaal mee eens). Hieruit blijkt dat



37,9% van de respondenten het in meer of mindere mate eens met de stelling dat een mobiele applicatie leidt tot een frequenter bezoek aan MijnZ. 31% is het eens met de stelling dat een mobiele website leidt tot een frequenter bezoek. 22,8% zal vaker de website bezoeken als hij/zij meer tijd heeft en 14,1% doet dit als er meer mogelijkheden voor online contact zijn (Figuur 3.20). Er is dus het meest behoefte aan een mobiele applicatie en een mobiele website.

Figuur 3.20. Wanneer zou je vaker naar MijnZ gaan? (N=298)



Er is een significant verschil waargenomen tussen middelbaar en hoogopgeleiden wat betreft de stelling 'als ik op MijnZ met andere mensen online contact zou kunnen hebben, zou ik vaker op MijnZ kijken'⁸¹. Middelbaar opgeleiden vinden dit een belangrijker aspect ($M=2.63$ ⁸²) dan hoogopgeleiden ($M=2.08$ ⁸³). De mobiele applicatie is met name gewenst door de jongste respondenten ($M=2.94$)⁸⁴ en minder door de oudste respondenten ($M=2.22$)⁸⁵. Dit verschil is significant⁸⁶. Jongeren hechten dus met name meer waarde aan een mobiele applicatie, middelbaar opgeleiden meer aan online contact via MijnZ.

Ook blijkt dat hoe groter de band met Zwolle is, hoe vaker men op MijnZ zal kijken. Dit geldt voor als MijnZ een mobiele website zou hebben⁸⁷, als ze een mobiele applicatie zou hebben⁸⁸, als online contact met andere mensen mogelijk zou zijn⁸⁹ en als de respondent meer tijd zou hebben⁹⁰.

⁸¹ $F(2,297)=5.33, p=.01$

⁸² $SD=1.20$

⁸³ $SD=1.05$

⁸⁴ $SD=1.37$

⁸⁵ $SD=1.36$

⁸⁶ $F(2,297)=3.95, p=.02$

⁸⁷ $r=.21, p=.00$

⁸⁸ $r=.20, p=.00$

⁸⁹ $r=.17, p=.00$

⁹⁰ $r=.20, p=.00$



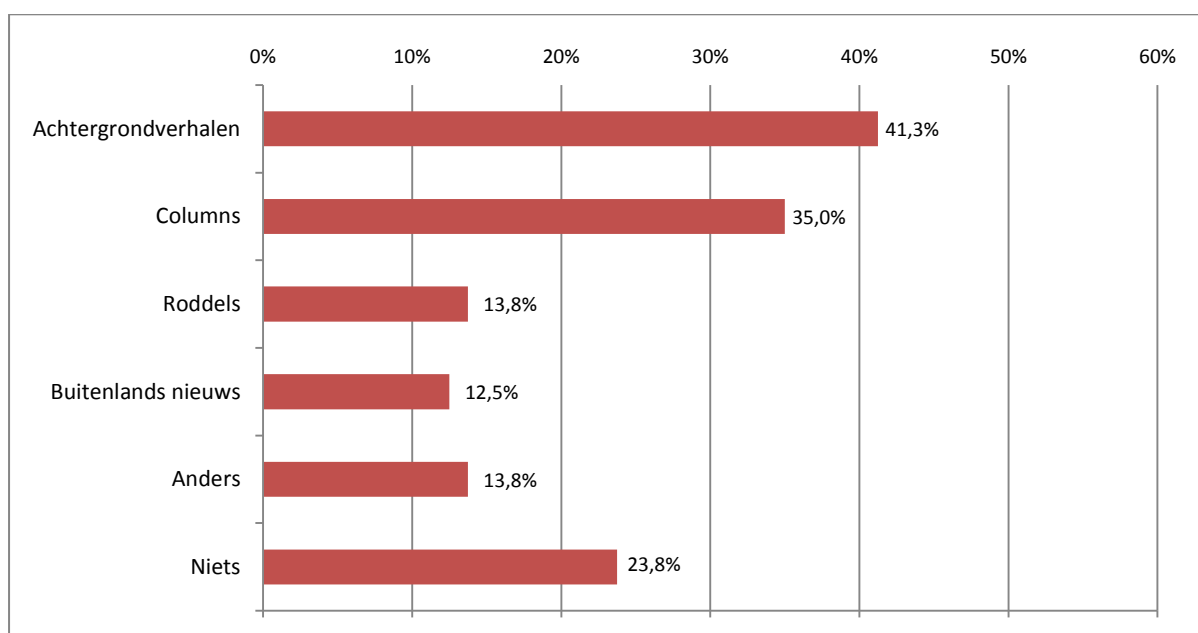
Tot slot heeft de mate van belangstelling voor nieuws een positief verband met het vaker kijken op MijnZ wanneer deze beschikt over een mobiele website⁹¹ en bij het hebben van meer tijd⁹².

Een belangrijk aspect waar de respondenten in de focusgroep uit zichzelf mee kwamen, is dat een regionale nieuwswebsite ook een mobiele applicatie of mobiele website moet hebben, omdat daarmee de jeugd echt wordt bereikt.

Wat mis je nog op MijnZ?

Van de gebruikers van MijnZ mist 41,3% achtergrondverhalen, mist 35% columns, wil 12,5% buitenlands nieuws, wil 13,8% roddels, en mist 23,8% niets. Tot slot mist 13,8% wat anders (waaronder een forum, strips, stijl- en schrijffoutloze berichten, talent en cultuur bij jongeren, binnenlands nieuws, verhalen met emotie, uitgebreide meningen). De verschillende categorieën zijn weergegeven in Figuur 3.21. Achtergrondkenmerken, maatschappelijke betrokkenheid, nieuwsinteresse en de band met Zwolle hebben geen invloed op wat er gemist wordt op MijnZ.

Figuur 3.21. Wat mis je nog op MijnZ? (N=80)



In de focusgroep waren de meningen over missende categorieën verdeeld. Waar de een het liefst een website wil waarbij sommige dingen over Zwolle gaan, aangevuld met extra relevante dingen zoals (inter)nationaal nieuws, vindt de ander zo'n link naar internationaal nieuws weer niet nuttig aangezien je dan net zo goed naar De Stentor kunt gaan. Een agenda en weerbericht werden in de focusgroep genoemd als categorieën die worden gemist. Met name een agenda heeft meerwaarde volgens de jongens.

⁹¹ $r=.20, p=.00$

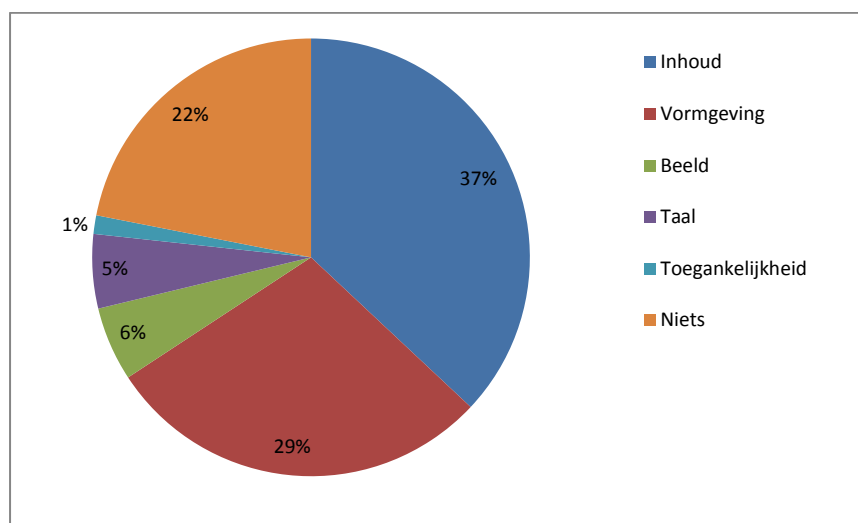
⁹² $r=.14, p=.01$



Verandering MijnZ

De gewenste veranderingen die aangegeven zijn, hangen samen met de dingen die gemist worden op MijnZ. Jongeren hebben met name aangegeven dat ze qua inhoud (37%) en qua vormgeving (29%) dingen veranderd willen hebben. De inhoud heeft waarschijnlijk te maken met de achtergrondverhalen die 41,3% van de respondenten mist, en de columns, die gemist worden door 35% van de respondenten. De antwoorden die gegeven zijn naar aanleiding van de open vraag wat de gebruikers zouden willen veranderen aan MijnZ, zijn onderverdeeld in verschillende categorieën (zie Figuur 3.22.).

Figuur 3.22. Wat zou je willen veranderen aan MijnZ? (N=80)



4. Aanpassingen

Om in te kunnen zoomen op de mogelijke kritische succesfactoren van het digitale nieuwsmedium, is de website, deels naar aanleiding van de resultaten uit de eerste onderzoeksfase en deels vooraf bepaald, op een aantal punten drastisch aangepast. In Bijlage III zijn screenshots van zowel de eerste als de tweede versie van de website terug te vinden.

In onderzoeksfase twee is - net als in onderzoeksfase 1 - gekeken naar het gebruik en de waardering van MijnZ. De resultaten van beide onderzoeksfases worden vergeleken, zodat er praktische aanbevelingen gedaan kunnen worden met betrekking tot succesfactoren voor het binden van jongeren aan een digitaal nieuwsmedium.

Na de eerste meting is de website aangepast door Wegener/De Stentor (zie eindverslag Wegener, augustus 2013). Het eerste gedeelte van het onderzoek was bedoeld om te experimenteren. In het tweede gedeelte is er nog steeds ruimte voor experiment, maar binnen een bepaald kader. Daarom zijn er tien 'regels' opgesteld die een aanscherping van de uitgangspunten inhouden:

1. MijnZ verzorgt lokale, Zwolse journalistiek;
2. MijnZ bericht voor en over de doelgroep 15-30 jaar;
3. MijnZ richt zich op werkenden, werklozen en studenten (MBO/HBO);
4. MijnZ is betrouwbaar, houdt zich aan feiten, aan hoor & wederhoor;
5. MijnZ is betrokken & brutaal;
6. MijnZ is proactief, kijkt vooruit;
7. MijnZ bericht vanuit de consequentie;
8. MijnZ brengt dagelijks nieuws (60% van de productie);
9. MijnZ brengt dagelijks achtergrond & duiding (40% van de productie);
10. MijnZ is cross-mediaal: tekst, beeld, video, audio, sociale media.

Binnen deze regels, is nog steeds ruimte om te experimenteren.

Op het gebied van toegankelijkheid is de website interactiever, zijn er meer mogelijkheden om actief het nieuws te volgen door middel van sociale media, zijn er mogelijkheden om een reactie te geven op artikelen, om een foto of video te uploaden en om mee te schrijven aan artikelen. Bovendien is er een mobiele (web)applicatie ontwikkeld die het mogelijk maakt het nieuws van MijnZ overal te volgen.



5. Resultaten tweede onderzoeksfase

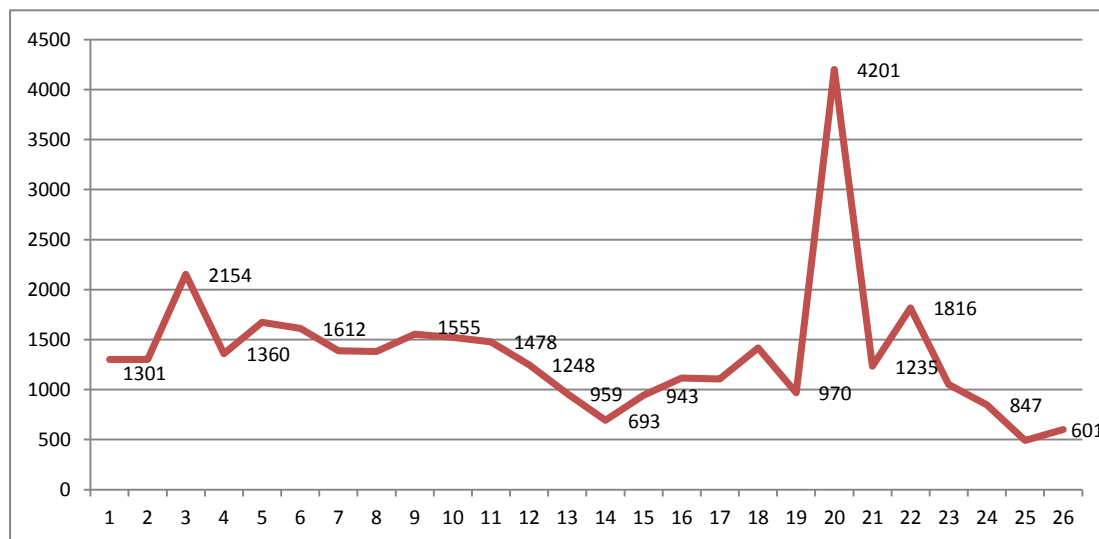
De resultaten uit de tweede onderzoeksfase zijn verkregen door middel van website statistieken, focusgroepen en een online survey. In paragraaf 5.1. wordt het gebruik van MijnZ besproken aan de hand van website statistieken. In paragraaf 5.2. komen de resultaten uit de online survey omtrent het gebruik aan bod. Paragraaf 5.3. gaat over de waardering van MijnZ naar aanleiding van de online survey en paragraaf 5.4. gaat over de waardering van MijnZ die naar voren is gekomen tijdens de focusgroepen.

De online survey over het gebruik en de waardering van MijnZ is ingevuld door 90 Zwolse jongeren. Van deze jongeren bezoeken slechts 44 de website vaak en/of regelmatig. 44 jongeren uit de online survey waren dus 'gebruiker' van de website. Omdat deze groep niet representatief is voor de gehele doelgroep van MijnZ, is het hoofdstuk over de achtergrondkenmerken, de maatschappelijke betrokkenheid en het nieuwsmenu van deze gebruikers terug te vinden in Bijlage IV. In de bijlage komen ook de aangedragen verbeteringen door de gebruikers van MijnZ aan bod.

5.1. Feitelijk gebruik MijnZ

Het feitelijke gebruik van MijnZ is onder andere bekeken met behulp van Google analytics. Uit deze statistieken blijkt dat de website van 9 januari 2013 (de datum dat de nieuwe website online ging) tot en met 30 juni 2013 (de einddatum van de dataverzameling) gemiddeld 1346 unieke bezoekers per week telde. Er wordt gesproken over *unieke* bezoekers aangezien de bezoekers die meerdere keren per week MijnZ bezochten, slechts één keer zijn meegeteld. In Figuur 5.1. zijn de unieke bezoekers per week te zien.

Figuur. 5.1. Unieke bezoekers MijnZ fase 2 (Week 2-2013 t/m week 26-2013)

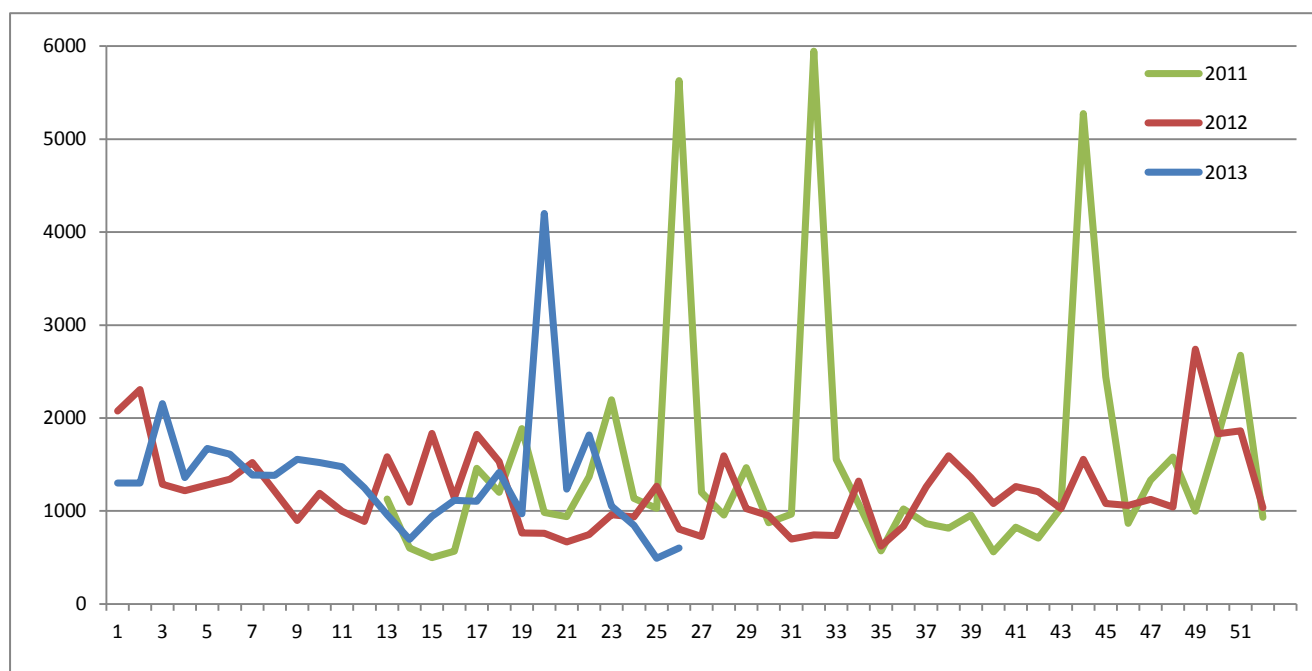


De piek in week 20 van 2013 is te verklaren door de start van de landelijke examens in die week, wat meer bezoekers naar de website heeft getrokken.

Om een goede vergelijking te kunnen maken tussen de eerste en de tweede versie van de website, zijn de bezoekcijfers van 2011, 2012, en 2013 met elkaar vergeleken (zie Figuur 5.2.) De eerste versie van de website ging online in week 13 van 2011. De bezoekcijfers zijn, afgezien van enkele uitschieters, redelijk constant. Er is geen duidelijk verschil in de unieke bezoekers per week tussen de eerste versie van de website (week 13 – 2011 t/m week 2 – 2013) en de tweede versie van de website (week 2 – 2013 t/m week 26 – 2013).

De pieken in het aantal unieke bezoekers zijn over het algemeen te verklaren doordat andere (landelijke) media het nieuws van MijnZ oppikken, wat leidt tot een grote indirecte toestroom van bezoekers.

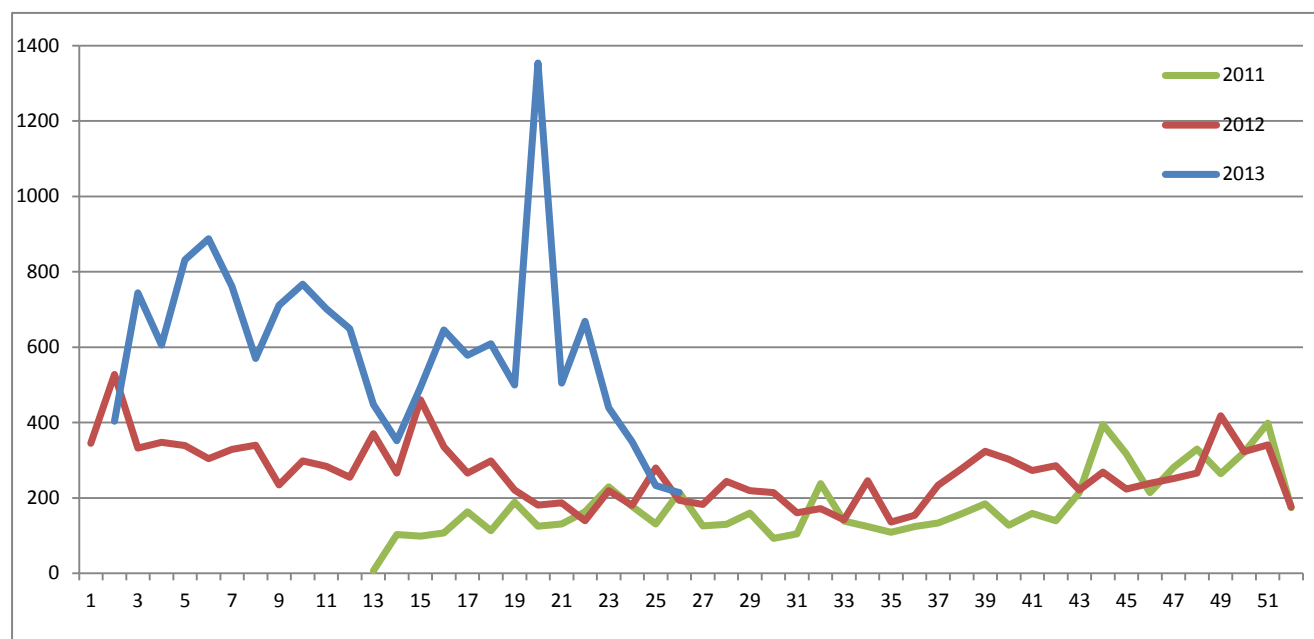
Figuur. 5.2. Unieke bezoekers MijnZ in 2011, 2012 en 2013



Er is ook gekeken naar het aantal *unieke terugkerende* bezoekers. Dit zijn bezoekers die meerdere keren per week de website hebben bezocht. Deze terugkerende bezoekers, zijn elk maar één keer per week meegeteld. In het aantal *unieke terugkerende* bezoekers in 2011, 2012, en 2013 blijkt wel verschil te zijn tussen de eerste en tweede versie van de website. De tweede versie van de website trekt meer unieke terugkerende bezoekers¹ dan de eerste (zie Figuur 5.3. op de volgende pagina).

¹ Het merendeel (86%; N=37) bezoekt de website relatief kort: korter dan 10 minuten .

Figuur. 5.3. Unieke terugkerende bezoekers MijnZ in 2011, 2012 en 2013



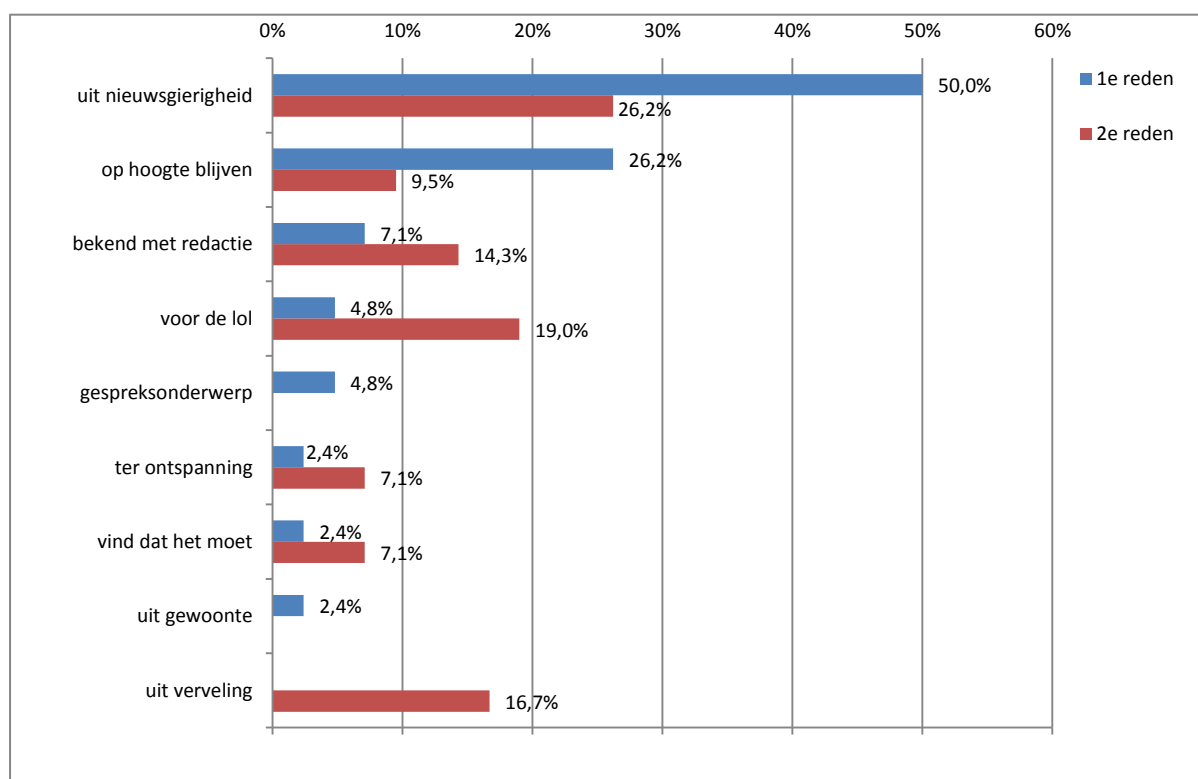
5.2. Gebruik MijnZ

In de vorige paragraaf bleek dat het aantal unieke gebruikers van MijnZ gedurende de looptijd van het project behoorlijk constant was. Er is wel een stijging te zien van het aantal unieke terugkerende bezoekers,. Ook in de online survey kwam het gebruik van de website aan bod. De resultaten hiervan worden in deze paragraaf besproken. Allereerst wordt in paragraaf 5.2.1. ingegaan op de motieven voor het gebruik van MijnZ. Vervolgens wordt in paragraaf 5.2.2. de gebruikte inhoud besproken en komt in paragraaf 5.2.3. de betrokkenheid bij MijnZ aan bod.

5.2.1. Motieven gebruik MijnZ

Aan de jongeren die MijnZ regelmatig en/of (zeer) vaak gebruiken, is gevraagd waarom ze dat doen. De meeste respondenten bezoeken MijnZ uit nieuwsgierigheid (voor 50% van de respondenten ($N=21$) eerste keus), gevolgd door 'op de hoogte blijven' (26,2% eerste keus; $N=11$) en 'bekend met de redactie (7,1% eerste keus; $N=3$). 'Voor de lol' en 'om een gespreksonderwerp te hebben' is door 2 respondenten (4,8%) aangegeven als belangrijkste reden om MijnZ te gebruiken. Tot slot is 'ter ontspanning', 'omdat ik vind dat het moet', en 'uit gewoonte' door één respondent (2,4%) als belangrijkste reden opgegeven. Naast nieuwsgierigheid en op de hoogte willen blijven, blijkt plezier een belangrijke rol te spelen bij jongeren om een nieuwswebsite te bezoeken. Dit komt naar voren uit het feit dat de aspecten 'voor de lol', 'ter ontspanning' en 'uit verveling' relatief vaak zijn genoemd als tweede reden om MijnZ te bezoeken (zie Figuur 5.4.).

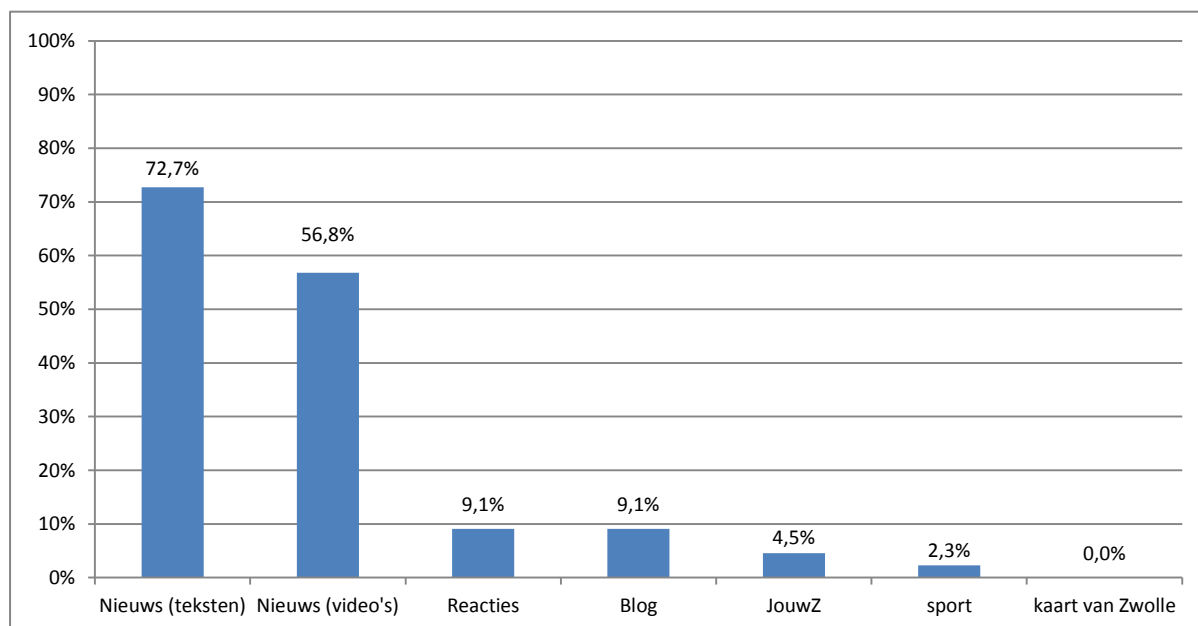
Figuur. 5.4.. Motieven gebruik MijnZ ($N=44$)



5.2.2. Gebruikte inhoud MijnZ

Jongeren blijken MijnZ vooral te gebruiken voor nieuws. Dit geldt voor zowel tekst (72,7%) als in iets mindere mate voor video's (56,8%; $N=25$). Dit is achterhaald door aan de gebruikers van MijnZ te vragen wat ze zoal bekijken op de website. Hierbij konden ze meerdere antwoorden geven. Naast nieuwsteksten en -video's leest 9,1% ($N=4$) het blog op de website en ook 9,1% ($N=4$) van de jongeren leest de reacties onder de artikelen (zie Figuur 5.5.).

Figuur. 5.5. Bekeken inhoud MijnZ ($N=44$)



5.2.3. Betrokkenheid bij MijnZ

De betrokkenheid bij MijnZ is gemeten aan de hand van 9 activiteiten waarop de respondenten konden aangeven hoe vaak ze deze activiteit het afgelopen jaar hebben ondernomen. Ze konden dit beantwoorden met 1 (vaak), 2 (regelmatig), 3 (soms), of 4 (nooit). De scores zijn omgecodeerd, dus hoe hoger de score, hoe vaker de activiteit is uitgevoerd en hoe meer men betrokken is bij MijnZ. De activiteit die het meest is ondernomen door de respondenten is 'andere mensen over (een artikel op) MijnZ verteld' ($M=2.49^2$) gevolgd door 'meegedaan aan de poll op MijnZ' ($M=2.23^3$) en 'een tweet van MijnZ geretweet' ($M=2.18^4$). Het minst vaak zijn activiteiten ondernomen die betrekking hebben op 'participatie'. Zo is het minst vaak meegeschreven met een artikel op MijnZ ($M=1.28^5$), gevolgd door het uploaden van een foto of video op MijnZ ($M=1.51^6$) en het schrijven van een reactie ($M=1.59^7$). Dit is terug te zien in Figuur 5.6. op de volgende pagina.

² $SD=1.07$

³ $SD=1.06$

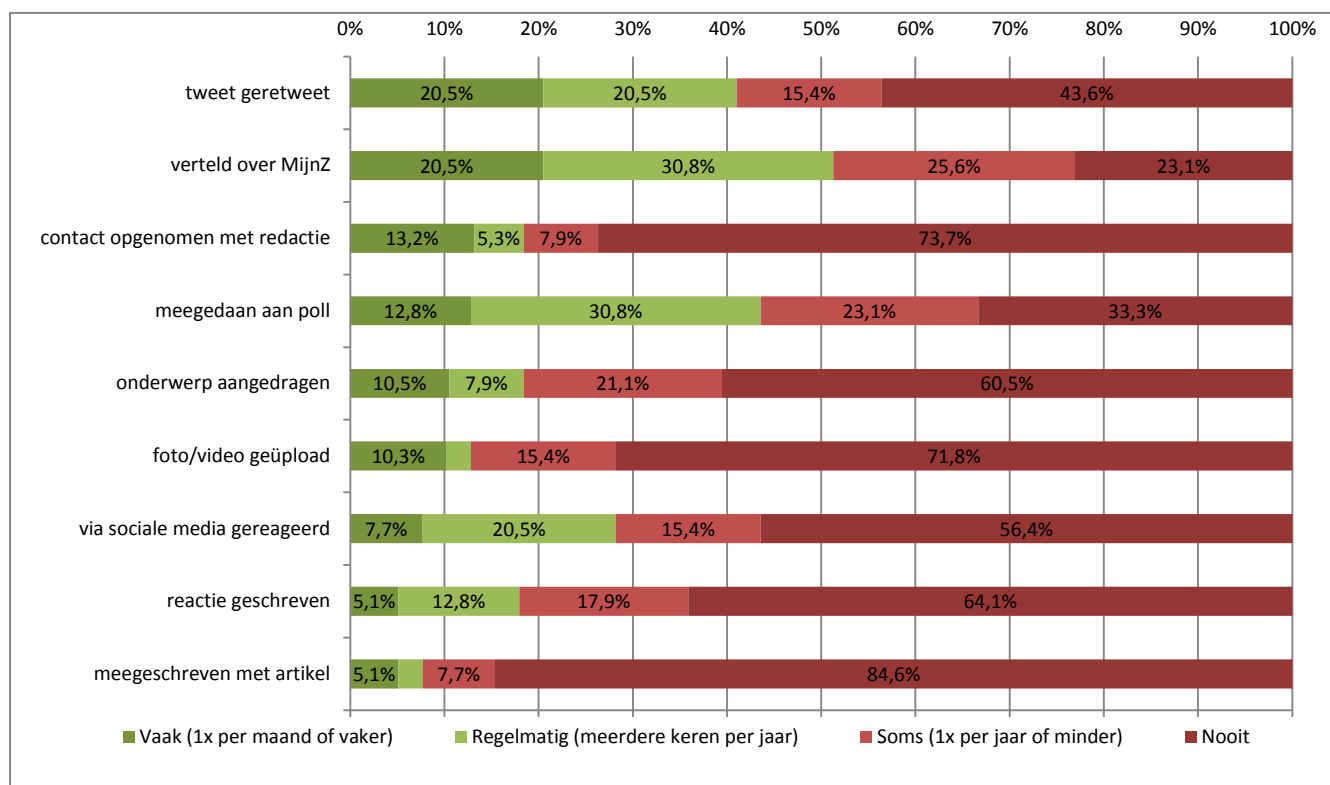
⁴ $SD=1.21$

⁵ $SD=.76$

⁶ $SD=.97$

⁷ $SD=.91$



Figuur. 5.6. Betrokkenheid bij MijnZ (N=39)

5.2.4. Samenvatting en conclusie: gebruik

In de paragrafen 5.1. en 5.2. is het gebruik van MijnZ aan de orde gekomen. Het blijkt dat het aantal unieke gebruikers gedurende de gehele looptijd van het project redelijk constant is gebleven. Er is wel een toename te zien in het aantal unieke terugkerende bezoekers, waaruit blijkt dat er potentie is voor MijnZ. Nieuws komt veruit als meest bekeken inhoud van MijnZ naar voren. Naast serieuze redenen als ‘uit nieuwsgierigheid’ en ‘om op de hoogte te blijven’, zijn meer plezierige redenen zoals ‘voor de lol’ en ‘ter ontspanning’ belangrijk voor de bezoekers van MijnZ. Naast ‘need to know’ nieuws, willen de bezoekers dus ‘nice to know’ nieuws.

In de volgende twee paragrafen, paragraaf 5.3. en paragraaf 5.4. wordt gekeken naar de waardering voor MijnZ.

5.3. Waardering MijnZ - online survey

In deze paragraaf komt de waardering van MijnZ aan bod die in de online survey naar voren is gekomen. Aan de 44 gebruikers van MijnZ (de jongeren die de website (zeer) vaak/regelmatig gebruiken) is gevraagd naar de waardering voor de website. De waardering is onderverdeeld in gebruiksgemak (paragraaf 5.3.1.), gebruiksplezier (paragraaf 5.3.2.) en inhoud (paragraaf 5.3.3.).

In de tweede onderzoeksfase krijgt MijnZ een 6.8⁸ als rapportcijfer.

5.3.1. Gebruiksgemak

Wat betreft gebruiksgemak konden de respondenten voor 9 stellingen, die gingen over de gebruiksvriendelijkheid van de website, aangeven in hoeverre ze het er mee eens zijn. Dit konden ze doen op een schaal van 1 (helemaal mee oneens) tot en met 5 (helemaal mee eens). Hoe hoger de score, hoe hoger het gebruiksgemak wordt beoordeeld. De onderste drie stellingen zijn negatief gesteld. Daarvoor geldt dus hoe lager de score, hoe hoger het gebruiksgemak. Op 8 van de 9 stellingen wordt bovengemiddeld gescoord (>3.0 voor positief gestelde items; <3.0 voor negatief gestelde items). Er kan gesteld worden dat de gebruikers van MijnZ een behoorlijke mate van gebruiksgemak ervaren op de website. Het meest positief zijn de respondenten over de begrijpelijkheid van de website, het gebruik van sociale media en de bereikbaarheid van de website. Het minst tevreden zijn ze over de mogelijkheden voor contact, de links op de website en het moeten scrollen op MijnZ. In Tabel 5.1. worden de gemiddelde scores en de standaarddeviaties weergegeven.

Tabel 5.1. Gemiddelde score stellingen gebruiksgemak gerangschikt naar score

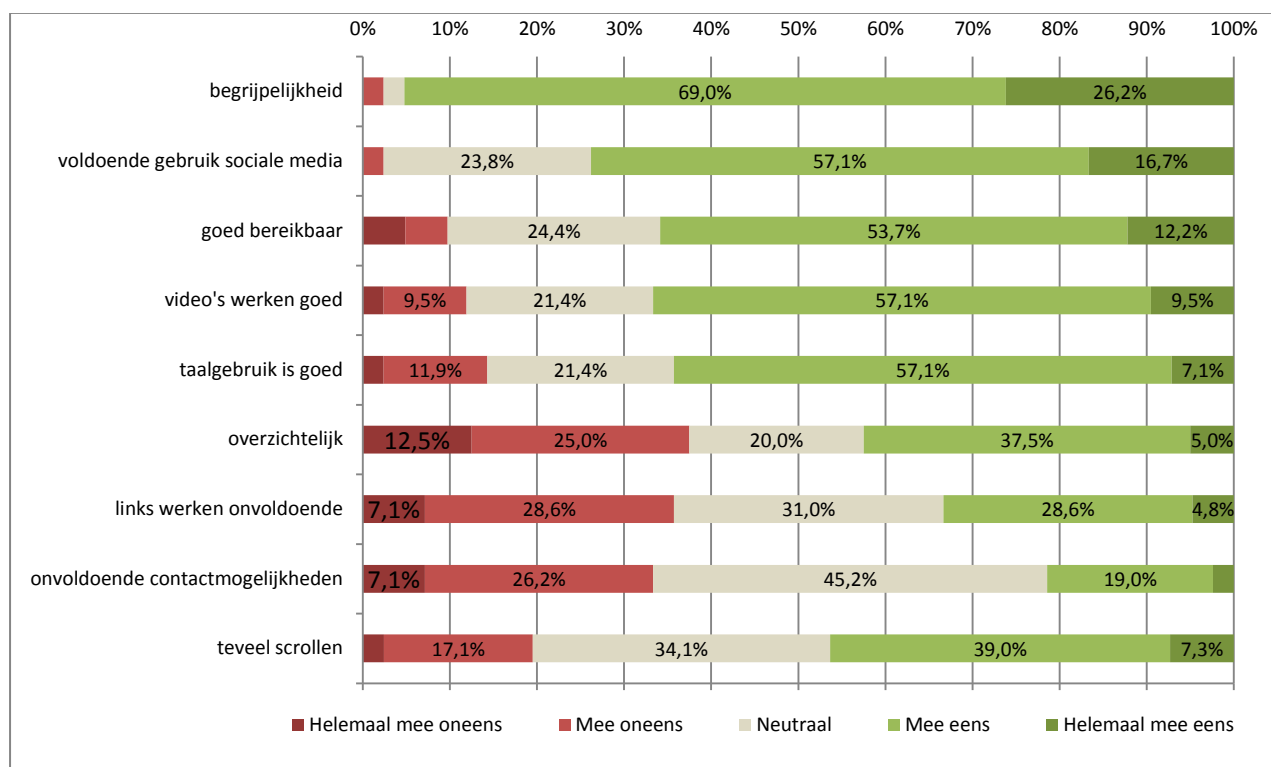
STELLING	<i>M</i>	<i>SD</i>
Ik begrijp wat er op MijnZ wordt geschreven	4.19	.59
MijnZ maakt voldoende gebruik van sociale media	3.88	.71
De website van MijnZ is goed bereikbaar	3.63	.94
De video's op MijnZ werken goed	3.62	.88
Het taalgebruik op MijnZ is goed	3.55	.89
MijnZ is overzichtelijk	2.98	1.17
Ik moet teveel scrollen op MijnZ*	3.32	.93
De links op MijnZ werken soms onvoldoende*	2.95	1.03
MijnZ heeft onvoldoende mogelijkheden voor contact*	2.83	.91

* Deze stellingen zijn negatief gesteld

In Figuur 5.7. op de volgende pagina staat de score van het gebruiksgemak op de schaal weergegeven per stelling.

⁸ *SD*=.87



Figuur 5.7. Gebruiksgemak schaal (N=44)

5.3.2. Gebruiksplezier

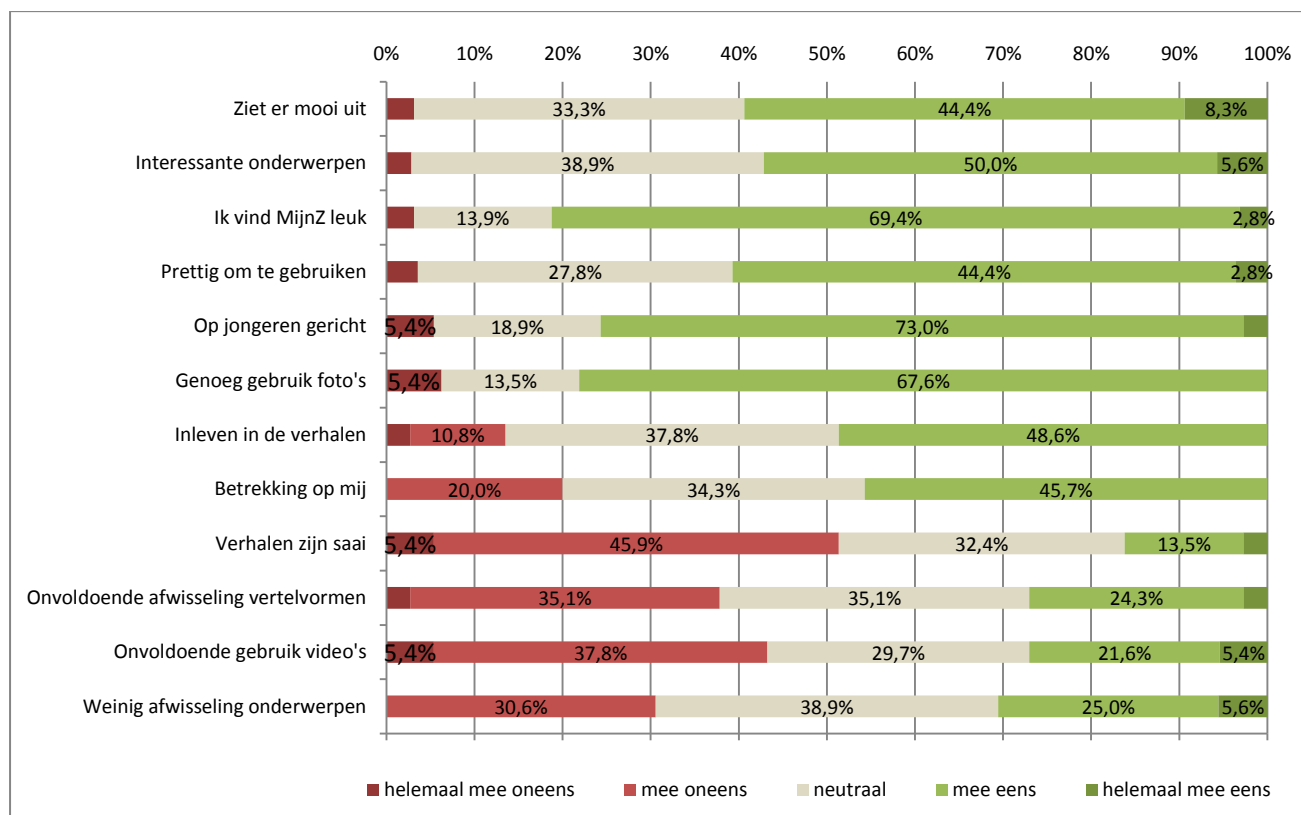
Het gebruiksplezier is wederom gemeten aan de hand van stellingen. De respondenten konden op een schaal van 1 (helemaal mee oneens) tot en met 5 (helemaal mee eens) aangeven in hoeverre ze het met de stelling eens zijn. Op het gebied van het gebruiksplezier van MijnZ wordt op 11 van de 12 stellingen bovengemiddeld gescoord (voor de positief gestelde items >3.0; voor de negatief gestelde items <3.0). Er kan gesteld worden dat, naast gebruiksgemak, de gebruikers van MijnZ ook een behoorlijke mate van gebruiksplezier ervaren op de website. De respondenten konden zich het meest vinden in de stellingen 'MijnZ is op jongeren gericht' en 'ik vind MijnZ leuk'. Het minst tevreden zijn ze over de meer inhoudelijke stellingen zoals de afwisseling in onderwerpen en vertelvormen. In Tabel 5.2. op de volgende pagina staan de gemiddelde scores en de standaarddeviaties weergegeven.

Tabel 5.2. Gemiddelde score stellingen gebruikspfezier gerangschikt naar score

STELLING	<i>M</i>	<i>SD</i>
MijnZ is op jongeren gericht	3.68	.78
Ik vind MijnZ leuk	3.58	.84
De onderwerpen op MijnZ vind ik interessant	3.53	.77
Ik vind MijnZ er mooi uitzien	3.44	.91
MijnZ maakt genoeg gebruik van foto's	3.43	.93
Ik kan me inleven in de verhalen op MijnZ	3.32	.78
De onderwerpen op MijnZ hebben betrekking op mij	3.26	.78
Ik vind MijnZ prettig om te gebruiken	3.22	.93
Ik vind de verhalen op MijnZ saai*	2.62	.90
MijnZ maakt onvoldoende gebruik van video's*	2.84	1.01
Er is onvoldoende afwisseling in hoe het nieuws verteld wordt op MijnZ*	2.89	.91
Er is te weinig afwisseling in onderwerpen op MijnZ*	3.06	.89

* Deze stellingen zijn negatief gesteld

In Figuur 5.8. staat de score van het gebruiksgemak op de schaal weergegeven per stelling.

Figuur 5.8. Gebruikspfezier schaal (N=44)

5.3.3. Inhoud

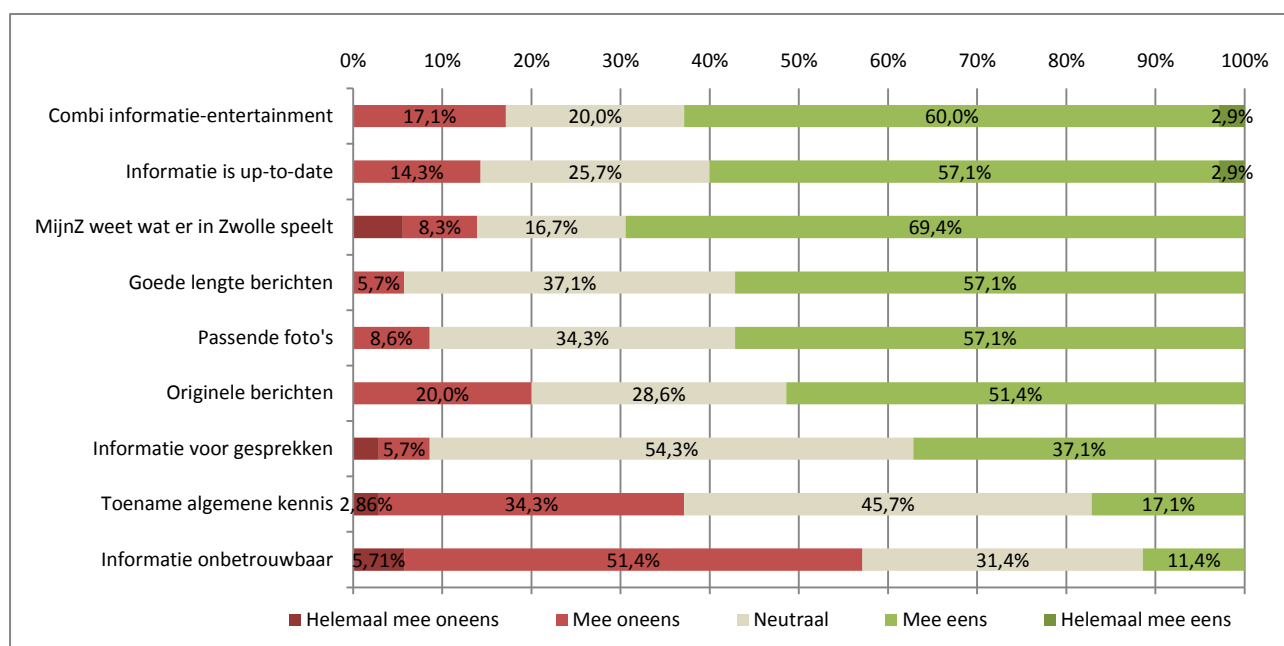
Om de waardering van de inhoud van MijnZ te meten, zijn negen stellingen aan de respondenten voorgelegd. Hiervoor is dezelfde schaal gebruikt als bij gebruiksgemak en gebruiksgemak: van 1 (helemaal mee oneens) tot en met 5 (helemaal mee eens). Ook wat betreft de inhoud zijn de respondenten bovengemiddeld tevreden (voor de positief gestelde items >3.0; voor de negatief gestelde items <3.0). Alle negen stellingen worden bovengemiddeld beoordeeld. Het meest tevreden zijn de respondenten over de lengte van de berichten en ze vinden dat MijnZ weet wat er in Zwolle speelt. Minder tevreden zijn ze over de betrouwbaarheid van MijnZ en de toename van algemene kennis door de informatie op MijnZ. In Tabel 5.3. zijn de stellingen weergegeven gerangschikt naar score.

Tabel 5.3. Gemiddelde score stellingen gebruiksgemak gerangschikt naar score

STELLING	<i>M</i>	<i>SD</i>
De berichten op MijnZ zijn precies lang genoeg	3.51	.61
MijnZ weet wat er in Zwolle speelt	3.50	.88
De foto's die MijnZ gebruikt, passen goed bij de berichten	3.49	.66
De informatie op MijnZ is up-to-date	3.49	.78
MijnZ heeft een goede combinatie tussen informatie en amusement	3.49	.82
De berichten op MijnZ zijn origineel	3.31	.80
De informatie op MijnZ kan ik gebruiken in gesprekken met anderen	3.26	.70
Door de informatie op MijnZ neemt mijn algemene kennis toe	2.77	.77
De informatie op MijnZ is onbetrouwbaar*	2.49	.78

De percentages van de antwoorden die zijn gegeven op de verschillende stellingen zijn weergegeven in Figuur 5.9.

Figuur 5.9. Inhoud schaal (N=44)



5.3.4. Samenvatting en conclusie: waardering

In de voorgaande paragraaf is gekeken naar de waardering voor verschillende aspecten van MijnZ die uit de resultaten van de online survey zijn gekomen. Hoewel op de meeste stellingen op het gebied van gebruiksgemak, gebruiksplezier en inhoud hoger is gescoord dan gemiddeld, liggen de meeste scores lager dan de resultaten in de eerste onderzoeksfase. Aangezien de vragen omtrent de waardering van MijnZ in de online survey slechts aan de 44 gebruikers van MijnZ zijn voorgelegd, is dit niet representatief voor de gehele doelgroep van MijnZ. In onderzoeksfase twee is de nadruk gelegd op de focusgroepen, waarin de waardering voor MijnZ op verschillende aspecten uitgebreider en diepgaander aan de orde is gekomen.

In paragraaf 5.4. worden de resultaten ten aanzien van de waardering voor MijnZ besproken die in deze focusgroepen naar voren kwamen.



5.4. Waardering MijnZ - focusgroepen

In de focusgroepen hebben respondenten eerst individueel kennisgemaakt met de website door er online op rond te kijken. Vervolgens is aan de hand van een topiclijst (zie Bijlage II) specifiek ingegaan op de mening van Zwolse jongeren over verschillende aspecten van MijnZ wat betreft *inhoud* (de verschillende nieuwscategorieën, het taalgebruik, de lengte van de artikelen), *vormgeving* (de structuur, het gebruik van foto's en video's, de vertelvormen) en *toegankelijkheid* (het gebruik van sociale media, de mogelijkheden om een reactie te geven, om mee te schrijven aan artikelen en om foto's/video's te uploaden). De focusgroepen hebben daarmee een dieper en breder inzicht gegeven in de waardering van MijnZ door jongeren in Zwolle. In deze paragraaf zullen de resultaten uit deze focusgroepen ten aanzien van deze drie onderwerpen uiteengezet worden. In paragraaf 5.4.1. betreft het de inhoud van MijnZ, in paragraaf 5.4.2. de vormgeving en in paragraaf 5.4.3. wordt ingezoomd op de toegankelijkheid van MijnZ.

5.4.1. Inhoud

Nieuwscategorieën

Over het algemeen zijn de respondenten in de focusgroepen tevreden met de verschillende nieuwscategorieën op de website (sport, misdaad, uitgaan, onderwijs, opmerkelijk). Ze vinden in meerderheid dat de verschillende categorieën passen bij de doelgroep en dat de onderwerpen interessant zijn voor jongeren. De meningen over eventueel missende categorieën zijn enigszins verdeeld. Sommige respondenten missen meer serieuze nieuwscategorieën zoals economie, wetenschap, en politiek. Eén respondent geeft aan berichten te willen lezen over wat leeft in de maatschappij. Andere respondenten wilden ook nationaal nieuws. Naast serieus nieuws willen de jongeren ook lichter nieuws lezen. Een aantal respondenten benadrukt niet alleen negatief nieuws te willen lezen, maar ook leuke, plezierige dingen, en dingen die leven. Verder missen veel respondenten een heldere servicerubriek met de activiteiten in Zwolle of een uitgaansagenda. Het is voor een lokale nieuwswebsite gericht op jongeren van eminent belang om afwisseling na te streven in 'need to know' en 'nice to know'.

Taalgebruik

De respondenten in de focusgroepen zijn erg te spreken over het taalgebruik op MijnZ. De teksten zijn toegankelijk, makkelijk te lezen, begrijpelijk, leuk geschreven en ze hebben het gevoel dat het speciaal voor jongeren geschreven is. Ze kunnen het lezen zonder er bij na te hoeven denken, ze voelen zich aangesproken en hebben genoeg achtergrondinformatie om de berichten te kunnen begrijpen. Schrijffouten komen niet veel voor, maar zijn volgens de jongeren absoluut uit den boze en ze haken ook af zodra het taalgebruik te formeel en te saai is.

Lengte berichten

Over de lengte van de berichten op MijnZ zijn de meningen verdeeld. Sommige respondenten hechten aan de afwisseling tussen lange en korte artikelen, anderen missen lange artikelen met wat meer achtergrondinformatie en weer anderen lezen juist vooral het korte nieuws. De oudere respondenten zijn meer geïnteresseerd in achtergrondinformatie dan de jongere. De meeste jongeren willen eerst een korte



introdactie lezen en dan besluiten ze of ze het hele artikel willen lezen of niet. Het is voor hen geen bezwaar veel tekst op een laptop of computer te lezen, zolang het maar interessant is. De respondenten zijn het er over het algemeen over eens dat ze interviews het liefst in een video te bekijken in plaats van een uitgeschreven versie te lezen. In de (web)applicatie willen ze met name korte en bondige berichten lezen.

5.4.2. Vormgeving

De meeste respondenten zijn positief over de vormgeving van de website: het is modern, innovatief en goed opgebouwd. Veel voorkomende opmerkingen over de vormgeving zijn: 'mooi en strak', 'het design is heel gewoon, het zou origineler kunnen', 'je weet meteen dat het om een nieuwswebsite gaat', 'op MijnZ past alles goed bij elkaar, geen opvallende dingen', en 'het is een erg mooie site, er zijn alleen een paar kleine dingen die beter zouden kunnen'. De respondenten die ook hebben deelgenomen aan de focusgroep in onderzoeksfase 1, vinden de site er erg op vooruitgegaan.

Structuur

De respondenten zijn tevreden over de structuur van de website, maar over het feit dat ze veel moeten scrollen om de hele lijst met nieuwsartikelen te zien, zijn de meesten minder positief. Geen van de respondenten heeft gezien dat er een optie is voor een lijstweergave van de artikelen. Regelmatig wordt de nieuwssite Nu.nl genoemd als goed voorbeeld voor een overzichtelijke nieuwssite. Jongeren willen op basis van de headlines zelf kiezen welke artikelen ze lezen. Een aantal respondenten vindt het dan ook storend dat er direct een hoofdartikel geopend wordt bij het bezoeken van de website.

Sommige respondenten vinden de lay-out met rode blokken met statistieken/achtergrondinformatie leuk en mooi, anderen vinden de rode blokken te groot en overbodig. Het verschil in mening is niet direct toe te schrijven aan een verschil in geslacht, leeftijd of opleidingsniveau. Sommige respondenten zijn niet zo tevreden over de rode blokken omdat ze dan niet alle artikelen in een overzicht kunnen zien.

Een meer technische opmerking was dat ze het verwarrend en irritant vinden dat het hoofdartikel niet verandert zodra ze op een categorie klikken. Dus als het hoofdartikel over onderwijs gaat, dan blijft dat artikel op de voorgrond staan, ook als ze een categorie kiezen als sport, uitgaan of misdaad. Een ander kritische noot omtrent de structuur van de website is dat het niet duidelijk is welke foto bij welke tekst/titel hoort aan de rechterkant van de pagina. De foto's en de koppen van de artikelen worden namelijk vlak onder elkaar getoond. Daarnaast valt de kop van een artikel soms gedeeltelijk weg achter een foto/video, wat tot irritatie leidt.

Foto's

De jongeren vinden de foto's op MijnZ erg belangrijk. Zonder foto zijn ze minder geneigd te beginnen met lezen en een foto is een trigger om door te lezen. Bovendien maakt een foto indruk en onthouden de jongeren de informatie beter. Daarvoor is het belangrijk dat er een link is tussen de foto en de bijbehorende tekst, iets dat volgens de respondenten op MijnZ goed gebeurt. De meeste respondenten willen niet alleen de foto in beeld, maar ook een gedeelte van de introductietekst, zodat direct duidelijk wordt waar het artikel over gaat.



De foto's die op MijnZ worden getoond vonden, geven een goed beeld van gebeurtenissen waar je zelf niet bij hebt kunnen zijn. Ze worden beoordeeld als 'toepasselijk', 'prima', 'duidelijk' en 'trekken de aandacht'.

Video's

Voor wat betreft het gebruik van video's zijn de respondenten matig enthousiast. Veel video's duren te lang en de geluidskwaliteit is niet altijd goed. Sommige respondenten vinden de video's vaak wat amateuristisch. De meeste respondenten vinden het leuk om naar nieuwsvideo's te kijken, maar met een tijdslimiet, dus voor maximaal 2 of 3 minuten. Bovendien vinden ze dat een video *aanvullend* moet zijn op de tekst. De sfeerimpressies en acuut en spectaculair nieuws worden het best bekeken.

5.4.3. Toegankelijkheid

Op de vernieuwde website is een aantal mogelijkheden voor toegankelijkheid toegevoegd, waaronder het volgen van het nieuws via sociale media, de kaart van Zwolle, de mogelijkheid tot interactie en een mobiele (web)applicatie. Over het algemeen zijn de respondenten enthousiast over deze mogelijkheden. Het wordt jammer gevonden dat de opties niet duidelijk genoeg in beeld zijn. De respondenten hebben deze opties uit zichzelf niet gezien, laat staan aangeklikt.

Social media

De mogelijkheid om MijnZ op Twitter en – in het bijzonder – Facebook te volgen wordt gewaardeerd. Respondenten benadrukken dat het belangrijk is voor MijnZ om Facebook en Twitter te gebruiken om jongeren te bereiken, maar dat er niet te vaak getweet moet worden en de activiteit op Facebook ook beperkt moet blijven.

Kaart van Zwolle

De meeste respondenten vinden de kaart van Zwolle waarop je kunt zien waar het nieuws heeft plaatsgevonden erg interessant en leuk. Ze vinden de optie 'geniaal', 'grappig', 'origineel' en ze zouden wel klikken op het nieuws dat dicht bij hen in de buurt heeft plaatsgevonden. Een respondent geeft aan het nieuws op die manier wel sneller te gaan lezen omdat het lokaal is, dicht bij je huis. Anderen vinden daarentegen de kaart van Zwolle 'overbodig werk' en zonder toegevoegde waarde. Deze verschillen zijn niet toe te schrijven aan leeftijd en/of geslacht.

Interactie

MijnZ probeert de interactie met jongeren te bevorderen door het aanbieden van de mogelijkheid te reageren op artikelen, mee te schrijven met artikelen en een foto en/of video te uploaden. Jongeren blijken passieve volgers; ze vinden het leuk om de interactie door anderen te volgen, maar zelf zijn ze niet snel geneigd om een reactie te schrijven. Een belangrijke oorzaak hiervan is dat ze verplicht zijn om in te loggen met Facebook of Twitter, of dat ze een account moeten aanmaken. Hetzelfde geldt voor de opties om bij te dragen aan de website door een co-auteur te worden en/of door het uploaden van een foto of video. Respondenten zijn niet positief over de barrières die MijnZ opwerpt. Aan de andere kant vinden de meeste respondenten het wel belangrijk dat berichten gemodereerd worden, omdat er anders mogelijk onzin op de site komt te staan.



Mobiele (web)applicatie

Met betrekking tot de mobiele (web)applicatie, geven de respondenten aan dat zo'n website of applicatie essentieel is om jonger publiek te bereiken. Jongeren gebruiken zo'n app als ze zich vervelen, wanneer ze niet kunnen slapen of als ze wakker worden. Met een mobiele (web)applicatie is het nieuws van MijnZ altijd beschikbaar en bereikbaar. De respondenten vinden het design van de mobiele (web)applicatie mooi, maar sommige respondenten vinden het jammer dat ze maar een artikel op het scherm zien. Ze kunnen swipen naar andere artikelen, maar ze missen het overzicht over alle nieuwsitems.

Bekendheid

Tot slot de bekendheid van MijnZ. Hoewel alle respondenten in de focusgroepen tot de doelgroep behoren, was geen van de jongeren een gebruiker van MijnZ. Sommige respondenten hebben overigens wel van de website gehoord. Aan het eind van de gesprekken hebben vrijwel alle jongeren aangegeven van plan te zijn om MijnZ vaker te gaan bezoeken. Zeker nu ze alle mogelijkheden en functies hebben gezien. De jongeren geven aan voor het Zwolse nieuws eerder MijnZ te kiezen dan De Stentor.

5.4.4. Samenvatting en conclusie

Over het algemeen zijn de respondenten in de focusgroepen positief over MijnZ. Dit geldt vooral voor de inhoud en de toegankelijkheid. Algemene opmerkingen met betrekking tot de inhoud waren: 'interessante website', 'MijnZ heeft verfrissende video's en verhalen', 'niet te veel informatie op een pagina', 'leuk dat het geschreven is door studenten', en 'de inhoud was gewoon goed'. Voor wat betreft de vormgeving zijn de respondenten gemiddeld genomen positief, maar de meningen lopen op dit punt sterker uiteen. Een (goede) werking van de techniek, de vindbaarheid van de opties voor toegankelijkheid en de bekendheid van de website zijn de belangrijkste verbeterpunten voor MijnZ.

6. Conclusie

Elke dag zijn er tienduizenden jongeren tussen de 15 en 30 jaar in de stad Zwolle te vinden. Ze wonen, werken, studeren en/of gaan daar naar school. Een groot deel van deze jongeren is hoger opgeleid, gebruikt relatief vaak internet als nieuwsmedium en toont een behoorlijke mate van maatschappelijke betrokkenheid en nieuwsinteresse (Tussentijds verslag 2012). Zij beschikken dus over een aantal belangrijke achtergrondkenmerken die positief samenhangen met nieuwsmediagebruik (o.a. Drok & Schwarz, 2009).

MijnZ is een experiment met als doel de band tussen lokale journalistiek en deze jongeren te verstevigen. Hiervoor is het allereerst van belang de jongeren te *bereiken*. Daartoe zijn achtereenvolgens een website, social media en een speciaal ontwikkelde mobiele applicatie ingezet. Het bereiken van de Zwolse doelgroep is tot nog toe onvoldoende gelukt. De bekendheid van MijnZ onder jongeren is niet groot en van degenen die MijnZ kennen, blijkt ongeveer de helft de website ook daadwerkelijk te bezoeken. Het gebruik van MijnZ – gemeten aan het aantal unieke bezoekers – heeft gedurende de gehele looptijd rond de 1400 per week gelegen. Dat is niet slecht voor een beginnende site van dit type, maar het ligt onder de ambitie.

Het *boeien* van de jongeren hangt nauw samen met de aangeboden inhoud en vormgeving. Maar een goed – of liever: perfect – werkende techniek is voor het gebruik van een digitale nieuwsvoorziening een noodzakelijke voorwaarde. Voor trage of haperende techniek hebben jongeren het geduld niet. En de kans is groot dat ze bij een falende techniek de website niet meer opnieuw zullen bezoeken.

Hoewel tot op heden het vaste aantal bezoekers van MijnZ nog gering is, is er wel groeipotentie. De tevredenheid onder gebruikers is in de loop van het project gegroeid. Dat is voor de wat langere termijn van groot belang in verband met de kracht van mond-tot-mondreclame. De respondenten waren in onderzoeksfase 1 nog erg kritisch over de inhoud (te weinig serieus, te weinig diepgang, teveel een ‘geen-stijl’ benadering), de vormgeving (saai en onoverzichtelijk), en het taalgebruik (te populair, taal- en spelfouten). Bovendien werd er teveel voor de eigen peergroup (studenten Windesheim) geschreven. Over de vernieuwde website zijn de jongeren duidelijk positiever. Dit geldt voor de vorm, de inhoud, het taalgebruik en de vergrote interactiviteit. In de tussentijdse rapportage werd nog gesproken over een onoverzichtelijke website en een saaie vormgeving, in de focusgroepen van onderzoeksfase twee vielen woorden als ‘overzichtelijk’, ‘modern’ en ‘flitsend’. Met de vernieuwde website lijkt dus de juiste weg ingeslagen qua vormgeving. Ook wat betreft inhoud lijkt men op de goede weg. De jongeren in de focusgroepen in de 2^e onderzoeksfase gaven aan het gevoel te hebben dat de teksten op MijnZ speciaal voor hun geschreven zijn.

Uit de resultaten komt naar voren dat de surveillancefunctie de belangrijkste functie is die een digitale, lokale nieuwsvoorziening als MijnZ voor jongeren heeft. Jongeren willen een kort en snel overzicht krijgen van de belangrijkste gebeurtenissen in hun directe leefomgeving. De vormgeving moet die overzichtsfunctie ondersteunen, zoals bij de site Nu.nl succesvol gebeurt. Een kaartje (Google maps) waarop de precieze locatie van een gebeurtenis staat aangegeven, wordt erg op prijs gesteld. Veel van de ondervraagde jongeren voelen een band met Zwolle (met name de jongeren die in Zwolle wonen) en daarbinnen met hun wijk of buurt. De



woonplaats van de jongere blijkt een belangrijke voorspeller voor de interesse en het gebruik van een lokaal nieuwsmidium.

Een tweede belangrijke functie voor een lokale nieuwswebsite is diepgang. Naast een breed overzicht van alles wat er in de nabije omgeving gebeurt, zien Zwolse jongeren bij de voor hen meest relevante en interessante thema's uit de lokale actualiteit graag context, duiding en achtergrond. Dit is eveneens gebleken uit eerder onderzoek (o.a. Drok & Schwarz, 2009). Achtergrondverhalen werd in de eerste onderzoeksfase door 41,3% van de respondenten gemist op MijnZ en ook in onderzoeksfase 2 geeft 44,7% procent van de respondenten aan achtergrondverhalen te missen op MijnZ. Dit is opmerkelijk omdat in de tweede fase van het project meer achtergrond is gebracht. Mogelijk doet een verbeterd aanbod de behoefte toenemen. Binnen het achtergrondnieuws valt ook 'gelokaliseerd' landelijk of internationaal nieuws. Zo werd in onderzoeksfase 2 door 31,7% van de ondervraagde jongeren nationaal nieuws genoemd als aspect dat nog mist op MijnZ.

Hoewel diepgang van belang is, moet een digitale nieuwsvoorziening voor jongeren echter niet zwaarwichtig worden. Een positieve invalshoek is voor veel jongeren een voorwaarde voor daadwerkelijk gebruik, dit komt tot uitdrukking in onderliggende gebruiksmotieven als: 'ter ontspanning', 'voor de lol' en 'uit verveling'. Jongeren willen zowel qua inhoud als qua vorm echter wel serieus genomen worden, zowel qua inhoud als qua vorm. Uitleg wordt op prijs gesteld, maar kinderlijk en te populair taalgebruik is uit den boze. Er moet uitdrukkelijk een mix zijn van 'nice to know' en 'need to know'. Een resultaat dat ook in eerder Nederlands onderzoek naar voren is gekomen (Drok, 2009; Costera Meijer, 2006)

Naast bovengenoemde aspecten 'inhoud' en 'vormgeving' is interactiviteit en mogelijkheid tot participatie van belang om de jongeren te boeien en uiteindelijk te binden. Deze mogelijkheden worden zeer gewaardeerd, mits laagdrempelig en gemodereerd. Jongeren houden ervan om op een passieve manier mee te lezen met bijvoorbeeld reacties en aanvullingen van andere lezers, maar zelf hebben ze niet de behoefte actief deel te nemen aan de conversatie. Enerzijds komt dit door tijdrovende en lastige inlogprocedures, anderzijds vinden ze het niet nodig dat hun vrienden op Facebook of Twitter zien dat ze hebben gereageerd op of meegeschreven aan een artikel. Door *peers* geassocieerd worden met een lokaal medium werkt wellicht niet of onvoldoende statusbevestigend of – verhogend.

Een grote groep jongeren in Zwolle vindt MijnZ leuk, is geïnteresseerd, voldoet aan 'randvoorwaarden' voor wat betreft opleiding en band met Zwolle, maar er ontstaat nog geen sterke binding tussen MijnZ en de doelgroep. Er is tot op heden sprake van betrekkelijk weinig interactie en de communities komen nog onvoldoende van de grond. Het verwerven van een vaste plek in het volle mediamenu van een jongeren kost veel inspanning en tijd. Investeren in naamsbekendheid is een eerste, noodzakelijke stap, maar het is niet voldoende. Mediagebruik is gekoppeld aan rituelen en gewoonten en het vraagt tijd om daar als nieuw nieuwsmidium tussen te komen. MijnZ moet dus nog een plek verwerven in het dagelijkse nieuwsmenu van de jongeren in Zwolle. Dat het aantal unieke terugkerende bezoekers in het tweede jaar al relatief sterk is gestegen, is opmerkelijk en hoopgevend. En een eerste aanwijzing op weg naar een duurzame relatie. Niet alleen het verwerven van een vaste plek in het volle mediamenu van jongeren kost tijd. Ook het



experimenteren in de volle dagelijkse werkelijkheid – en niet in een laboratoriumsituatie – is lastig en tijdrovend. Het doorlopende leerproces van evalueren en aanpassen vergt een langere periode dan de twee jaren die dit project waren gegeven.

Ten slotte: Er blijkt brede belangstelling te zijn voor het project MijnZ. Het onderzoeksproject is in 2012 en 2013 gepresenteerd op diverse congressen, in binnen- en buitenland. MijnZ wordt ook internationaal als een nuttig en leerzaam project gezien voor een professie en bedrijfstak in transitie, alsook voor het daarop voorbereidende hogere beroepsonderwijs. Dat het project in september 2013 de World Young Reader Prize heeft gewonnen in de categorie Social – Local – Mobile bevestigt dat nadrukkelijk.



7. Aanbevelingen

De conclusies in dit rapport leiden tot een aantal aanbevelingen.

1. MijnZ heeft zowel Wegener/Stentor als Windesheim waardevolle en tamelijk unieke inzichten en oplossingen geboden voor het lastige vraagstuk van het kunnen bereiken, boeien en binden van jongeren met journalistieke informatie. Voor de toekomst van beide partijen, maar ook van vele andere partijen die met dit vraagstuk worstelen, is dit van vitaal belang. De eerste aanbeveling is om het project voort te zetten, om de duidelijk aanwezige potentie vollediger te benutten.
2. MijnZ zou daarom na afloop van de subsidieperiode zo moeten worden opgezet dat het na een aanloopperiode economisch rendabel moet worden. Dit betekent dat studenten en medewerkers van Wegener de strikte scheiding tussen redactie en commercie zullen moeten loslaten. Van hen zal een ondernemende houding moeten worden verlangd, die aansluit bij het gebied 'entrepreneurial journalism'. Het experimenteren met het bevorderen van een ondernemende houding binnen – of indien nodig: buiten – de context van een uitgeversconcern is voor een professie en bedrijfstak in moeilijkheden van levensbelang.
3. In de 21^e eeuw is het zo nauwkeurig mogelijk opleiden voor de vigerende praktijk niet langer toereikend. MijnZ biedt een prachtig voorbeeld voor innovatief onderwijs en onderzoek. Enkele knelpunten in de huidige opzet zouden moeten worden vermeden, zoals sterk wisselende kwaliteit van studenten(groepen), discontinuïteit in de begeleiding, en een te schoolse, aan opdrachten gebonden werkwijze. In elk geval is nodig dat studenten en redacteuren aan de MijnZ-poort worden geselecteerd op intrinsieke motivatie, verantwoordelijkheidsgevoel, publiekgerichtheid, ondernemende houding, flexibiliteit, proactiviteit, kennis en ervaring.
4. Om het feitelijke gebruik te vergroten, is het aan te bevelen om de zichtbaarheid en bekendheid van MijnZ sterk te verbeteren door te investeren in promotionele activiteiten. Hoewel het merendeel van de respondenten voorafgaand aan de focusgroepen aangaf MijnZ niet te kennen, zeiden de meesten aan het eind van het gesprek dat ze van plan waren MijnZ vaker te gaan bezoeken. Ze vinden het interessant en leuk, maar moeten wel weten dat het bestaat.
5. Daarnaast blijkt de doelgroep te breed. De wensen en behoeften van jongeren binnen een grote leeftijdsgroep van 15 tot 30 jaar zijn te uiteenlopend. De jongere middelbare scholieren enerzijds en de zich al meer settelende 25-plussers wijken het sterkst af van het gemiddelde. Het is een overweging om de doelgroep te verkleinen naar 17 tot en met 24 jaar.
6. Door de jonge leeftijd van de doelgroep en de snelle ontwikkeling van techniek, is het aannemelijk dat de wensen en behoeften van de doelgroep van MijnZ op het gebied van journalistieke inhoud en vorm



onderhevig blijft aan verandering. Daarom is het van groot belang in contact te blijven met de doelgroep, om tussentijds het gebruik en de waardering van de website te onderzoeken en te blijven experimenteren binnen kaders.

7. Voor het bevorderen van interactie – een belangrijk aspect om de band met jongeren te verstevigen – moet worden overwogen om de inlogprocedures vooraf – voor het plaatsen van een reactie, het uploaden van een foto/video of het meeschrijven aan een artikel – te vervangen door moderatie achteraf. Deze inlogprocedures blijken een te groot obstakel voor jongeren om actief te participeren.
8. Ten slotte: Wie de jeugd niet heeft, heeft geen toekomst. Wegener/de Stentor en Hogeschool Windesheim hebben de uitdrukkelijke intentie het project voort te zetten. Beide partijen zien de potentie en hebben de ambitie die te realiseren. Ook in groei van de terugkerende unieke bezoekers is de potentie van MijnZ af te lezen. Er lijken zeker mogelijkheden te zijn om jongeren te betrekken bij lokaal nieuws en de band tussen jongeren en lokale nieuwsvoorzieners aan te scherpen. Daarin zal ruimte moeten blijven voor het experiment en onderzoek. Voorkeuren van jongeren hebben niet het karakter van een uit steen gehouwen standbeeld, maar van een tuin die vraagt om voortdurend onderhoud, verwijderen van oude takken en planten van nieuwe zaden.



Referenties

- Barnhurst, K., & Wartella, E. (1991). Newspapers and citizenship: Young adults' subjective experience of newspapers. *Critical Studies in Mass Communication*, 8, 195-209.
- Barnhurst, K., & Wartella, E. (1998). Young Citizens, American tv Newscasts and the Collective Memory. *Critical Studies in Mass Communication*, 15, 279-305.
- Beyers, H. (2002). *De kr@nt van morgen, nog steeds op papier?* Leeronderzoek 'de e-krant'. Universiteit Antwerpen, pp. 1-30.
- Broersma, M. (2003). *Tegen de trend. Regionale journalistiek in een veranderende samenleving*. Apeldoorn: Wegener.
- Cauwenberge, Van, A., Beentjes, H., & d'Haenens, L. (2011). Een typologie van jonge nieuwsgebruikers in een multimediaal landschap. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 39(1), 64-78.
- Cebuco (2002). *Relatie jongeren, ouders en de krant*. Amsterdam.
- Costera Meijer, I (2006). *De toekomst van het nieuws*. Otto Cramwinckel Uitgever, Amsterdam.
- Costera Meijer, I. (2007). *Nieuws voor de communicatiegeneratie*. In Drok, N. (ed.), *De Toekomst van de Journalistiek* (131-143). Amsterdam: Boom
- Drok, N. (2011). *Bakens van betrouwbaarheid. Een onderzoek naar verschuivende journalistieke kwalificaties*. Zwolle, Windesheim.
- Drok, N., & Schwarz, F. (2009). *Jongeren, nieuwsmedia en betrokkenheid*. Zwolle/Amsterdam: Hogeschool Windesheim/Stichting krant in de klas.
- Hudders, L. (2005). *De Standaard Online: Explorerend onderzoek naar de wensen van jonge lezers*.
- Huijbers, M. (2008). *Jongeren en het gebruik van internet en gedrukte kranten als nieuwsmedia*. Ongepubliceerde scriptie, Universiteit van Tilburg.
- Huysmans, F., De Haan, F., Van den Broek, A. (2004). *Achter de schermen: Een kwart eeuw lezen, luisteren, kijken en internetten*. Auteur(s) SCP Publicatiereeks Publicatie 2004/7/Het culturele draagvlak 5.
- Lauf, E. (2001). The vanishing Young reader: Sociodemographic determinants of newspaper use as a source of political information in Europe, 1980-98. *European Journal of Communication*, 16(2), 233-243.
- Mindich, D.T.Z. (2005). *Tuned Out: Why Americans Under 40 Don't Follow the News*. Oxford University Press, New York, Oxford.
- Peiser, W. (2000). Cohort replacement and the downward trend in newspaper readership. *Newspaper Research Journal*, 21(2), 11-23.



- Picard, R. (2001). Strategic responses to free distribution dailies. *International Journal on Media Management* 3(3), 167-172.
- Putnam, R.D. (2000). *Bowling Alone: the collapse and revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Raeymaeckers, K. (2002). De stroeve relatie tussen jongeren en kranten als uitdaging voor uitgevers. *Tijdschrift voor de Communicatiewetenschap* 30(3), 212-232.
- Raeymaeckers, K. (2004). Newspaper editors in search of Young readers: content and layout strategies to win new readers. *Journalism Studies*, 5(2), 221-232.
- Sikkema, P. (2005). *Jongeren 2005. Het speelveld verandert*. Amsterdam: Qrius.
- Sikkema, P. (2007). *Jongeren 2007. Alle opties open*. Amsterdam: Qrius.
- TNS NIPO (2009). Nederlandse jongeren: in 2029 internet nieuwsbron nummer 1. *Persbericht 27 november 2009*. Amsterdam: TNS NIPO.
- Wolswinkel, H. (2008). New Paper Reading: the explaining factors of newspaper reading behavior of young adults. *Master thesis Psychology*. University of Twente.
- Zoonen, van, L. (1999). *Media, cultuur en burgerschap: een inleiding*. Amsterdam: Het Spinhuis.

Bijlagen

I. Vragenlijst online survey

Algemeen

Persoonlijke gegevens

1. Hou oud ben je?	jaar	Open vraag – getal
2. Wat is je geslacht?	Man – Vrouw	Meerkeuze – 1 optie

Gebruik

Algemeen/kranten

3. Hoe belangrijk vind je het om op de hoogte te zijn van het nieuws?	Helemaal niet belangrijk heel belangrijk	5-puntsschaal
4. Hoe vaak lees je een papieren krant?	Vaak (5 keer per week of vaker) Regelmatig (1 tot 4 keer per week) Zelden (minder dan 1 keer per week) Nooit <i>Zelden of nooit → vraag 7</i>	Meerkeuze – 1 optie
5. Wat voor soort krant lees je?	Gratis krant – Landelijke krant – Regionale krant	Meerdere opties
6. <i>Afhankelijk van antwoord(en) vraag 5:</i> a. Als je een gratis krant leest, hoe lang lees daar dan per dag in? b. Als je een landelijke krant leest, hoe lang lees daar dan per dag in? c. Als je een regionale krant leest, hoe lang lees daar dan per dag in?	Meer dan 10 minuten – Minder dan 10 minuten	Meerkeuze – 1 optie
7. Hoe vaak lees je nieuws op internet op een computer en/of laptop?	Vaak – regelmatig – zelden – nooit <i>Zelden of nooit → vraag 10</i>	Meerkeuze – 1 optie
8. Op welke website lees je het nieuws meestal op een computer en/of laptop?	Nu.nl – msn.com – geenstijl.nl – nosop3.nl – nos.nl – telegraaf.nl – volkskrant.nl – anders, namelijk.....	Meerkeuze – 1 optie
9. Als je nieuws op internet leest op een computer en/of laptop, hoe lang doe je dat dan meestal?	Meer dan 10 minuten – Minder dan 10 minuten	Meerkeuze – 1 optie
10. Hoe vaak lees je nieuws via een (app)licatie op je mobiele telefoon en/of tablet?	Vaak – regelmatig – zelden – nooit <i>Zelden of nooit → vraag 13</i>	Meerkeuze – 1 optie
11. Via welke mobiele website/applicatie lees je het nieuws meestal op je mobiele telefoon en/of tablet?		Open vraag – tekst
12. Als je nieuws via een mobiele telefoon en/of tablet leest, hoe lang doe je dat dan meestal?	Meer dan 10 minuten – Minder dan 10 minuten	Meerkeuze – 1 optie
Hoe vaak lees je nieuws via Twitter?	Vaak – regelmatig – zelden – nooit <i>Zelden of nooit → vraag 13</i>	Meerkeuze – 1 optie
Via welke bron lees je het nieuws meestal op Twitter?		Open vraag – tekst
Als je nieuws via Twitter leest, hoe lang doe je dat dan meestal?	Meer dan 10 minuten – Minder dan 10 minuten	Meerkeuze – 1 optie
13. Heb je een (proef)abonnement op een krant?	Ja – Nee	Meerkeuze – 1 optie
14. Wordt er regelmatig een krant door	Ja – Nee	Meerkeuze – 1 optie



iemand mee naar je huis genomen?		
15. Werd er vroeger bij jou thuis een krant gelezen?	Ja – Nee – Weet ik niet	Meerkeuze – 1 optie

MijnZ

16. MijnZ is een nieuwe website, speciaal voor Zwols nieuws, met onder andere video's, nieuws, foto's, agenda en een poll. Ken je MijnZ? (alleen bij TNS panel)	Ja – Nee <i>Nee → vraag 17 t/m 29</i> <i>Ja → vraag 30 t/m 58</i>	Meerkeuze – 1 optie
---	---	---------------------

Gebruik MijnZ

30. Hoe vaak kijk je op MijnZ?	Zeer vaak (dagelijks) Vaak (5 keer per week of vaker) Regelmatig (1 tot 4 keer per week) Zelden (minder dan 1 keer per week) Nooit <i>Vaak of regelmatig → vraag 32</i>	Meerkeuze – 1 optie
31. Waarom kijk je zelden of nooit op MijnZ?	 <i>→ Vraag 17 t/m 29</i>	Open vraag – tekst
32. Als je MijnZ bekijkt, hoe lang doe je dat dan?	Meer dan 10 minuten – Minder dan 10 minuten	Meerkeuze – 1 optie
33. Wat bekijk je vooral op MijnZ?	nieuws (teksten) – nieuws (video's) – reacties – poll – agenda – anders, namelijk....	Meerdere opties
34. Ik kijk op MijnZ :	uit nieuwsgierigheid – voor de lol – om op de hoogte te blijven – ter ontspanning – om een gespreksonderwerp te hebben – uit gewoonte – uit verveling – omdat ik vind dat het moet – anders, namelijk....	1 ^e keus, 2 ^e keus

35. In welke mate ben je het oneens of eens met de volgende stellingen? (alleen in onderzoeksfase 1)

a. Als MijnZ een mobiele website had, zou ik vaker naar de website gaan	helemaal mee oneens...helemaal mee eens	5-puntsschaal
b. Als MijnZ een applicatie voor een mobiele telefoon had, zou ik vaker naar de website gaan		
c. Als ik op MijnZ met andere mensen online contact zou kunnen hebben, zou ik vaker op MijnZ kijken		
d. Als ik meer tijd had, zou ik vaker op MijnZ kijken		

Gebruik MijnZ door anderen

36. Ken je andere mensen die MijnZ wel eens bekijken?	Ja – nee <i>Nee → vraag 38</i>	Meerkeuze – 1 optie
37. Wie bekijkt MijnZ wel eens?	Vrienden/vriendinnen – (stief)ouders – zussen/broers – klasgenoten – overig, namelijk....	Meerdere opties

Gebruiksgemak

Gebruiksgemak MijnZ

38. In welke mate ben je het oneens of eens met de volgende stellingen?

a. De website van MijnZ is goed bereikbaar	helemaal mee oneens...helemaal mee eens	5-puntsschaal
b. De video's op MijnZ werken goed		



c. Ik begrijp wat er op MijnZ wordt geschreven		
d. MijnZ is overzichtelijk		
e. De links op MijnZ werken soms onvoldoende*		
f. MijnZ heeft onvoldoende mogelijkheden voor contact*		
g. MijnZ maakt voldoende gebruik van sociale media		
h. Het taalgebruik op MijnZ is goed		
i. Ik moet teveel scrollen op MijnZ		

Items met een * zijn negatief gesteld

Betrokkenheid

Bij MijnZ

39. Hoe vaak heb je deze dingen de afgelopen 12 maanden gedaan?

a. Een reactie geschreven op een bericht op MijnZ	Regelmatig (meerdere keren per jaar) Soms (1 keer per jaar of minder) Nooit	Meerkeuze – 1 optie
b. Meegedaan aan de poll op MijnZ		
c. Contact opgenomen met de mensen die voor MijnZ werken (bijv. per telefoon, e-mail, facebook)		
d. Een tweet van MijnZ geretweet		
e. Via Facebook en/of Hyves gereageerd op MijnZ (bijv. geliked, een bericht achtergelaten)		
f. Een onderwerp aangedragen voor MijnZ		
g. Andere mensen verteld over (een artikel op) MijnZ		
h. Meegeschreven met een artikel op MijnZ		
i. Een foto of video geüpload op MijnZ		
j. Iets anders met betrekking tot MijnZ, namelijk....		

Bij de maatschappij

40. Hoe vaak heb je deze dingen de afgelopen 12 maanden gedaan?

a. Geld gegeven aan een goed doel of vrijwilligersorganisatie	Vaak (1x per maand of vaker) Regelmatig (meerdere keren per jaar) Soms (1 keer per jaar of minder) Nooit	Meerkeuze – 1 optie
b. Vrijwilligerswerk gedaan voor een goed doel, vrijwilligersorganisatie of vereniging		
c. Een buurtbewoner geholpen		
d. Geïnterviewd (bijv. meegelopen in een demonstratie en/of een petitie getekend)		
e. Politiek actief geweest (bijv. studenten raadslid, deelname aan een debat)		
f. Je mening gegeven over een maatschappelijke, politieke of religieuze		



kwestie (online, per brief, en/of mondeling)		
g. Een e-mail doorgestuurd over een zaak of kwestie waarbij je je betrokken voelde		
h. Een online forum bezocht over kwesties waarop je commentaar kunt geven		
i. Iets bewust bij een bedrijf gekocht of juist niet vanwege de waarden en normen van dat bedrijf		

41. In welke mate ben je het oneens of eens met de volgende stellingen?

a. Ik ben geïnteresseerd in andere mensen	helemaal mee oneens – helemaal mee eens	5-puntsschaal
b. Ik heb een band met de Zwolse samenleving		

42. Heb je gestemd bij de laatste verkiezingen die er zijn gehouden?	Ja – Nee – Weet ik niet meer – Ik mag nog niet stemmen	Meerkeuze – 1 optie
---	--	---------------------

Waardering

Gebruiksplezier MijnZ

43. In welke mate ben je het oneens of eens met de volgende stellingen?

a. Ik vind MijnZ leuk	helemaal mee oneens...helemaal mee eens	5-puntsschaal
b. De onderwerpen op MijnZ vind ik interessant		
c. Ik vind de verhalen op MijnZ saai*		
d. Ik kan me inleven in de verhalen op MijnZ		
e. Er is te weinig afwisseling in onderwerpen op MijnZ*		
f. MijnZ maakt genoeg gebruik van foto's		
g. De onderwerpen op MijnZ hebben betrekking op mij		
h. MijnZ maakt onvoldoende gebruik van video's*		
i. Ik vind MijnZ prettig om te gebruiken		
j. Er is onvoldoende afwisseling in hoe het nieuws verteld wordt op MijnZ*		
k. Ik vind MijnZ er mooi uitzien		
l. MijnZ is op jongeren gericht		

Items met een * zijn negatief gesteld

Inhoud MijnZ

44. In welke mate ben je het oneens of eens met de volgende stellingen?

a. MijnZ heeft een goede combinatie tussen informatie en amusement	helemaal mee oneens...helemaal mee eens	5-puntsschaal
b. De informatie op MijnZ is onbetrouwbaar*		
c. De informatie op MijnZ kan ik gebruiken in gesprekken met anderen		



d. Door de informatie op MijnZ neemt mijn algemene kennis toe		
e. De informatie op MijnZ is up-to-date		
f. De foto's die MijnZ gebruikt, passen goed bij de berichten		
g. De berichten op MijnZ zijn origineel		
h. De berichten op MijnZ zijn precies lang genoeg		
i. MijnZ weet wat er in Zwolle speelt		

Items met een * zijn negatief gesteld

45. Wat mis je nog op MijnZ?	achtergrondverhalen – columns – buitenlands nieuws – roddels – nationaal nieuws – niets – anders, namelijk....	Meerdere opties
46. Wat zou je willen veranderen aan MijnZ?		Open vraag – tekst
47. Wat voor rapportcijfer geef je MijnZ?	1– 2– 3– 4– 5– 6– 7– 8– 9–10	Meerkeuze – 1 optie

Vervolg persoonlijke gegevens

48. Wat is je leer- en/of werksituatie?	Ik ga naar school/ben student – ik heb een (betaalde of onbetaalde) baan – ik ben werkloos/werkzoekend – ik studeer/ga naar school en heb een betaalde baan – anders, namelijk... <i>werkend → vraag 50</i>	Meerkeuze – 1 optie
49. Op welke school zit je?	Deltion – Landstede – Windesheim – Artez – Cibap – Middelbare school, namelijk... – Anders, namelijk....	Meerkeuze – 1 optie
Naar welke middelbare school ga je	Carolus Clusius College – Thomas a Kempis College – Gymnasium Ceeleum – Meander College – Van der Capellen Scholengemeenschap – Greijdanus College – Thorbecke Scholengemeenschap – Anders, namelijk.....	Meerkeuze – 1 optie
50. Wat is je hoogst genoten (met een diploma afgeronde) opleidingsniveau	Basisschool – Lbo/vmbo – Mavo – Mbo – Havo/vwo – Hbo – Universiteit/post-doctoraal	Meerkeuze – 1 optie
51. Wat is het opleidingsniveau van je moeder?	Basisschool – Lbo/vmbo – Mavo – Mbo – Havo/vwo – Hbo – Universiteit/post-doctoraal – weet ik niet	Meerkeuze – 1 optie
52. Wat is het opleidingsniveau van je vader?	Basisschool – Lbo/vmbo – Mavo – Mbo – Havo/vwo – Hbo – Universiteit/post-doctoraal – weet ik niet	Meerkeuze – 1 optie
53. Wat is je woonsituatie?	Bij (één van) mijn ouders – alleenstaand – alleenstaand met huisgenoten – alleenstaand met kind(eren) – samenwonend zonder kind(eren) – samenwonend met kind(eren) – Anders, namelijk.....	Meerkeuze – 1 optie
54. In welke plaats woon je?		Open vraag – tekst
55. Zou je willen betalen voor het nieuws van MijnZ? In onderzoeksfase twee gesplitst in categorieën zoals Zwols nieuws, sport, agenda en Nederlands nieuws	Ja – nee	Meerkeuze – 1 optie



56. Wat is je e-mailadres?		Open vraag - tekst
57. Wat is je postcode + huisnummer?		Open vraag - tekst
58. Wat is je telefoonnummer?		Open vraag - getal

VRAAG 56, 57 en 58 ZIJN NIET VERPLICHT

Bedankt dat je hebt meegedaan aan het onderzoek!

NB 1: In deze bijlage zijn een aantal vragen weggelaten omdat deze dubbel in de vragenlijst stonden (i.v.m. routing afhankelijk van gegeven antwoorden). Daarom is de nummering niet overal correct in deze bijlage.

NB 2: De (tekstuele) aanvullingen die in het **blauw** zijn gedaan, gelden alleen voor de vragenlijst in onderzoeksfase twee.



II. Topiclijst focusgroepen

- Korte introductie
- Eigen nieuwsgedrag (vragenlijst)
- Bekendheid en gebruik MijnZ
- Achter computers --> 10/15 minuten kijken/lezen/klikken
- Wat hebben ze bekeken
- Waardering MijnZ
 - Onderwerpen (nieuws; sport; regio)
 - Taalgebruik
 - Soorten verhalen (lengte; achtergrond/interview/kort nieuwsbericht)
 - Beeldgebruik (foto's/video's)
 - Vormgeving
 - Toegankelijkheid (meeschrijven; foto's uploaden; statistieken) *(alleen onderzoeksfase 2)*
 - Vindbaarheid van dingen
- Uitdelen VVV-bonnen
- Afsluiting

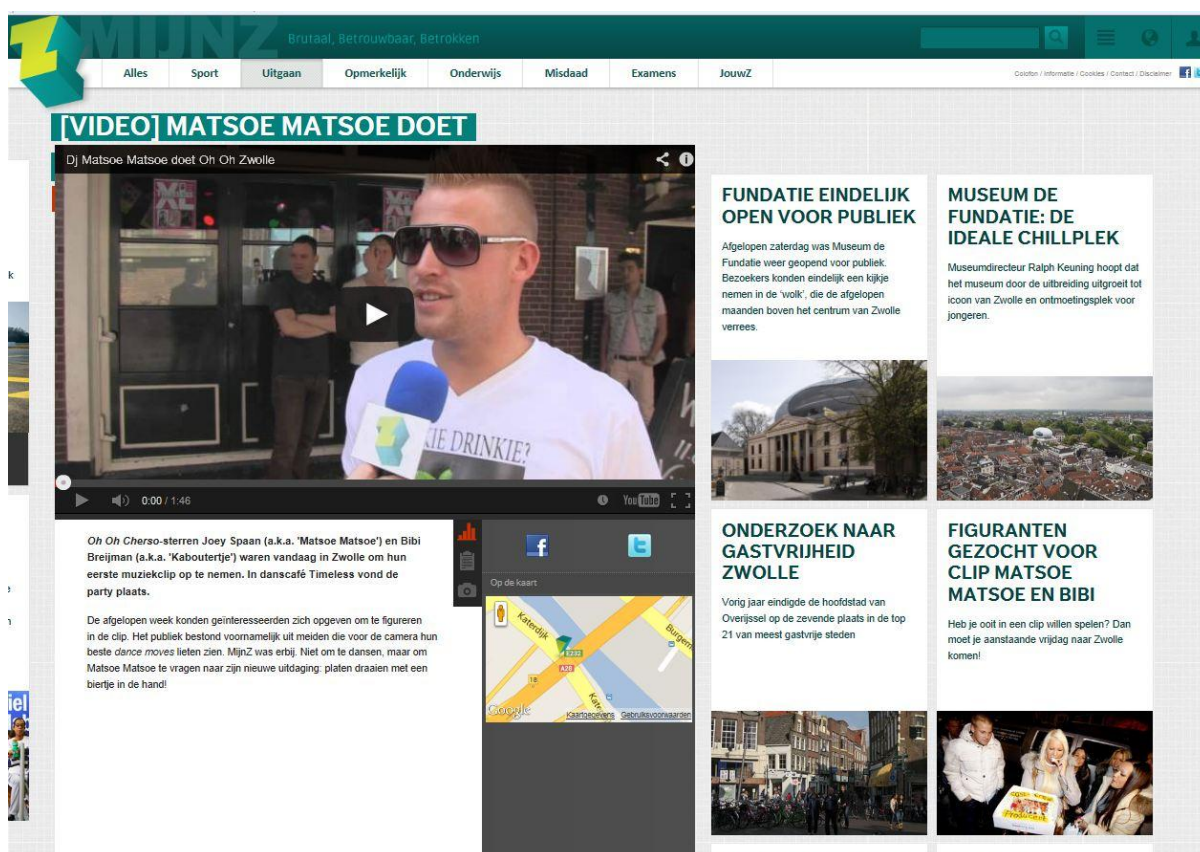


III. Screenshots MijnZ.nl

Eerste fase



Tweede fase



MijnZ; een experiment om de band tussen lokale journalistiek en jongeren te verstevigen

IV. Resultaten pop-up tweede onderzoeksfase

De vragenlijst heeft voor onderzoeksfase 2 alleen online gestaan als pop-up op de website MijnZ.

Verondersteld kan dus worden dat alle respondenten bekend zijn met de website. In totaal hebben uiteindelijk 90 respondenten die binnen de doelgroep vallen de vragenlijst ingevuld. Respondenten jonger dan 15 jaar en ouder dan 29 jaar zijn buiten beschouwing gelaten, aangezien zij niet binnen de doelgroep van MijnZ vallen. Niet alle 90 respondenten hebben alle vragen beantwoord.

6.1. Wie zijn de gebruikers van MijnZ?

Aan de respondenten is gevraagd hoe vaak ze MijnZ bezoeken op een schaal van 1 (nooit) tot en met 5 (zeer vaak; dagelijks).

7,9% van de respondenten ($N=7$) bekijkt de website van MijnZ zeer vaak (dagelijks). 13,5% ($N=12$) bekijkt de website vaak (2x per week of vaker). 28,1% ($N=25$) bekijkt de website regelmatig (2 tot 7x per maand), 22,5% ($N=20$) bekijkt de website zelden (minder dan 2x per maand) en 28,1% ($N=25$) bekijkt de website nooit. De categorieën 'zeer vaak', 'vaak' en 'regelmatig' zijn samengevoegd. Dit zijn de 'gebruikers' van MijnZ. De categorieën 'zelden' en 'nooit' zijn ook samengevoegd. Dit zijn de 'niet-gebruikers' van MijnZ. In totaal zijn er dus 44 respondenten (49,4%) die 'gebruiker' zijn en 45 respondenten (50,6%) zijn 'niet-gebruiker'.

Allereerst worden de achtergrondkenmerken van de respondenten besproken (paragraaf 6.1.1.), gevolgd door de maatschappelijke betrokkenheid (paragraaf 6.1.2.) en het nieuwsmenu (paragraaf 6.1.3.).

6.1.1. Achtergrondkenmerken

De achtergrondkenmerken waar naar gevraagd is zijn geslacht, leeftijd, leer-werksituatie, opleidingsniveau, opleidingsinstituut, sociale klasse en woonplaats.

Geslacht

Van de respondenten die hebben deelgenomen aan de vragenlijst is 46,7% man ($N=42$) en 53,3% vrouw ($N=48$). De gebruikers en de niet-gebruikers verschillen niet significant van elkaar wat betreft geslacht⁹.

Leeftijd

De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 22 jaar. De twee jongste respondenten zijn 16 jaar, de twee oudste respondenten zijn 29 jaar. De respondenten zijn onderverdeeld in drie leeftijdscategorieën: van 15 t/m 19 jaar ($N=19$; 21,1%), van 20 t/m 24 jaar ($N=53$; 58,9%) en van 25 t/m 29 jaar ($N=18$; 20%). De gebruikers en de niet-gebruikers van MijnZ verschillen ook niet significant van elkaar wat betreft leeftijd¹⁰.

Leer-werksituatie

Van de respondenten is 47,4% ($N=37$) student of scholier. 26,9% ($N=21$) is student/scholier en heeft daarnaast een betaalde baan. 17,9% heeft een betaalde/onbetaalde baan ($N=14$), 4 respondenten (5,1%) zijn werkloos of

⁹ $\chi^2(df1)=8.20, p=.004$

¹⁰ $\chi^2(df2)=3.14, p=.21$



werkzoekend. Verder heeft 1 iemand aangegeven vrijwilliger te zijn en geeft 1 iemand aan een thuisstudie te doen en daarnaast werkzoekend te zijn. Wat betreft leer-werksituatie zijn geen significante verschillen gevonden tussen gebruikers en niet-gebruikers van MijnZ¹¹.

Welke school

Aan de respondenten die hebben aangegeven een opleiding te volgen, eventueel in combinatie met werk ($N=58$) is gevraagd aan welke onderwijsinstelling ze deze opleiding volgen. De overgrote meerderheid studeert aan Windesheim ($N=38$, 65,5%), gevolgd door een van de middelbare scholen in Zwolle ($N=6$; 10,3%) en de Gereformeerde hogeschool ($N=5$; 8,6%). 2 respondenten studeren aan Landstede (3,4%) en 7 elders (12,1%). Er is geen verschil tussen gebruikers en niet-gebruikers wat betreft de onderwijsinstelling¹² waar ze hun opleiding volgen.

Opleidingsniveau

De vragen betreffende de hoogst afgeronde opleiding is weer samengevoegd met de vraag over de huidige leer-/werksituatie van de respondent in combinatie met de school waar hij/zij eventueel naar toe gaat. Voor sommige respondenten kon niet het exacte opleidingsniveau vastgesteld worden aangezien ze hebben aangegeven naar een middelbare school te gaan waarbij verschillende opleidingsniveaus worden aangeboden (van VMBO t/m VWO). Deze respondenten zijn voor deze vraag buiten beschouwing gelaten. Het 'samengestelde' opleidingsniveau is vervolgens onderverdeeld in drie categorieën: laagopgeleid (basisschool + vmbo/mavo), middelbaar opgeleid (havo/vwo + mbo) en hoogopgeleid (hbo + universiteit). Geen van de respondenten blijkt laagopgeleid te zijn. 15 respondenten (20,8%) zijn middelbaar opgeleid en 57 respondenten zijn hoogopgeleid (79,2%). Aangezien al bleek dat de grote meerderheid (65,5%) van de respondenten aan Windesheim studeert, verklaart dit naar alle waarschijnlijkheid (deels) het grote aandeel van hoogopgeleide respondenten. Er is geen verschil in opleidingsniveau tussen gebruikers en niet-gebruikers van MijnZ¹³.

Sociale klasse

De sociale klasse is het gemiddelde opleidingsniveau van de ouders van de respondenten. Hierbij is laagopgeleid 1, middelbaar opgeleid 2 en hoogopgeleid 3. Van de respondenten komen 8 uit een lage sociale klasse (10,4%), 41 uit een middelbare sociale klasse (53,2%) en 28 uit een hoge sociale klasse (36,4%). Ook wat betreft de sociale klasse verschillen de gebruikers en de niet-gebruikers niet significant van elkaar¹⁴.

Woonplaats

De woonplaatsen die in de vragenlijsten genoemd zijn, zijn onverdeeld in verschillende gebieden. De meeste respondenten wonen in Zwolle ($N=33$; 37%), gevolgd door elders in Overijssel ($N=7$; 12,1%), Drenthe ($N=4$; 6,9%) en Gelderland ($N=4$; 6,9%). 3 respondenten wonen in Friesland (5,2%), 2 in Utrecht (3,4%). De overige

¹¹ $\chi^2(df4)=1.00$, $p=.91$

¹² $\chi^2(df7)=13.14$, $p=.07$

¹³ $\chi^2(df1)=.03$, $p=.87$

¹⁴ $\chi^2(df2)=10.20$, $p=.01$



respondenten wonen elders. Deze woonplaatsen zijn verder onderverdeeld in 'Zwolle', 'Elders in Overijssel' en 'Overig'. Qua woonplaats verschillen de gebruikers en de niet-gebruikers van Mijn niet significant van elkaar¹⁵.

6.1.2. Maatschappelijke betrokkenheid

Naar de maatschappelijke betrokkenheid van de respondenten is gevraagd door middel van drie onderdelen: de maatschappelijke activiteiten die de respondenten het afgelopen jaar hebben ondernomen, de interesse in andere mensen, de band met de Zwolse samenleving en het stemgedrag. Resultaten laten zien dat gebruikers van MijnZ meer maatschappelijke activiteiten verrichten en een sterkere band met Zwolle hebben dan niet-gebruikers van MijnZ. Er is geen verschil gevonden tussen gebruikers en niet-gebruikers wat betreft interesse in andere mensen en stemgedrag.

Maatschappelijke activiteiten

De respondenten konden de vraag 'Hoe vaak heb je onderstaande activiteiten de afgelopen 12 maanden gedaan?' beantwoorden op een schaal van 1 tot en met 4, waarbij 1 staat voor 'vaak' (1 keer per maand of vaker), 2 staat voor 'regelmatig' (meerdere keren per jaar), 3 staat voor 'soms' (1x per jaar of minder) en 4 staat voor 'nooit'. Deze vraag konden ze voor 9 activiteiten beantwoorden. Achteraf zijn de scores omgecodeerd, dus hoe hoger de score hoe vaker de activiteit en hoe maatschappelijker betrokken.

Het minst vaak actief zijn de respondenten geweest op politiek gebied ($M=1.48^{16}$). Het meest zijn de respondenten actief geweest met vrijwilligerswerk ($M=2.71^{17}$). Als de verschillen tussen de gebruikers en de niet-gebruikers bekeken worden, blijkt dat de gebruikers op 5 van de 9 activiteiten significant hoger scoren dan de niet-gebruikers¹⁸ (zie Figuur 6.1. op de volgende pagina).

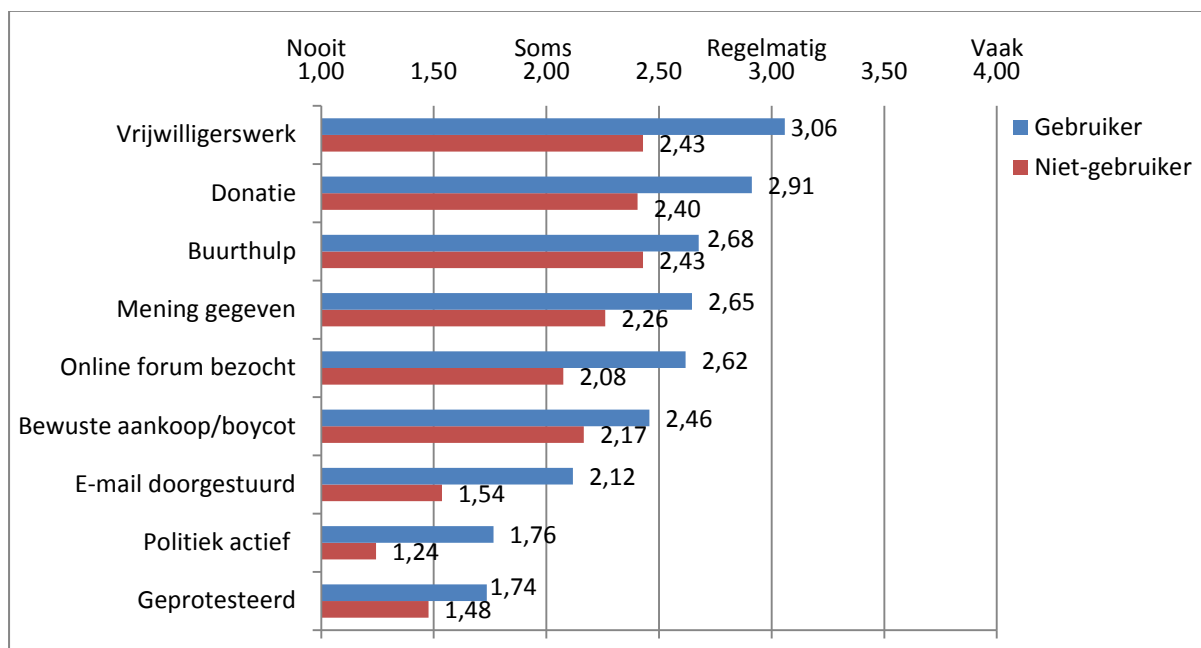
¹⁵ $\chi^2(df2)=4.00, p=.14$

¹⁶ $SD=.91$

¹⁷ $SD=1.15$

¹⁸ Donatie: $F(1,75)=5.04, p=.03$; Vrijwilligerswerk: $F(1,75)=5.99, p=.02$; Buurtbewoner geholpen: $F(1,75)=1.48, p=.23$ (niet significant); Geptesteerd: $F(1,75)=1.83, p=.18$ (niet significant); Politiek actief geweest: $F(1,74)=6.61, p=.01$; Mening gegeven: $F(1,75)=2.20, p=.14$ (niet significant); E-mail doorgestuurd: $F(1,74)=7.94, p=.01$; Online forum bezocht: $F(1,73)=4.03, p=.05$; Bewuste aankoop/boycot: $F(1,76)=1.16, p=.29$, (niet significant)



Figuur 6.1. Maatschappelijke activiteit per stelling (gebruiker vs. Niet-gebruiker MijnZ)

Interesse in andere mensen

De gemiddelde interesse in andere mensen is $M=3.99^{19}$. De stelling 'ik ben geïnteresseerd in andere mensen' konden de respondenten beantwoorden op een schaal van 1 (helemaal mee oneens) tot en met 5 (helemaal mee eens). Er is geen verschil in de interesse in andere mensen tussen de gebruikers ($M=4.12^{20}$) en de niet-gebruikers ($M=3.88^{21}$) van MijnZ²².

Band Zwolse samenleving

De gemiddelde band met de Zwolse samenleving is $M=3.07^{23}$. De stelling 'ik heb een band met de Zwolse samenleving' konden de respondenten beantwoorden op een schaal van 1 (helemaal mee oneens) tot en met 5 (helemaal mee eens). Er is een significant verschil tussen de gebruikers en niet-gebruikers wat betreft de band met de Zwolse samenleving²⁴. De gebruikers hebben een sterkere band met de Zwolse samenleving ($M=3.45^{25}$) dan de niet-gebruikers ($M=2.76^{26}$).

Gestemd laatste verkiezingen

De meeste respondenten ($N=68$; 87,2%) hebben gestemd bij de laatste verkiezingen die zijn gehouden (Tweede Kamer verkiezingen). 3 respondenten hebben niet gestemd (3,8%), 7 respondenten mochten toen

¹⁹ $SD=1.12$

²⁰ $SD=.96$

²¹ $SD=1.23$

²² $F(1,74)=.85, p=.36$

²³ $SD=1.15$

²⁴ $F(1,73)=7.32, p=.01$

²⁵ $SD=1.00$

²⁶ $SD=1.18$



nog niet stemmen (9%). Er zijn geen significante verschillen gevonden tussen de gebruikers en de niet-gebruikers van MijnZ wat betreft het stemmen tijdens de laatste verkiezingen²⁷.

6.1.3. Nieuwsmenu

Om te bepalen hoe het algemene nieuwsgebruik, en het nieuwsmenu van jongeren eruit ziet is gekeken naar interesse in het nieuws, de frequentie en de duur van het gebruik van diverse media. Er blijken geen significante verschillen te zijn tussen het nieuwsmenu van jongeren die MijnZ wel of niet gebruiken.

Interesse in nieuws

De respondenten vinden het over het algemeen belangrijk om op de hoogte te zijn van het nieuws ($M=4.30^{28}$). Ze konden de vraag 'hoe belangrijk vind je het om op de hoogte te zijn van het nieuws?' beantwoorden op een schaal van 1 (helemaal niet belangrijk) tot en met 5 (heel belangrijk). De gebruikers van MijnZ vinden het belangrijker om op de hoogte te zijn van het nieuws ($M=4.58^{29}$) dan de niet-gebruikers ($M=4.09^{30}$). Het verschil is significant³¹.

Frequentie gebruik media

Alle respondenten hebben per medium aangegeven hoe vaak ze via diverse media (krant; Internet; Twitter; mobiele telefoon) het nieuws volgen. In Tabel 6.1. de resultaten.

Tabel 6.1. Frequentie gebruik diverse media

Medium	Vaak	Regelmatig	Zelden	Nooit	N
Papieren krant	22.2%	43.3%	23.3%	11.1%	90
Internet	77.8%	17.8%	4.40%	0.00%	90
Twitter	32.6%	29.2%	18.0%	20.2%	89
Applicatie op mobiele telefoon en/of tablet	46.1%	22.5%	13.5%	18.0%	89

MijnZ gebruikers maken vaker gebruik van de papieren krant, van internet, van Twitter en van applicaties voor het volgen van nieuws (zie Figuur 6.2. op de volgende pagina). Deze verschillen zijn niet statistisch significant³².

²⁷ $\chi^2(df2)=6.38, p=.04$

²⁸ $SD=.71$

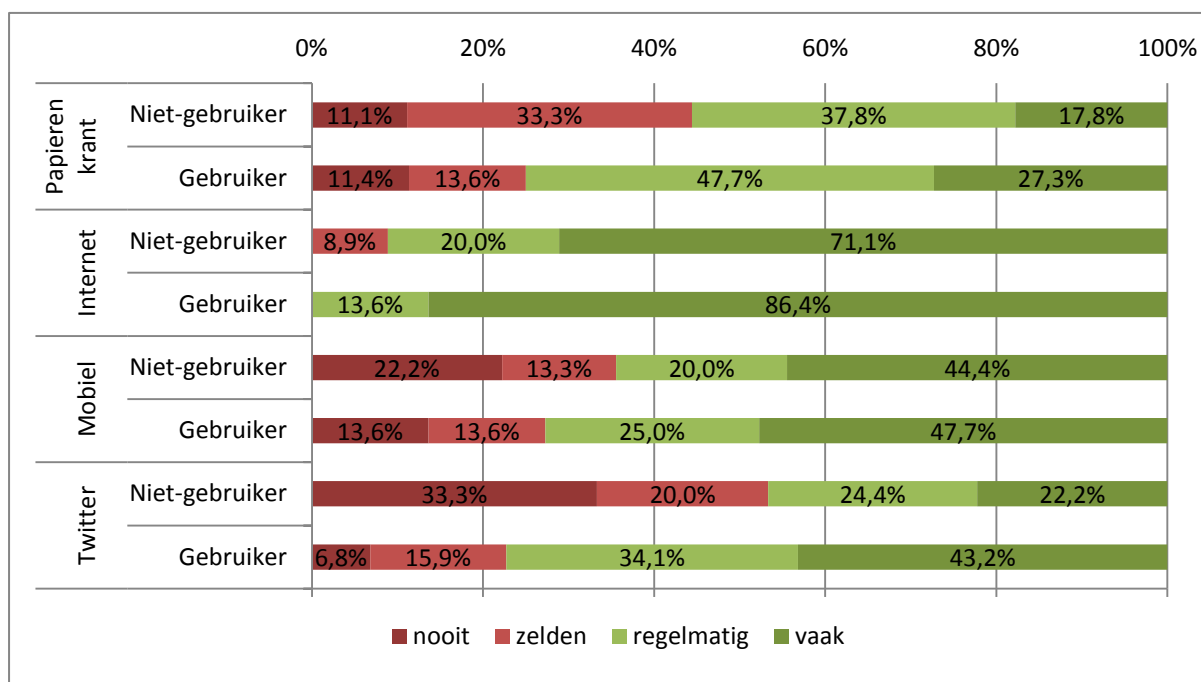
²⁹ $SD=.50$

³⁰ $SD=.77$

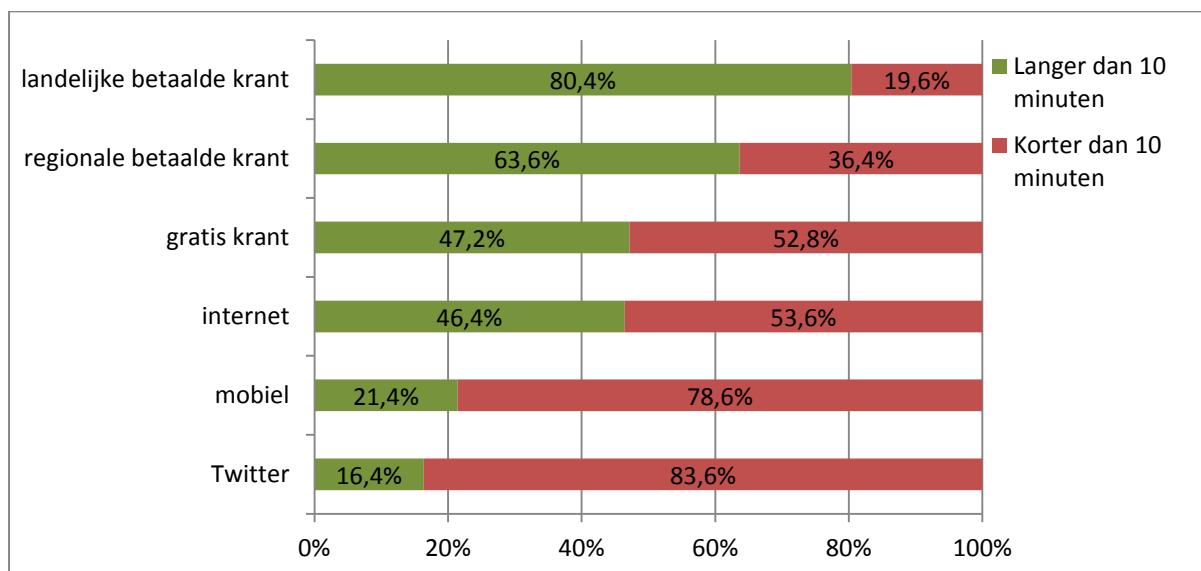
³¹ $F(1,81)=11.13; p=.00$

³² Papieren krant: $\chi^2(df3)=5.07, p=.17$; niet significant; Internet: $\chi^2(df3)=5.10, p=.08$; niet significant; Mobiel: $\chi^2(df3)=1.21, p=.75$; niet significant; Twitter: $\chi^2(df3)=11.65, p=.01$; niet significant



Figuur 6.2. Gebruik diverse media (gebruik vs. niet-gebruiker MijnZ)**Duur gebruik diverse media**

Aan de respondenten die hebben aangegeven het nieuws vaak of regelmatig te lezen via een bepaald medium, is gevraagd hoe lang ze dat doen (zie Figuur 6.3.). Er is geen verschil tussen de gebruikers en de niet-gebruikers in de duur van het gebruik van de diverse media.

Figuur 6.3. Duur gebruik diverse media

Dus hoewel ze de papier krant het minst vaak lezen, lezen ze er wel het langst in.

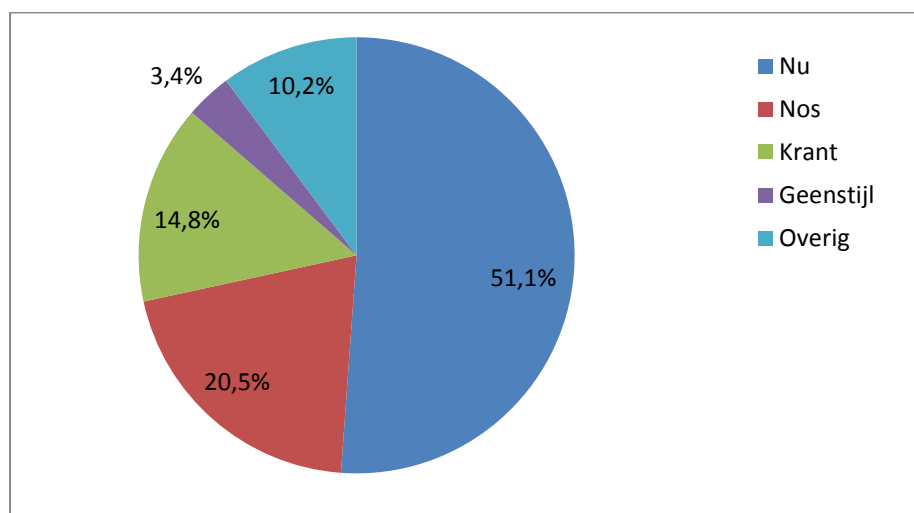
Gebruik papieren krant

Aan de 59 respondenten die hebben aangegeven regelmatig of vaak een krant te lezen is gevraagd wat voor soort krant dat is. Hierbij konden ze meerdere antwoorden geven. Van deze 59 respondenten leest 89,8% ($N=53$) een gratis landelijke/regionale krant, 84,7% ($N=50$) leest een landelijke betaalde krant en 74,6% ($N=44$) leest een regionale betaalde krant.

Gebruik internet

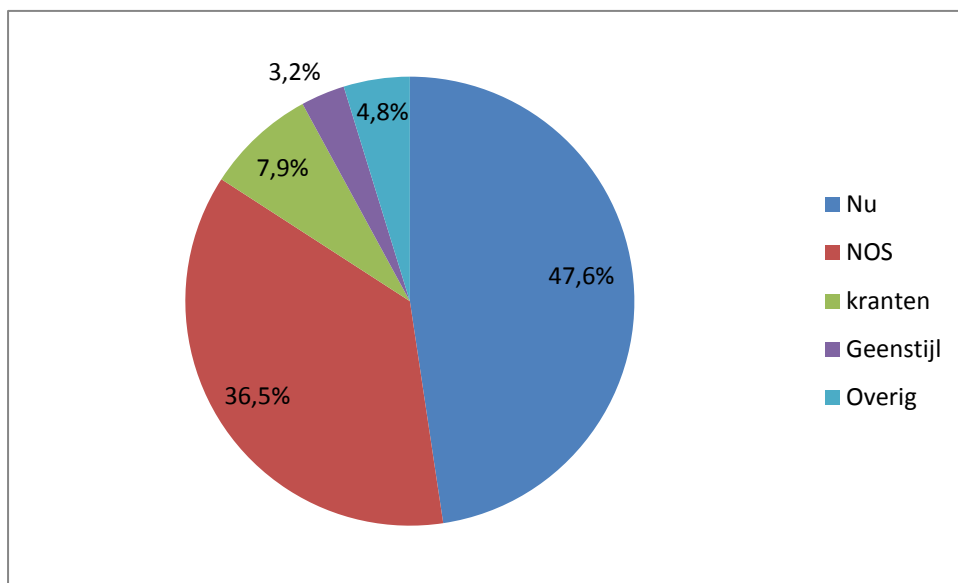
Aan de jongeren die aangegeven hadden vaak of regelmatig het nieuws via internet te lezen ($N=86$), is gevraagd op welke website ze dit doen. Hierbij zijn de diverse online kranten die ook een papieren versie uitgeven, samengevoegd (zie Figuur 6.4.). Nu.nl wordt veruit het meest geraadpleegd, namelijk door 51,1% van de respondenten. 20,5% van de respondenten gebruikt (één van) de NOS website(s) zoals NOS teletekst, nos.nl of nosop3.nl. Verder gebruikt 14,8% van de respondenten de digitale versie van een krant en 3,4% gebruikt geenstijl.nl.

Figuur 6.4. Gebruik website voor het lezen van nieuws



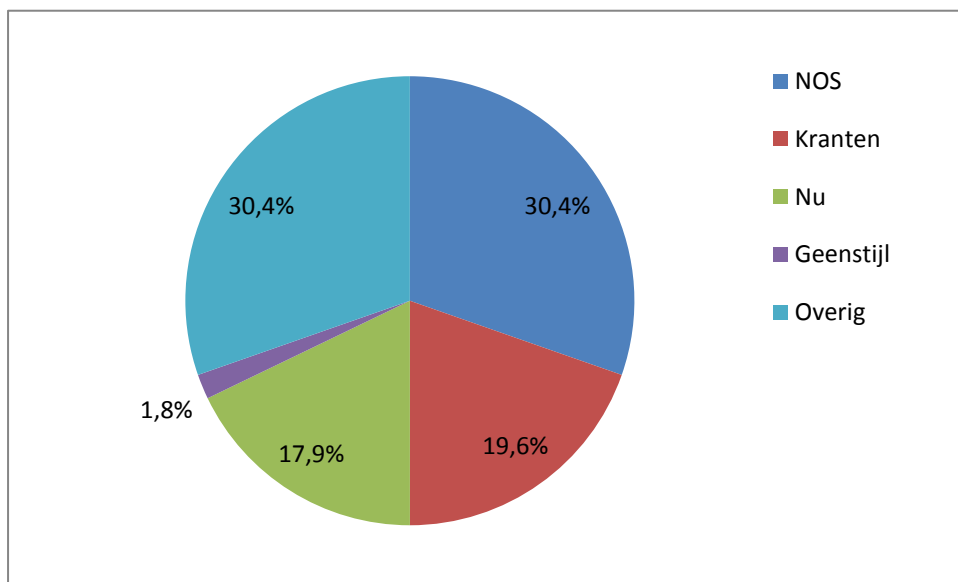
Gebruik mobiele telefoon/tablet

De jongeren die vaak of regelmatig het nieuws volgen op een mobiele telefoon en/of tablet ($N=61$), is de vraag voorgelegd via welke applicatie/mobiele website ze dit doen. Ook hier zijn de diverse online kranten die ook een papieren versie uitgeven, samengevoegd. Ook via de mobiele telefoon/tablet wordt Nu.nl het meest geraadpleegd door de jongeren (47,6%), gevolgd door één van de applicaties van de NOS (36,5%) en de mobiele versie van een krant (7,9%). Dit is terug te zien in Figuur 6.5 op de volgende pagina.

Figuur 6.5. Gebruik mobiele website/applicatie voor het lezen van nieuws**Gebruik Twitter**

Door 61,8% van de respondenten ($N=55$) wordt ook Twitter vaak of regelmatig gebruikt als nieuwsbron. Van deze respondenten gebruikt 30,4% het Twitteraccount van de NOS, 19,6% gebruikt het Twitteraccount van één van de kranten die ook op papier uitgeeft. 17,9% gebruikt Nu en 1,8% gebruikt Geenstijl (zie Figuur 6.6.).

Onder overig werd onder andere genoemd 'persoonlijke twitteraars', 'retweets', 'redacteuren van verschillende websites/kranten' en 'opinieleiders'.

Figuur 6.6. Gebruik Twitter voor het lezen van nieuws

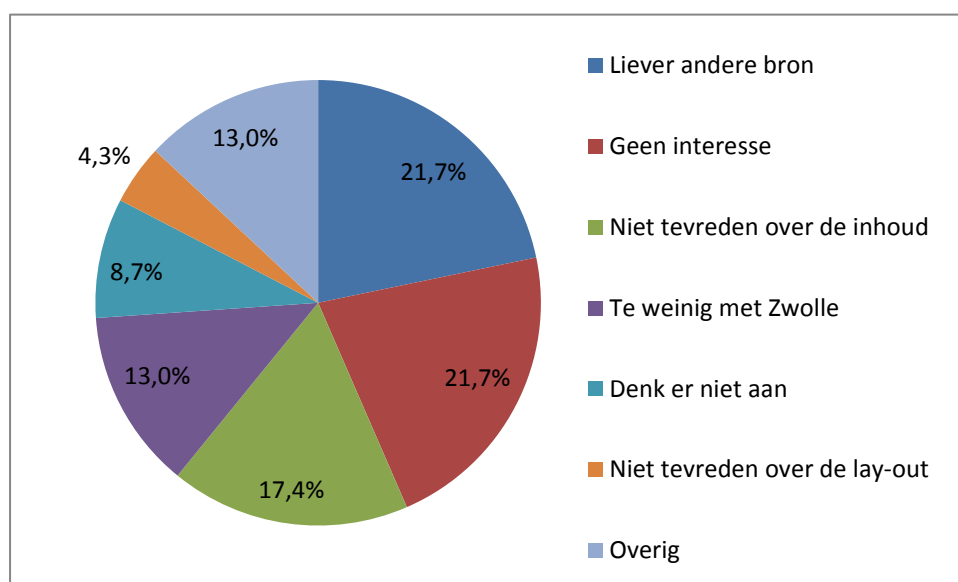
6.2. Aangedragen verbeteringen MijnZ

Ook in onderzoeksfase twee is gevraagd naar mogelijke verbeterpunten van MijnZ. In paragraaf 6.2.1. worden de redenen van niet-gebruikers besproken, in paragraaf 6.2.2. wat er nog gemist wordt op MijnZ en in paragraaf 6.2.3. wat er veranderd zou moeten worden op MijnZ.

6.2.1. Reden niet-gebruikers

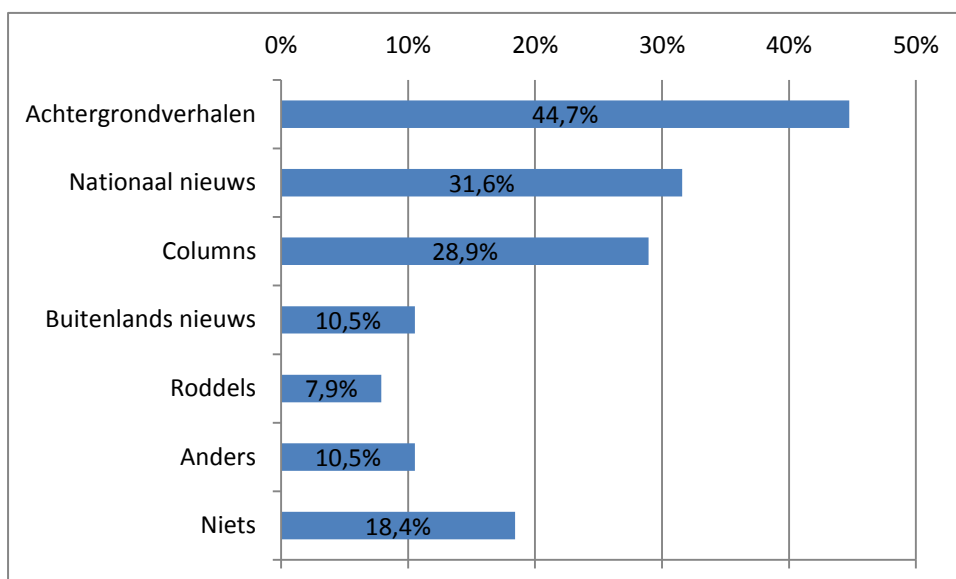
Aan de respondenten die hebben aangegeven MijnZ zelden of nooit te bezoeken ($N=45$) is met een open vraag gevraagd waarom ze dat niet doen. De verschillende antwoorden die zijn genoemd, zijn onderverdeeld in een aantal categorieën. Een grote groep (56,6%) heeft aangegeven (relatief) onbekend te zijn met de website. Omdat zij daarom onvoldoende antwoord kunnen geven op de vraag, is deze groep buiten beschouwing gelaten. De meest gekozen reden is dat ze liever een andere bron gebruiken (21,7%), geen interesse hebben (21,7%) of niet tevreden zijn over de inhoud (17,39%). Dit is terug te zien in Figuur 6.17.

Figuur 6.17. Reden voor zelden of nooit gebruik MijnZ ($N=23$)

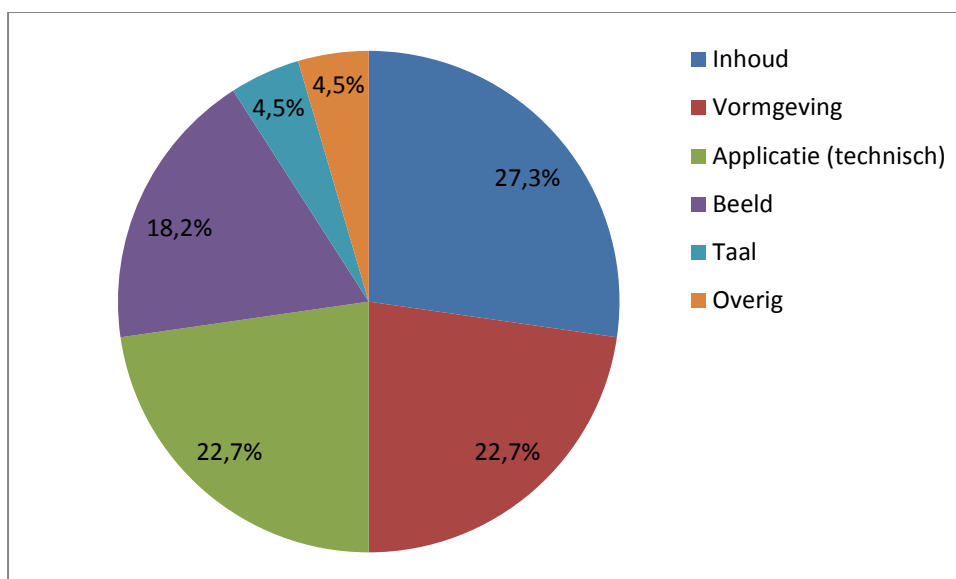


6.2.2. Wat mis je nog op MijnZ

Aan de gebruikers van de website is gevraagd wat ze nog missen op de website. Ze konden hierbij voor meerdere antwoorden kiezen. Achtergrondverhalen worden het meest gemist op de website (44,7%), gevolgd door nationaal nieuws (31,6%) en columns (28,9%). 18,4% van de respondenten mist niets. Bij 'anders' is geantwoord 'meer regionaal nieuws', 'iets meer diepgang', 'fatsoenlijke video's', 'politiek nieuws uit Zwolle vertaald naar de doelgroep', 'video's die voldoen aan de norm van de opleiding', en 'meer fun' (zie Figuur 6.18. op de volgende pagina).

Figuur 6.18. Wat mis je nog op MijnZ (N=44)**6.2.3. Wat zou je willen veranderen?**

Met behulp van een open vraag is aan de gebruikers van MijnZ gevraagd wat ze nog zouden willen veranderen. De antwoorden die gegeven zijn, zijn achteraf gecategoriseerd. In Figuur 6.19. is te zien wat er nog veranderd zou mogen worden van de gebruikers.

Figuur 6.19. Wat zou je willen veranderen aan MijnZ? (N=44)

De meeste gegeven antwoorden betroffen de inhoud (27,3%) en de vormgeving (22,7%). Ook werd vaak gezegd dat ze iets zouden willen veranderen aan de applicatie (22,7%) en het beeldgebruik (18,2%).

V. Financieel overzicht onderzoek MijnZ

Begrote totale kosten Gehele projectperiode 1 juli 2011 – 1 juli 2013	Totaal Benodigd	Subsidie aanvraag	Subsidie toegewezen
Ontwerp/onderhoud mobiel platform:	70.000	50.000	40.000
Ontwerp/onderhoud communities:	25.000	25.000	20.000
Productie content/modereren	150.000	40.000	40.000
Onderzoek feitelijk gebruik en waardering:	70.000	45.000	40.000
Rapportage:	20.000	20.000	0
Overige kosten:	25.000	0	0
Totaal	360.000	180.000	140.000

Kosten Onderzoek Gebruik en waardering, Inclusief rapportage 1 juli 2011 – 1 juli 2013	Werkelijk	Ten laste van subsidie
Kosten Medewerker onderzoek	42000	30000
Kosten Senior Onderzoeker	9500	
Kosten Lector	12250	
Kosten Steekproef TNS/ Pop Up	11500	10000
Materiële kosten Administratie en Beheer	6000	
Materiële kosten Reiskosten	2000	
Materiële kosten Werkplek	4000	
Totaal	87250	40000

