

*Betrokkenheid van studenten en medewerkers bij Link
en Link Online*



Naam: Deborah Schravendijk
Studentennummer: 07002491
Opleiding: Communicatie

Opdrachtgever: René Rector, hoofdredacteur Link
Afstudeerbegeleider: Mark Bos
Tweede lezer: J.P. Trapman

Inhoudsopgave

Blz.

1. Voorwoord	3.
2. Abstract	4
3. Managementsamenvatting	5.
4. Aanleiding	6.
5. Theoretisch kader	7.
6. Doelstelling	13.
7. Onderzoeksmethoden	13.
8. Resultaten	17.
9. Conclusies & Aanbevelingen	37
10. Bronnenlijst	41

Bijlagen

I Interviews met studenten en medewerkers

II Analyses van hogeschoolbladen

1.Voorwoord

Voor u ligt mijn afstudeeronderzoek die ik heb uitgevoerd bij Link, het hogeschoolblad van De Haagse Hogeschool. Graag wil ik René Rector bedanken voor de mogelijkheid om mijn onderzoek voor de redactie uit te voeren en voor alle begeleiding en begrip van zijn kant.

Verder wil ik graag Mark Bos bedanken voor het meedenken en het helpen bij problemen die ik tegenkwam tijdens mijn onderzoek.

Tevens wil ik alle studenten en medewerkers bedanken die mee hebben gewerkt aan de interviews. Zonder jullie had het onderzoek niet plaats kunnen vinden.

Tenslotte wil ik mijn ouders bedanken voor de ondersteuning tijdens deze periode, ondanks alle problemen die wij de afgelopen periode hebben moeten doorstaan.

Deborah Schravendijk
April 2013

2. Abstract

This research has been conducted for the highschool magazine of THU, Link. This research focuses on the involvement elements that could increase the involvement of the target groups. Link's goal is to enhance the involvement of students and employees by providing newsworthy articles and articles to form an opinion. Unfortunately Link isn't being read enough by the target group. With this research the involvement elements that are enhancing for the target group will become clear and the elements that could reduce the involvement for both students and employees.

To get an insight of these elements, 210 students have been interviewed and 18 employees. In the process of sorting out all the relevant information, Christine's Liebrecht model (2008) for involvement elements played a role. Students like to read articles that they can identify with, these articles are often about personal stories of other students. Diversion is important as well because it makes the magazine more interesting for a specific part of the target group. The remarkable thing is that the elements that are enhancing for students, often times could be elements that are reducing for the involvement of employees. For example; not all employees like to read articles about students because a person close to them is a co-worker. Furthermore, it works involvement reducing for students when there are too much articles in the magazine about the policy and the management of the school. Employees like to see this in the magazine, which means that this is involvement enhancing if the point of view in the article is on the employee.

Based on these results the following recommendations have been made.

Recommendation 1: Make special divisions

So that students and employees will know which articles are suitable for them.

Recommendation 2: Write critical articles

This is essential for forming an opinion and students and employees don't see this enough in Link as it is right now.

Recommendation 3: Write about different subjects

The information in Link could be more fine tuned to the wishes of the target groups

Recommendation 4: Try to get students and employees more involved

By giving them a part in deciding the content for the magazine. If students and employees choose a subject that they want to see and it's in the magazine the desire to read Link will increase.

3. Managementsamenvatting

Voor het hogeschoolblad van De HHS, Link is er onderzoek gedaan naar de betrokkenheidselementen die in een blad ervoor kunnen zorgen dat de betrokkenheid onder studenten en medewerkers vergroot kan worden. Link heeft als doel om de betrokkenheid van studenten en medewerkers te vergroten en te stimuleren door nieuwswaardige en opiniërende artikelen en ruimte voor interactie te bieden. Helaas wordt Link niet goed genoeg gelezen door studenten en medewerkers. Met dit onderzoek wordt daar geprobeerd verandering in te brengen door het in kaart brengen van de betrokkenheid verhogende elementen maar ook de betrokkenheid verlagende elementen, voor zowel studenten als medewerkers.

Voor het onderzoek zijn er 210 interviews gehouden met studenten en 18 interviews met medewerkers. Bij het verwerken van de opgedane informatie is er gekeken of er enige overeenkomsten zijn met het betrokkenheid verhogende en verlagende model van Christine Liebrecht (2008). Uit de interviews is gebleken dat hier overeenkomsten in zijn. Zo willen studenten graag artikelen lezen waarmee ze zich kunnen identificeren, dit zijn vaak artikelen over medestudenten en persoonlijke verhalen. En verstrooiing zodat het blad aantrekkelijker wordt voor een bepaald deel van de doelgroep. Er blijkt alleen wel dat de elementen die voor studenten betrokkenheid verhogend werken, betrokkenheid verlagend kunnen werken voor medewerkers. Zo vinden niet alle medewerkers het interessant om artikelen te lezen over studenten omdat voor hun de 'personen dichtbij de lezer' vooral andere medewerkers zijn. Verder werkt het betrokkenheid verlagend voor studenten als er teveel over het beleid en bestuur van de school in het blad staat. Voor medewerkers is dit betrokkenheid verhogend als het perspectief in het artikel op de medewerkers is gericht.

Aan de hand van deze resultaten zijn de volgende aanbevelingen gemaakt zodat Link beter kan aansluiten bij de behoeften van de doelgroepen.

Aanbeveling 1: Scheiding in het blad

Op deze manier weten studenten en medewerkers snel wanneer informatie wel voor hun geschikt is en kunnen ze het leesgedrag hierop aanpassen.

Aanbeveling 2: Kritische artikelen schrijven

Kritische artikelen zijn noodzakelijk voor opinievorming en dit komt niet genoeg naar voren in het blad voor studenten en medewerkers.

Aanbeveling 3: Over andere onderwerpen schrijven

Zodat de informatie in het blad beter aansluit bij de wensen van de doelgroep

Aanbeveling 4: Betrek studenten en medewerkers meer te betrekken

Een persoon is sneller geneigd om een website of blad te lezen als hier iets instaat dat ze zelf hebben gekozen.

4.Aanleiding

Sinds augustus 2010 zijn het personeelsblad Focus en het studentenblad Atrium gefuseerd. De producten die hieruit zijn gekomen zijn het blad Link en Link Online. Het blad komt maandelijks uit en Link Online is te vinden op het intranet van De Haagse Hogeschool. Het blad en de website hebben de functie om medewerkers en studenten gratis op de hoogte te houden van alles dat er speelt binnen De Haagse Hogeschool, in opdracht van het College van Bestuur. Via het blad en de website wordt er getracht om de betrokkenheid van studenten en medewerkers te vergroten en te stimuleren door nieuwswaardige en opiniërende artikelen en door ruimte voor interactie te bieden. (Redactie Link, 2009)

Zowel het blad als de website worden volgens de redactie niet genoeg gelezen door studenten en medewerkers. Dit probleem komt niet alleen voor bij De Haagse Hogeschool, ook andere hogescholen en universiteiten hebben dit probleem, en landelijk dalen voor de meeste tijdschriften de oplage. Op de website van Link zijn gemiddeld 200 bezoekers te vinden op een doordeweekse dag. Op een school waar 21.000 studenten studeren en 1800 medewerkers werkzaam zijn, kan dat aantal veel hoger. (HHS website, Feiten en Cijfers)

Naar aanleiding van deze gegevens is er onderzoek gedaan naar de mediabehoeften en het mediagedrag van de doelgroep door Shawita Parag. Eén van de aanbevelingen die zij heeft gemaakt in het onderzoek is; betrokkenheid creëren. Dit onderzoek gaat dieper in op deze aanbeveling. Hoe kan de redactie meer betrokkenheid generen onder studenten en medewerkers?

5.Theoretisch kader

Gedurende het onderzoek heb ik veel theorie bestudeerd. Hier kunt u de termen en uitgangspunten vinden die de basis hebben gevormd voor dit onderzoek.

Link en Link Online hebben als voornaamste functie om betrokkenheid van studenten en medewerkers bij De Haagse Hogeschool en al zijn onderdelen te stimuleren en te vergroten. (Redactie Link, 2009) Link wordt dus gezien als middel om betrokkenheid te vergroten. Dit kan een lastige taak zijn, vooral als er gekeken wordt naar de verschillende definities van betrokkenheid. Voor dit onderzoek staat de definitie van Clow en Baack centraal; *“Betrokkenheid als de mate waarin een stimulus of taak relevant is voor iemands bestaande behoeften of waarden”* (p.62)

Andere definities van betrokkenheid zijn bijvoorbeeld die van Robbins en Coulter (2012) ; “Betrokkenheid is de mate waarin een werknemer zich met zijn of haar werk identificeert, inzet toont en werkprestaties belangrijk vindt voor zijn of haar gevoel van eigenwaarde. Betrokkenheid bij de organisatie is de attitude van de werknemer ten opzichte van de organisatie wat betreft loyaliteit, identificatie en inzet.” (p. 336)

Als wij dit gaan terug vertalen naar De Haagse Hogeschool, wilt de redactie niet alleen de betrokkenheid van medewerkers vergroten maar ook van studenten, die in principe klanten zijn. De taak, het lezen van Link vervult een bepaalde behoefte. Uit onderzoek is verder gebleken dat medewerkers die bij de organisatie betrokken zijn zich minder vaak ziek melden en deze zijn vaker tevredener over hun werk dan andere medewerkers die minder betrokken zijn. Medewerkers die betrokken zijn hebben een grotere drang om te presteren. (Guzley, 1992; Reichers, 1985) Dit verklaart waarom een docent die zich erg betrokken voelt bij de organisatie waarschijnlijk eerder Link zal lezen dan een docent die zich niet betrokken voelt bij de organisatie. Inzet en loyaliteit spelen immers een grote rol en Link is een product van de organisatie, De Haagse Hogeschool. Hetzelfde geldt voor studenten.

Studenten die bijvoorbeeld bij een studentenvakbond zitten, actieve studenten, zullen sneller het blad lezen dan studenten die alleen voor de lessen naar school komen en verder geen interesse hebben in de school zelf of het studentenleven. Deze student zal waarschijnlijk geen motivatie hebben om Link te lezen juist omdat het een product van de school is. Omdat Link als middel gebruikt wordt om de betrokkenheid van alle studenten en medewerkers te vergroten is het van belang dat deze ook Link (gaan) lezen. Zodra een student of medewerker vaker het blad leest zal hierdoor de betrokkenheid vergroot worden omdat Link te maken heeft met de hogeschool.

Vergroot je de betrokkenheid van de studenten en medewerkers bij Link, heeft dit een effectief resultaat op het betrokken voelen bij De HHS. En dit kan op meerdere manieren gebeuren.

Volgens Visser (2005) speelt verstrooiing een belangrijke rol in een blad, dus ook in een hogeschoolblad. Het gaat niet alleen om (rationele) informatie maar ook om verstrooiing. Verstrooiende onderwerpen zullen niet als papierverspilling worden ervaren als ze (zijdelijks) verband houden met de organisatiedoelstelling en als duidelijk is dat ze de aantrekkelijkheid van het blad bij een groot deel van de doelgroep verhogen. Verder heeft een lezer volgens Visser (2005) behalve behoefte aan informatie ook een behoefte aan identificatie. Identificatie is een cruciale factor bij de waardering van lezers voor het blad en de organisatie. De lezer wil tevens fascinatie. En een derde eis om de lezer te kunnen motiveren is variatie. De lezer wil in zijn eigen tempo heen en weer bladeren tussen de verschillende onderdelen die hij

graag ziet. De informatie die een student of medewerker in een blad leest, heeft effect op de betrokkenheid bij het blad. Sluit de informatie in het blad aan bij de wensen van de doelgroep, dan leest een student of medewerker daadwerkelijk de informatie in het blad. Dit brengt ons bij de betrokkenheidselementen die in een blad voor kunnen komen.

Betrokkenheidselementen

Uit voorgaande onderzoeken is gebleken dat er elementen in personeelsbladen kunnen voorkomen die betrokkenheid verhogend of verlagend kunnen werken. Christine Liebrecht (2008) heeft aan de hand van deze onderzoeken een model ontwikkeld om mogelijk betrokkenheid verhogende en mogelijk betrokkenheid-verlagende elementen in een personeelsblad in te delen.

Betrokkenheid verhogende en verlagende elementen

Categorie	Betrokkenheidverhogend	Betrokkenheidverlagend
Bron	Personen 'dichtbij' de lezer - Medewerker - Redactie/journalist - Meerdere personen - Externe personen	Personen 'ver' van de lezer - Directie - (hoger)Management - Leidinggevende - Organisatie - Geen bron/neutraal
Soort informatie	Perspectief op medewerkers - Afdelingsinformatie - Sociale (bedrijfs)informatie - Motiverende informatie - Human interest - Externe informatie - Informatie mbt personeelsblad - Overig	Perspectief op organisatie - Taakinformatie - Beleidsinformatie - Beheerinformatie
Functie artikel	Opiniërend / beïnvloedend - Cognitief – inzicht - Cognitief – oordeel - Conatief - Affectief - Geen organisatiedoel	Informatief - Cognitief – feiten - Cognitief – overzicht

Figuur 1

Als we dit terug vertalen naar een artikel in een hogeschoolblad spelen de bron en het soort informatie en de functie van het artikel een belangrijke rol. In het algemeen komt er in dit model naar voren dat informatie gericht op de organisatie vaak betrokkenheid verlagend is, helemaal als deze alleen informatief bedoeld is. De drie verschillende kernfuncties van een artikel kunnen mogelijk een verschillende invloed hebben op de lezer volgens Liebrecht (2008). Bij de cognitieve functie moet er kennis overgedragen worden aan de doelgroep. Dit kan achtergrondinformatie zijn of de nieuwste ontwikkelingen over een bepaald onderwerp. Een conatieve tekst daarentegen is gericht op het handelen en gedrag van de doelgroep; het zorgt ervoor dat de lezer weet wat hij moet doen in een situatie en hoe hij een genoemd resultaat kan bereiken. Wanneer een artikel gericht is op de emotie heeft het een affectieve functie. Dit kan mogelijk de houding van de doelgroep beïnvloeden. Voor de

medewerkers kan dit model goed gebruikt worden, hun hebben immers taakinformatie en afdelingsinformatie. Voor een student zijn er een paar belangrijke verschillen. De organisatie kan gezien worden als de hogeschool.

Afdelingsinformatie als informatie over de eigen opleiding en Human Interest, informatie over medestudenten. In dit model wordt beheerinformatie gezien als informatie over de voortgang van het bedrijf. Voor studenten voortgang van de hogeschool met bepaalde kwesties. Bijvoorbeeld hoeveel nieuwe aanmeldingen er zijn van studenten. Taakinformatie is informatie over het primaire werk van de medewerkers dit kan voor studenten informatie zijn over hun taken om hun studiepunten te krijgen en af te studeren.

De manier waarop een hogeschoolblad deze elementen combineert kan uitgelegd worden in de bladformule van de redactie.

Bladformule

Volgens Visser (2005) is een bedrijfsblad is bestemd voor één of meer groepen belanghebbenden (stakeholders) van een organisatie en verzorgt de berichtgeving die ten doel heeft de band tussen lezers en de organisatie te versterken, door betrouwbare informatie te verstrekken die aansluit op de doelen van de organisatie en op vragen van lezers daarover. (p. 19) Op welke manier deze betrouwbare informatie gepubliceerd wordt beslist de redactie. Ieder blad heeft een bladformule waarin staat welke boodschappen de organisatie heeft en welke communicatiedoelstellingen ermee bereikt moeten worden. De onderdelen van een bladformule zijn:

- Doel
- Doelgroep
- Ijkmensoon
- Boodschap
- Verhouding onderwerpen
- Coverbeleid
- Verhouding beeld/tekst
- Tone of voice
- Flow of bladarchitectuur
- Responselementen
- Advertenties (Herle, 2008)

Als het over de informatie gaat die in een hogeschoolblad staat, kan de redactie ervoor kiezen om over onderwerpen op een bepaalde manier te schrijven. Dit heeft te maken met de redactiematrix en voor welk journalistiek genre de redactie kiest.

Redactiematrix

Volgens Van den Boom (2006) bestaat een magazine uit verschillende elementen: reportages, achtergrondartikelen, columns, rubrieken. Elk met een eigen doel en invalshoek. Iedere editie is een invulling van deze mix van elementen, samen te vatten in de redactiematrix. (p. 255) Zo worden er keuzes gemaakt in de journalistieke genres;

- Bericht
- Interview
- Reportage
- Column
- Achtergrondartikel
- Commentaar
- Brievenrubriek
- Problemenrubriek
- Shoppingrubriek
- Celebrityrubriek
- Briefvorm
- Artikel
- Fictie

De redactiematrix is bepalend voor een blad en het is slim om te kijken hoe de andere hogeschoolbladen de redactiematrix invullen zodat er relaties gelegd kunnen worden tussen de inhoud van het blad en de lezersdichtheid.

De redactie van Link houdt bijvoorbeeld rekening met de ijkpersonen die zij opgesteld hebben. Welke informatie is voor welk ijkpersoon interessant? En hoe worden de journalistieke genres in het blad verdeeld? De redactie bepaalt zelf aan welke doelgroep meer aandacht besteed wordt en dit kan per nummer verschillen. Zo kan er in een brievenrubriek de problemen van studenten besproken worden maar in een achtergrondartikel meer informatie in staan die relevant is voor medewerkers zoals een nieuw promotiebeleid.

Hogeschoolbladen zijn interessant omdat de doelgroep erg groot is en vaak uit twee hele verschillende groepen bestaat. Aan de ene kant de medewerkers en de andere de studenten. En mensen gebruiken media voor vele verschillende redenen. De users & gratifications theorie is opgesteld om de needs van lezers en de mogelijke gratificaties die zij door het mediagebruik op kunnen doen te beschrijven. Het onderzoek dat er tot nu toe is gedaan is gebaseerd op vragen als; wat doen mensen met media, waarom gebruiken mensen media en wat voor gratificaties ontstaan er na het gebruik van media? In het algemeen zijn de volgende conclusies naar voren gekomen (O' Sullivan, Hartley, Saunders, Montgomery & Fiske 1994:326; McQuail 200):

- Diversie/diversion: Mensen gebruiken media om aan de dagelijkse bezigheden te ontsnappen en andere routines en van een grote verscheidenheid aan problemen die hun bezighouden en belemmeren. De gratificatie die je hieraan kan koppelen is emotional release voor een korte duur.

-Persoonlijke relaties/ Personal relations: Media zorgen ervoor dat je content hebt om over te praten met gezelschap. Mensen gebruiken media om ze gezelschap te houden en fictieve karakters uit tv-series kunnen als persoonlijke vrienden beschouwd worden. Mensen praten met anderen over de boeken die zij gelezen hebben of de tv-shows die zij kijken.

-Persoonlijke identificatie/ Personal Identity: Mensen gebruiken media om zichzelf te vergelijken met de situaties en waarden van andere personen. Media content wordt daarom gebruikt om de identiteit aan te passen of bijvoorbeeld te bevestigen. Maar ook om te onderzoeken en uit te dagen.

-Surveillance: Om op de hoogte te blijven van de gebeurtenissen over de hele wereld en omstandigheden gebruiken mensen media. Media gebruikers hebben informatie nodig over issues die hun direct of indirect kunnen beïnvloeden. (Pieter J Fourie, 2001) Het kan zijn dat de informatie die de doelgroep nodig heeft, of interessant is voor de doelgroep, schadelijk is voor de organisatie, in dit geval De HHS. Dit brengt ons bij het volgende punt in mijn theoretisch kader, zelfcensuur.

Journalistieke normen

Mirjam Prenger (2007) heeft uitgebreid geschreven over het onderwerp zelfcensuur. Zo onderscheiden onderzoekers, aan de hand van een enquête onder Amerikaanse journalisten, de volgende door journalisten gehanteerde argumenten voor het toepassen van zelfcensuur (volgens hun definitie: een in essentie nieuwswaardig onderwerp niet behandelen):

1. Het onderwerp is te complex;
2. Het is te saai;
3. Het is potentieel beschadigend voor (de belangen van) de uitgever;
4. Het is potentieel beschadigend voor (de belangen van) de adverteerder;
5. Het is potentieel beschadigend voor (de belangen van) de chef/ hoofdredactie
6. Het is schadelijk voor de relatie met de bron
7. Het is schadelijk voor het aanzien onder en de waardering van collega's
8. Het is schadelijk voor de eigen carrière (Mirjam Prenger 2007 p. 2)

Elke journalist functioneert binnen een krachtenveld van belangen en invloeden, die er soms toe leiden dat hij of zij besluit bij een nieuwswaardig onderwerp niet tot actie over te gaan, wat in juridische termen het zogenaamde *chilling effect* wordt genoemd, een term die verwijst naar de dreiging van een (grotere) macht. Daarentegen delen journalisten veelal dezelfde journalistieke ideologie. Deze ideologie laat zich volgens Deuze het beste samenvatten in de volgende vijf stellingen:

- Journalisten zijn dienstverleners aan het publiek (als waakhonden van de openbare orde en de publieke zaak);
- Journalisten zijn onpartijdig, neutraal, objectief, eerlijk en (daardoor) geloofwaardig;
- Journalisten moeten in hun werk autonoom, vrij en onafhankelijk zijn;
- Journalisten werken op basis van actualiteit, urgentie en (dus) snelheid;
- Journalisten werken op basis van ethiek, validiteit en legitimiteit (Mirjam Prenger, 2007 p. 5)

Als er gekeken wordt naar de ideologie die er heerst in de journalistiek is het belangrijk om als schoolblad hier ook aan vast te houden. Dit kan moeilijk zijn omdat een artikel de desbetreffende hogeschool in een negatief daglicht kan zetten maar een redactie moet in hun werk onafhankelijk en vrij kunnen zijn. Betrouwbare informatie helpt bij het vormen van een opinie. Een hogeschoolblad dat kritiek durft te leveren op de organisatie zal eerder als betrouwbaar gezien worden dan een hogeschoolblad dat alleen de positieve kanten van de organisatie benadrukt. Als de informatie in het hogeschoolblad als betrouwbaar wordt gezien, is dit positief voor de opinievorming.

Opinievorming

Volgens De Graaf, A. , & Sanders, J. , & Beentjes, H. ,& Hoeken, H. (2007) zijn de meest invloedrijke van de traditionele modellen van overtuiging de dual-process modellen. Deze modellen stellen dat overtuiging op twee manieren kan plaatsvinden, afhankelijk van de motivatie en de capaciteiten van de ontvanger van een boodschap. Als de ontvanger zowel over voldoende motivatie als over voldoende capaciteiten beschikt, dan verwerkt hij of zij de tekst nauwkeurig en vormt zich een oordeel over het standpunt in de tekst op basis van een kritische afweging van de argumenten.

Als de ontvanger onvoldoende gemotiveerd is of over onvoldoende capaciteiten beschikt, dan verwerkt hij of zij de tekst slechts oppervlakkig. In dat geval vormt de ontvanger zich een mening over de boodschap op basis van gemakkelijk te onderscheiden kenmerken van de tekst zoals de bron van de boodschap. Op basis van deze kenmerken gebruikt de ontvanger dan vuistregels om zich een oordeel te vormen over de boodschap in de tekst. Als een ontvanger de bron bijvoorbeeld betrouwbaar vindt dan zal hij of zij het standpunt eerder accepteren. (p. 238) Kort samengevat, als wij dit vertalen naar Link neemt een student of werknemer de informatie in een artikel sneller aan als deze betrouwbaar is en zal deze het standpunt in het artikel eerder accepteren.

Hoe gemotiveerd een lezer wel of niet is om een artikel te lezen speelt een belangrijke rol bij opinievorming en identificatie. Motivatie is moeilijk te meten en is heel persoonlijk. Vinke en Schokker (2001) zeggen dat motivatie is dat wat we achter de oorzaak van het gedrag vermoeden (p. 11). Verder zeggen zij hierover dat motivatie het bepaald zijn betreft van het gedrag door motieven. Het gaat daarbij om het geheel van factoren en aandriften waardoor het gedrag gericht wordt. Een mooie cover met goede onderwerpen kan bijvoorbeeld een prikkel zijn om een blad te gaan lezen of juist niet. Of een medewerker die een promotie wilt die goed op de hoogte van alles wilt blijven met de hoop op een promotie kan een voorbeeld zijn. Hierbij wordt er van uitgegaan dat een bepaald gedrag bijdraagt aan het bereiken van het beoogde doel. (Van Dam, N. Mulder, 2012)

Relevantie van het theoretisch kader voor het onderzoek

Het is belangrijk om te bekijken welke journalistieke genres Link op het moment in het blad plaatst en welke mogelijkheden er nog zijn en vooral hoe dit verschilt van andere hogeschoolbladen. Vinden studenten en medewerkers dat er genoeg verstrooiende onderwerpen in de nummers te vinden zijn, naast de rationele informatie die ervoor moet zorgen dat studenten en medewerkers meer betrokken raken bij Link? Informatie waarmee een student of werknemer zich kan identificeren is belangrijk in een blad. Welke betrokkenheidselementen zijn dit voor de specifieke doelgroepen? Zolang het maar redelijk te maken heeft met De HHS is verstrooiing niet erg. Verder is er nog het vraagstuk waar ieder hogeschoolblad mee te maken heeft en dat is in hoeverre zij zelfcensuur toepassen. Wat hierbij vooral in het achterhoofd gehouden moet worden is dat een journalist neutraal en eerlijk en als belangrijkste, onafhankelijk hoort te zijn. Een hogeschoolblad moet eigenlijk niet

bang zijn om kritische artikelen te plaatsen omdat dit eenmaal bij het werk van een journalist hoort.

6. Doelstelling

Het doel van deze scriptie (en de daarbij behorende onderzoeken) is trachten inzicht te krijgen hoe Link en Link Online verbeterd kunnen worden zodat de betrokkenheid van studenten en medewerkers vergroot kan worden. Om dit te kunnen bereiken is het belangrijk dat er duidelijk wordt welke betrokkenheidselementen de doelgroepen aanspreken.

Hoofdvraag

Op welke manier kan de redactie de betrokkenheid bij de producten Link en Link Online vergroten onder studenten en medewerkers van de HHS?

Deelvragen:

- Welke betrokkenheidselementen willen de doelgroepen terugzien?
- Welke betrokkenheidselementen komen voor bij andere hogeschoolbladen?

7. Onderzoeksmethoden

De onderzoeksmethoden die worden gebruikt bij het beantwoorden van mijn onderzoeksvragen zijn: interviews en analyses van hogeschoolbladen.

Interviews

Populatie

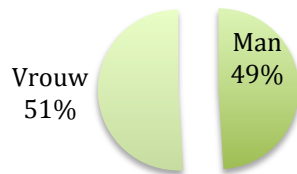
Op dit moment studeren er ruim 21.000 studenten op De HHS. (Website HHS, 2012)



In totaal hebben studenten de keuze uit 46 hbo-voltijd opleidingen, 21 opleidingen in deeltijd en 8 in duale opleidingen. Verder bestaat het aanbod nog uit 2 Associate degree-opleidingen, 12 masteropleidingen en 60 post-hbo-opleidingen. In 2011/2012 is dit de verdeling van studenten die ingeschreven zijn. Niet iedere opleiding is vertegenwoordigd in de interviews.

Medewerkers

Er werken ruim 1800 medewerkers op de HHS. Hiervan is 65% onderwijzend personeel en de overige 35% is ondersteunend personeel. (HHS website, juni 2012).



Er zijn geen interviews gehouden met de medewerkers van de locatie in Delft.

Procedure

Bij de interviews is er gekozen voor de stijl van een vrije-conversatie-interview. Hierbij wordt er gebruik gemaakt van een topiclijst, maar spontaniteit en associaties spelen een hoofdrol. Op deze manier is er sprake van doelgerichtheid maar is er genoeg ruimte voor de eigen inbreng van respondenten. Dit is belangrijk omdat de selectie van studenten en medewerkers heel spontaan was. De 210 studenten zijn allemaal aangesproken in diverse ruimtes van De HHS, om de verschillende opleidingen te vertegenwoordigen. Voor de medewerkers is dezelfde procedure gebruikt. Er was dus vooraf geen afspraak gemaakt met de studenten en de medewerkers. Van de 210 interviews met studenten zijn 55 interviews gehouden in de maanden mei en juni 2012. De overige 155 zijn uitgevoerd in het nieuwe schooljaar, september en oktober 2012.

Onder de medewerkers zijn er 18 interviews gehouden waarvan er 12 met een docent waren en de overige zes met ondersteunend personeel.

Om te bekijken of Link en Link Online de betrokkenheid van studenten en medewerkers vergroten, moet er gekeken worden of Link en Link Online de doelgroep wel bereiken. De interviews zijn een vorm van tevredenheidsanalyse en uitvoeringsanalyse (H.Koeleman, 2008). Voldoen de kanalen aan de doelstellingen die binnen de organisatie zijn vastgesteld? Om hierachter te komen is er gebruikt gemaakt van een topiclijst en zijn er twee standaard vragen gesteld;

1. Ken je het hogeschoolblad Link en de bijbehorende website Link Online?
2. Lees je het blad en/of de website?

Verder focussen de vragen zich op de betrokkenheidselementen die voor komen in het blad en de website. Welke betrokkenheidselementen spreken studenten aan? En welke spreken medewerkers aan? De vragen over de artikelen die aanspreken en welke artikelen niet aanspreken hebben hierbij een richtlijn gespeeld. Hierbij kun je denken aan vragen die gaan over de wensen van studenten en medewerkers. Wat willen zij terugzien in het blad en wat willen zij niet terugzien in het blad?

Voorbeelden van de vragen die gesteld zijn om dit te meten zijn:

- Wat vind je van dit nummer?
- Wat is je favoriete artikel en waarom?
- Welk artikel vond je niet interessant om te lezen?
- Wat zou er aan Link moeten veranderen voor jou?

-Wat voor onderwerpen zou jij graag in het blad willen zien?

Kortom, welke informatie zorgt ervoor dat de betrokkenheid verhoogd wordt en welke dat de betrokkenheid verlaagd wordt?

Analyses van hogeschoolbladen

Om erachter te komen welke betrokkenheidselementen andere hogeschoolbladen in hun blad en website gebruiken, zijn er vier hogeschoolbladen en websites geanalyseerd, naast Link. Deze vier hogeschoolbladen zijn:

1. Profielen, van Hogeschool Rotterdam.
2. Trajectum, van Hogeschool Utrecht.
3. Saxx, van Saxion
4. Hanzemag, van Hanzehogeschool Groningen

De universiteitsbladen worden buiten dit onderzoek gelaten omdat deze in het algemeen andere onderwerpkeuzes maken. Zowel Link als Link Online zijn ook geanalyseerd zodat er goede vergelijkingen naar voren kunnen komen.

Bij de analyse wordt er gekeken naar de verhouding van onderwerpen(eventueel vaste onderwerpen), verhouding beeld/tekst, en responselementen.

Per hogeschoolblad is er een analyse van vijf nummers waarbij de artikelen en vaste rubrieken zijn onderverdeeld in onderwerpen. Deze onderwerpen zijn.

1. Studentenleven.

Hiermee wordt alles bedoeld dat valt onder de leefwereld van studenten.

Wat maken studenten, waarmee zijn ze bezig. Denk hierbij aan stages scripties of het op kamers wonen en persoonlijke ervaringen.

2. Beleid en bestuur van de school

Artikelen die te maken hebben met het beleid van de school. Hoe de school in kwestie probeert bepaalde doeleinden te halen met bepaalde middelen en bepaalde tijdskeuzen. Hieronder valt het bestuur omdat een bestuur verantwoordelijk is voor de keuzes die zij maken. Een criteria waarbij hiernaar gekeken is of het perspectief vooral op de hogeschool ligt, of juist op de studenten/medewerkers.

3. Politiek

Alles wat met het besturen van een land, provincie, gemeente enz. te maken heeft in het blad.

4. Informatie of artikelen die te maken hebben met medewerkers.

Hieronder vallen portretten van medewerkers, artikelen over medewerkers die met onderzoeken enzovoorts bezig zijn en in dienst zijn van de school.

5. Informatie of reclame over/voor het blad/website

Artikelen die verwijzen naar de website van het tijdschrift of die gaan over artikelen die al eens eerder in het blad hebben gestaan. Hieronder vallen reclames voor apps, Twitter en Facebook.

6. Overig

Alles dat niet onder de andere rubrieken valt, zoals recensies van boeken en films, cartoons en informatie over feesten.

Niet alleen de onderwerpen zijn geanalyseerd maar de functies ook. Ieder hogeschoolblad heeft in principe dezelfde functie, medewerkers en studenten op de

hoogte houden van de ontwikkelingen die de hogeschool betreffen en studenten en medewerkers zelf. De functie van een artikel kan bijvoorbeeld opiniërend/beïnvloedend zijn of alleen maar informatief. Ieder hogeschoolblad is geanalyseerd door ieder artikel in te delen naar rubriek en functie van het artikel. Zo kan een artikel opiniërend/beïnvloedend zijn door een duidelijk standpunt in te nemen, denk hierbij aan een opiniestuk. Als er alleen feiten in een artikel worden opgesomd of een overzicht hiervan is het artikel informatief. Een artikel waarin feiten worden opgesomd en er meer voorgeschiedenis in het artikel staat en de gevolgen, eventueel met de professionele mening van betrokkenen of onafhankelijke experts zorgt het artikel ervoor dat de lezer meer inzicht krijgt. Zodra er meerdere onderwerpen voorkwamen in het artikel is er gekeken naar het belangrijkste onderwerp. Een voorbeeld hiervan is een artikel dat gaat over politieke veranderingen en wat dit betekent voor het beleid van de school. Zodra er meer aandacht wordt besteedt aan wat het betekent voor het beleid en of deze veranderd moet worden is het belangrijkste onderwerp, beleid en bestuur van de school.

Om achter de beredenering van redactionele keuzes te komen, zijn er 4 interviews gehouden met hoofdredacteuren van de desbetreffende bladen. Bij deze interviews was er sprake van een topiclijst. In de interviews is er gevraagd naar vorige lezersonderzoeken en de uitkomsten daarvan en feedback die er ontvangen is over bepaalde artikelen.

Voorbeelden van vragen die gesteld zijn:

- *Wat mij opvalt is dat er in jullie blad heel veel verschillende onderwerpen staan. Hoe komen jullie op de artikelen die in het blad staan. Houden jullie daarbij rekening met ijkpersonen?*
- *Wat vinden studenten interessante onderwerpen of onderdelen bij jullie in het blad?*
- *Oké jullie werken niet met ijkpersonen. Proberen jullie wel rekening te houden met de onderwerpen zodat er een verdeling is tussen de onderwerpen voor medewerkers en studenten?*
- *Hoeveel bezoekers trekt de website van Profielen gemiddeld per dag?*

8.Resultaten

De resultaten van mijn onderzoek worden per deelvraag beschreven.

8.1 Welke betrokkenheidselementen willen de doelgroepen terugzien?

De resultaten van deze deelvraag worden per doelgroep besproken. Hierbij is er een onderscheid gemaakt tussen Nederlandssprekende en Engelssprekende studenten, Nederlandssprekende en Engelssprekende docenten en ondersteunend personeel.

Studenten

Van alle ondervraagde studenten kent 31% Link niet en 69% wel. Van de studenten die aangeven Link niet te kennen, is het merendeel Nederlandssprekend.

Er zijn verder studenten die aangeven dat zij Link wel kennen maar niet lezen.

Ja, ik heb er weleens van gehoord maar nooit gelezen. (Interview 7)

Van alle ondervraagde studenten die Link kennen (145) leest 62% Link niet, 34% soms en 4% vaak. De antwoorden die terugkwamen op de vraag waarom de geïnterviewde Link niet leest worden uitgelicht door middel van 10 voorbeelden.

Interview nummer 2: Het blad spreekt mij niet aan. Ik ben sowieso geen tijdschriftenmens dus misschien is het voor een blad moeilijker om mij aan te spreken.

Interview nummer 9: Er is zoveel keus op het gebied van tijdschriften en als ik dan de tijd neem om een blad te lezen lees ik liever iets dat helemaal aansluit bij mijn eigen interesses.

Interview nummer 10: Heb het weleens opgepakt en doorgebladerd maar ik vond het blad best saai.

Interview nummer 32: Ik kijk soms weleens naar de cover maar dan denk ik niet dat het blad voor mij interessant is.

Interview nummer 50: Ik vind het leuk om hier te studeren maar ik hoef geen blad over de school te lezen.

Interview nummer 54: Ik weet eigenlijk nooit wanneer er een nieuw nummer is en ik denk dat het blad niet iets voor mij is.

Interview nummer 67: Ik vergeet vaak dat het blad bestaat en ik heb er van andere studenten geen positieve verhalen over gehoord.

Interview nummer 109: Ik heb nooit de tijd genomen om het blad te lezen.

Interview nummer 111: Ja ik ken het blad maar ik lees het niet omdat het mij geen leuk blad lijkt.

Interview nummer 126: Nee de onderwerpen die in het blad staan vind ik niet

interessant.

De studenten die Link vaak lezen gaven het volgende aan nadat er gevraagd werd naar hun mening over Link:

Interview nummer 5: Leuk, lees het blad eigenlijk altijd met plezier. Er staan onderwerpen in die je als student hoort te weten vind ik. Veel over De HHS zelf maar ook hoe je zelf met je opleiding om kan gaan of met stress. Ik heb altijd wel het idee dat ik veel leer van het blad, of het nu gaat om wat er op school speelt of nieuwe boeken of films om te lezen die ik vind door de recensies.

Interview nummer 44: Leuk! Ik lees het blad bijna iedere maand denk ik. Er staan interessante onderwerpen in het blad voor studenten, zoals de dingen die allemaal gaande zijn hier op school. Wat gebeurt er allemaal in het bestuur, waar zijn mensen tevreden over?

Interview nummer 174: Ik vind het blad interessant en je bent meteen op de hoogte vind ik als je het blad uit hebt.

Interview nummer 203: Ik vind het blad leuk! Er was eens een wedstrijd dat je een mini verhaal moest opsturen geloof ik. Dat vind ik leuk, dat je als student kans kan maken om je verhaal in het blad te krijgen en je foto's. Dan heb je het gevoel dat je betrokken wordt bij het blad.

Er is veel gepraat over de onderwerpen die in het blad staan. Aan de hand van de quotes uit de interviews wordt er duidelijk gemaakt welke elementen voor studenten betrokkenheid verhogend zijn.

Onderwerpen	Nederlandssprekende studenten
<i>Studentenleven</i>	
<i>-Leuke feesten en restaurants/barretjes</i>	
<i>-Enquêtes onder studenten</i>	
<i>-Persoonlijke verhalen</i>	
<i>-Tips die handig zijn voor studenten</i>	
<i>-Ontevredenheid van studenten</i>	
<i>HHS</i>	
<i>-Wat is er te doen in de school (lees: evenementen die ergens op de HHS plaats vinden)</i>	
<i>Overig</i>	
<i>-Recensies</i>	
<i>-Cartoons</i>	
<i>- Recepten (Melting Pot)</i>	
<i>-Mode</i>	
<i>Actualiteit</i>	
<i>-Nieuws dat belangrijk is voor de student</i>	

Uit de interviews is gebleken dat de onderwerpen die hiermee te maken hebben goed gelezen worden. Voorbeelden van uitspraken die dit illustreren worden hieronder weergegeven.

Interview nummer 1: Wat voor onderwerpen zou je dan terug willen zien in het blad?

Ja, sowieso andere onderwerpen. Misschien meer artikelen over wat er te doen is voor een student in Den Haag. Wat zijn de leuke plekjes en wanneer is er een leuk feest. Ik denk dat dit ook erg handig is voor internationale studenten of studenten die uit een andere stad komen omdat niet iedereen even bekend is hier.

Interview nummer 2: Wat vond je het leukst om te lezen in dit nummer?

De foto's met de verhalen erbij van studenten die elkaar hier hebben leren kennen op De HHS. Schattige verhalen en foto's.

Wat kan Link doen om jou als lezer aan te trekken?

Over andere onderwerpen schrijven, ook wat meer over wat er te doen is op De HHS zelf omdat er best vaak dingen georganiseerd worden in bijvoorbeeld de aula en het zou makkelijk zijn om dat allemaal op een rijtje te hebben.

Interview nummer 3: Het artikel 'In plaats van woorden' is erg leuk! Ik dacht dat scripties eigenlijk altijd over hele andere dingen gingen maar je hebt natuurlijk allemaal verschillende opleidingen. De enquête vond ik trouwens ook erg interessant net als het artikel over homoseksualiteit op De HHS. (Dit ging overigens over een scriptie van studenten Sportmanagement die gingen letten op de lichaamstaal en of dit overeenkwam met wat docenten zeiden.)

En het tijdschrift?

Tips erin blijven zetten die handig zijn voor studenten zoals het stuk over opvallen op de arbeidsmarkt.

Interview nummer 4: Waar zijn de artikelen over het uitgaansleven in Den Haag? Ik mis onderwerpen die echt met het studentenleven te maken hebben, feesten, op jezelf wonen voor het eerst. Hoe ga je daarmee om en welke plekken kan je het beste bezoeken? ... Er mag trouwens ook wel een kritische noot in het blad komen want het is niet allemaal rozengeur en maneschijn hierzo. Als Link daar aandacht aan geeft kunnen er bepaalde zaken ook opgelost worden.

Interview nummer 7: Iedere student komt minstens 3 keer in de week in de kantine denk ik, vooral als je kijkt hoe druk het er altijd is dus zo ben je meer op de hoogte van wat er nou precies gaat gebeuren. Interessant om te lezen hoe deze uitspraak tot stand is gekomen; dat studenten van De HHS de grootste stresskippen van Nederland zijn. Dat studeren duurder gaat worden, en wat dat betekent voor ons vind ik ook wel interessant om te lezen. Ik ben blij dat ik niet de enige ben die altijd krap zit met geld want als ik zo kijk naar de uitgaven en inkomsten van de studenten die in dit artikel staan, zijn die ook bekend met het probleem. Ook leuk dat er iets meer recensies worden geschreven dit keer in de 'Juweeltjes'.

Interview nummer 9: Handig om te lezen hoe je op de arbeidsmarkt kan opvallen. Ik had niet verwacht dat er mensen zijn die cum laude afstuderen en dan geen baan in die sector hebben. Interessant om het verhaal te lezen van studenten die zo goed waren in hun studie en goed om te zien dat de meerderheid wel goed terechtkomt. Extra motivatie om goed je best te doen.

Interview nummer 15: We hebben veel nationaliteiten op deze school volgens mij, leuk dat je een kijkje in de keuken kan nemen van iemand anders. Denk ik dit recept ook maar een keer ga uitproberen. Is weer eens wat anders, je moet toch wat als student.

2. Wat zou Link moeten veranderen aan het tijdschrift en de website om jou als lezer te trekken?

De beeldreportage 'In Beeld' zeker in het blad laten. Erg leuk en je betreft de studenten bij het blad.

Interview nummer 20: Bij welke onderwerpen liggen jouw interesses wel?

Ja heel meisjesachtig maar ik vind het leuk om over onderwerpen als mode te lezen bijvoorbeeld.

Interview nummer 37: Oké! Dus zoiets als een lijst van de beste landen om een tijd te leven om je kennis te vergroten en te leren van de cultuur?

Ja! Ik denk dat er best veel studenten zijn die in het buitenland bijvoorbeeld stage gaan lopen, daar kan je iets mee doen als blad. Wat zijn de ervaringen van die studenten?

Interview nummer 69: Heb je een favoriete rubriek in het blad?

'Onder de hamer' vind ik een hele goede rubriek omdat je kan lezen dat er af en toe grote misverstanden zijn hier op school. Vind het interessant om te lezen of dat goed komt. Laat zien dat je best bepaalde beslissingen aan kan vechten, als je een goed verhaal hebt. Niet iedereen durft dat terwijl dat een gemiste kans kan zijn.

De rubrieken die vaak opgegeven worden als favoriet zijn: 'In Beeld', 'Juweeltjes', 'Onder de hamer' en 'Scriptieprijs'. De Engelssprekende studenten geven in het algemeen dezelfde betrokkenheid verhogende elementen aan als het op onderwerpen aankomt. Een belangrijk verschil is echter wel dat Engelssprekende studenten bijvoorbeeld meer willen lezen over Nederland als het aankomt op bepaalde gewoonten/cultuur. In *interview 106* komt dit bijvoorbeeld naar voren: "*It would be nice to read more about the culture here in the Netherlands and what you can do in The Hague. I'm from Israel so this country is really different. I think there are many international students that would like to know more about this city and what Dutch people like to do so you can have some new topics of conversation.*" Het gemis van familie en vrienden is een ander onderwerp dat Engelssprekende studenten meer in het blad willen zien terugkomen.

Interview 130: What would you like to see in the magazine? How you can deal with missing your friends and family and more about this country in general.

Interview 148: What would you like to read in the magazine?

I would like to read more about other students, and the traditions that are normal here because I'm an island girl and I feel like my mentality is very different. Oh and I love to shop so maybe something about that? Like how can you get rid of your addiction haha.

Interview 165: *Is there anything you would like to see more in the magazine? Certain types of subjects?*

How you should deal with being this far away from your family and I would love to read more about other students. In the edition about love, I really liked the article about long distance love. It just shows how difficult this all can get.

Interview 175: *What would you like to read in Link?*

More about what happens when you live abroad, how you miss your family and forget things about your hometown. More about other students, why they decided to study in a foreign country there are really interesting stories behind these choices.

In *interview 138* wordt er aangegeven dat een column een idee is om dit te verwerken in het blad. "A column written by an international student would be nice too because I feel like we are all going through the same things." Internationale studenten vinden verder ook de rubriek 'Melting Pot' erg interessant. "The article about food and different recipes you can get out of the different cultures here on school is very interesting to read! I love that the editors are using the different cultures here in a positive way and in a way that everybody loves, FOOD." Aldus de geïnterviewde in nummer 175.

Er zijn ook onderwerpen waar er weinig interesse voor is onder de studenten. Deze onderwerpen kunnen gezien worden als betrokkenheid verlagend.

Onderwerpen	Nederlandssprekende studenten
Beleid en bestuur van de school	
-Het College van Bestuur	
Politiek	
-Voorals het meer de school aangaat dan direct de studenten	
Informatie over medewerkers	

De meerderheid van de studenten geven aan dat deze informatie ze niet aanspreekt. De uitspraken die deze conclusie hebben gevormd worden hieronder weergegeven.

Interview 1: Even bellen met zou ik niet lezen, het artikel over De Haagse Studentenvakbond, het artikel over Els Verhoef en ik denk zelfs het stuk over de profilering van de school ook niet. Ik weet dat het een hogeschoolblad is en dat er dus ook serieuze dingen in moeten staan maar het trekt mij gewoon niet aan. Een stuk over De Haagse Studentenvakbond, tja. Ik weet dat ik zelf een 'Haagse student' ben maar ik hoef er gewoon niet over te lezen.

Interview nummer 19: *Wat vind je van Link, nu je deze drie nummers gelezen hebt?* Bij deze drie nummers vind ik het heel erg verschillen maar nummer 16 en 17 vond ik allebei niet erg interessant. Ik vind het blad best saai. Raar dat het blad voor studenten en medewerkers is. Medewerkers willen juist over onderwerpen lezen als het College van Bestuur denk ik terwijl studenten dit helemaal niet interesseert. Denk ik. Mij in ieder geval niet. Dan kan je het blad beter of voor studenten maken of voor medewerkers niet voor allebei.

Interview nummer 26: Stoppen met het schrijven van artikelen die ik wil overslaan
haha. *Welke onderwerpen zijn dit meestal?*
Ja, saaie onderwerpen echt over de school zelf.

Interview nummer 33: *Wat is je mening over het tijdschrift nu je het zelf gelezen hebt?*

Ik vind dat de andere studenten wel gelijk hadden toen ze zeiden dat er saaie onderwerpen in het blad staan. Ik snap niet waarom er een artikel in staat zoals het interview met Els Verhoef. Volgens mij zijn er echt geen studenten die het leuk vinden om hierover te lezen.

In interview nummer 20 maakt de geïnterviewde duidelijk waarom Link niet aanspreekt en degene ervoor kiest om het blad niet te lezen; “Het is voor mij duidelijk dat ik niet wil lezen over de Haagse Studentenvakbond. Terwijl ze toch opkomen voor onze belangen maar mijn interesse ligt er niet. Dit geldt ook voor alles wat het bestuur van De HHS wilt gaan doen of gaan veranderen. Dit heeft allemaal te maken met de school en als schoolblad kan je dit soort onderwerpen niet laten liggen maar daarom kies ik er voor om het blad niet te lezen.” De quote uit interview nummer 23 laat zien waarom een bepaald nummer leuker is dan de ander:

“Dit nummer is inderdaad beter dan nummer 16. Ik denk omdat hier niet veel onderwerpen in staan over het bestuur van De HHS maar meer over alle maatregelen die ervoor gaan zorgen dat studenten het de aankomende tijd veel zwaarder gaan krijgen.”

Interview nummer 57: Welk artikel vond je niet leuk om te lezen?

Het artikel over de bezettingsgraad hier op De HHS en het interview met een docent die een boek heeft geschreven.

De rubrieken die vaak opgegeven worden als minst favoriet zijn: ‘Borrelpraat’, ‘Was getekend’ en ‘Even bellen met’. Borrelpraat is inmiddels overigens al gesneuveld. Interview nummer 13: ‘Even bellen met’ vind ik in deze drie nummers elke keer niet leuk. *Heb je meer vaste rubrieken waarbij je dat denkt?* Ja, ‘Borrelpraat’ en ‘Was getekend’

Interview nummer 18: ‘Was getekend’ vind ik geen leuke rubriek. Denk dan het leuk is om dan te bekijken of de studenten het eens zijn met wat de docent over zichzelf zegt. Vind het namelijk wel erg rooskleurig overkomen nu.

Interview nummer 52: *En welke rubriek vind je niet leuk om te lezen?*
‘Was getekend’

Waarom niet?

Ik vind altijd dat de docenten in deze rubriek praten alsof ze super begaan zijn met het lesgeven terwijl ik dat zelf maar bij heel weinig docenten merk hier op school .

Interview nummer 16: Eerste wat mij opvalt is dat de rubriek ‘Even bellen met’ weer niet boeiend is. Dus die kan je echt markeren als minst favoriet bij mijn interview.

Bij de nummers die zijn gelezen door studenten stonden er in ‘Even bellen met’ interviews met Ellen Wesselingh, docente Information Security Management, Gerrit Dijkstra lector Public Management, student Yvonne Bal en Rianne Valkenburg lector

Kennistransfer in Productinnovatie.

Verder geven veel studenten aan dat ze teveel informatie voor medewerkers in het blad vinden staan. Zo ook in interview nummer 11; “Er staan veel serieuze artikelen in dit nummer. Maar je zei al dat het blad ook voor medewerkers is toch? Trouwens wel heel vreemd, hebben medewerkers niet behoefte aan een andere soort informatie dan studenten? Ik denk dat studenten bijvoorbeeld niet heel geïnteresseerd zijn in het verhaal van de profilering van de school. ... Ik vind het blad teveel op de medewerkers gericht.”

Voor Engelssprekende studenten zijn vooral de betrokkenheid verhogende elementen belangrijk in het blad. Wanneer deze er niet instaan werkt dit al snel betrokkenheid verlagend. Zo geeft de geïnterviewde in interview nummer 130 aan (#19): “I don’t like the summaries at all. There aren’t any subjects especially for us so the only article that I liked was the one about cooking.” In dit interview kwam er nog iets belangrijks naar voren en dat was de opmerking dat de geïnterviewde het blad niet zou lezen, als er alleen samenvattingen in staan, “*So it’s a good thing that the magazine comes out twice a year, entirely in English?* Yes, I won’t read the magazine if there are only summaries in it.” Dit is vaker genoemd in de interviews zoals bij interview nummer 138. “*Do you read the magazine of THU, Link?* No I tried to read it once, but there aren’t many pages in English so it’s not that interesting for me to read the magazine.” En het gevoel dat de Engelssprekende studenten hierbij kregen “It’s a good decision to bring out an edition that’s English because there are allot of students that can’t read Dutch and still want to know what’s going on here. The summaries weren’t as interesting for us because you would feel like you don’t matter. You don’t have to know the whole story, the summary is enough.” De edities van Link die bij deze interviews zijn gebruikt, zijn : #19, #18,#17.

8.2 Medewerkers

Alle ondervraagde medewerkers geven aan dat ze Link kennen. In het algemeen proberen alle medewerkers het blad iedere maand te lezen of minstens door te bladeren. Aan de hand van de interviews zijn de volgende betrokkenheid verhogende elementen opgesteld.

Onderwerpen	Medewerkers
Beleid en bestuur van de school	
-Wat betekenen de veranderingen voor medewerkers	
-Kritische kijk	
Politiek	
Informatie over medewerkers	
-Persoonlijke verhalen	

Zo geeft de geïnterviewde medewerker in *interview nummer 1* het volgende aan. “*Wat vindt u van de onderwerpen die in het blad staan?* De onderwerpen in het blad zijn prima, er is een goede afwisseling van nice to know artikelen en artikelen die je echt leest om informatie te krijgen over een beleid, of kwestie die speelt. Al vind ik wel dat ophef over niks gecreëerd wordt als je kijkt naar de commotie die ontstaat als Link een stuk schrijft met commentaar. Er was een hoop gerommel over het artikel

dat ging over de hogeschoolraad en dat studenten niet gelukkig waren maar als je het artikel las vond ik het helemaal niet schokkend. Laat ik het zo zeggen, ik las niet wat ik hoopte te lezen.” Zo zijn er ook medewerkers die onder andere meer willen lezen over andere medewerkers. Interview nummer 5; *Wat voor onderwerpen zou u graag in het blad willen zien?*

Meer over mij en mijn collega's en wat ons bezig houdt in plaats van wat studenten bezighouden. Of het zou ideaal zijn als dit goed gecombineerd kan worden in een artikel. Wat vinden studenten en docenten beide interessant om te lezen.

U zegt, ik wil meer lezen over wat mij en mijn collega's bezig houdt. Kunt u daar iets specifieker in zijn?

Bijvoorbeeld hoe De HHS omgaat met het geld dat ze hebben voor onderwijs, waar wordt het speciaal in geïnvesteerd en hoe zien wij dat terug?

Dit soort geluiden komen vaak terug in de interviews. Hieronder staan er meerdere voorbeelden van geïnterviewde medewerkers die bepaalde onderwerpen willen zien in het blad.

Interview nummer 8: *Kunt u een voorbeeld geven van een onderwerp of artikel dat u graag zou willen zien?*

Ja meer over de overheid en de plannen die het heeft met het onderwijs en meer aandacht geven aan de plannen die de school heeft voor medewerkers.

Interview nummer 9: *Wat voor onderwerpen vindt u interessant in het blad, behalve onderzoek?*

Onderzoek kan je op veel verschillende manieren definiëren maar ik vind het interessant om over de school te lezen. Het artikel over de profileringskeuze vond ik erg interessant, onderwerpen waar ik als docent over praat met andere docenten. Wat ik ook leuk zou vinden is om te lezen wat andere docenten aan het doen zijn. Sommigen van ons studeren nog ernaast of geven les op meerdere scholen. Dat zou andere docenten op ideeën kunnen brengen en kan je elkaar daarop complimenteren. Daar krijg je den ik een fijne werksfeer van.

Interview nummer 12: *Wat voor onderwerpen vindt u interessant in het blad?*

Ik vind het interessant als er artikelen over politiek in het blad staan en artikelen die gaan over de hogeschool zelf.

Kunt u daar specifieker in zijn, artikelen die gaan over de hogeschool zelf?

Ja bijvoorbeeld over onze bazen, het bestuur.

Interview nummer 15: *Ja want u zei net dat u het blad wel goed vindt?*

Ja dat vind ik ook, maar af en toe meer diepgang zou fijn zijn. Neemt niet weg dat het een goed blad is zoals het nu is, alleen is het meer gericht op de 'leuke' kant van school vind ik. Een tijd geleden stond er bijvoorbeeld een interview in met Els Verhoef, die weg is gegaan bij deze school. Dat vond ik als medewerker heel interessant en zou ik meer willen zien in het blad. Niet dat mensen weg gaan haha, maar interviews met medewerkers.

Een ander belangrijk element dat naar voren is gekomen in interview nummer 15 is het feit dat Link niet alleen een personeelsblad is maar ook voor studenten. "Als ik

veel tijd heb lees ik het blad echt inhoudelijk en als ik dat ga doen vind ik nog dat het blad goed is, maar dat er niet zo diep op sommige onderwerpen ingegaan wordt. Daarom vind ik het wel jammer dat het personeelsblad weg is omdat je daar meer ruimte had om dieper op onderwerpen in te gaan. De lezers waren immers allemaal medewerkers. *Vindt u het niet interessant om over studenten te lezen?*

Jawel, maar ik mis af en toe wel onderwerpen die meer met het beleid te maken hebben van de school. Bijvoorbeeld meer informatie over het onderwijskader en dat er een nieuwe inspectie is die zoveel strenger is. En wat voor werk bepaalde mensen doen, een andere inkijk dus. Maar dan gaat het al snel een blad worden die studenten niet leuk vinden denk ik. Daarom is het zo lastig. “

Dit brengt ons bij het volgende onderdeel van het onderzoek, de betrokkenheid verlagende elementen.

Onderwerpen

Medewerkers

Informatie over/voor studenten
-Het studentenleven

Voor sommige medewerkers zijn de onderwerpen die te maken hebben met studenten, of voor studenten bedoeld zijn niet interessant om te lezen. In Interview nummer 5 komt dit probleem onder andere ter sprake. *“Waarom niet, spreken de onderwerpen u niet aan?”* Nee klopt, ik vind dat er te weinig instaat voor mij als medewerker in het blad. Opzich is dat niet erg omdat ik het niet heel erg vindt om over onderwerpen te lezen die studenten bezig houden maar dat ga ik niet iedere maand doen. Het is zeldzaam als ik het blad lees. “

De geïnterviewde medewerker in interview nummer 8 heeft het volgende te zeggen hierover; *“Waarom niet?”*

Ik vind dat er teveel onderwerpen voor studenten in het blad staan. Het is meer een studentenblad dan het een medewerkersblad is en dat vind ik zonde.

Vond u het personeelsblad Focus beter?

Ja, daar stond veel relevante informatie in. Wat logisch is omdat het een echt personeelsblad was. Het is lastig om twee verschillende doelgroepen in één blad te stoppen. Vooral als je kijkt naar het soort informatie dat medewerkers graag willen lezen en wat studenten willen lezen. Daar is geen lijn op te trekken omdat die onderwerpen vaak niet overeen komen. ” In interview nummer 3 is de mening te lezen van een medewerker die Link niet leest. *“Waarom leest u het blad niet?”* De onderwerpen spreken mij niet aan. Het is meer een blad voor jonge mensen dan voor iemand zoals mij. Het blad begint de vorm aan te nemen van een soort roddelblad vind ik tegenwoordig.”

Maar er zijn ook medewerkers die het niet erg vinden om over studenten te lezen alhoewel dit er minder zijn. *“Sommige medewerkers vinden dat het blad teveel voor studenten is. Wat is uw mening hierover?”*

Daar ben ik het niet mee eens. Wij zijn hier om studenten te onderwijzen en als er in een blad, dat voor medewerkers en studenten is, dan teveel in zou staan voor studenten ben ik van mening dat je dat als docent wel interessant moet vinden. Waarom zou je anders voor dit beroep kiezen? Dan hou je van mensen om je heen

en wil je een andere generatie, of dezelfde als je jong bent haha graag dingen leren. Als je dan een kijkje kan nemen in de wereld van studenten hoor je dat interessant te vinden. En trouwens ik vind dat er best vaak serieuze artikelen in het blad staan. Teveel een studentenblad? Dat vind ik niet.”

Interview nummer 18: U vindt de onderwerpen goed in het blad, sommige docenten vinden dat het teveel een studentenblad is. Bent u het daarmee eens, qua verhoudingen?

Er kan weleens meer in het blad staan voor studenten daar ben ik het mee eens maar ik vind dat niet negatief. Ik vind het leuk om over studenten te lezen, wat ze aan het doen zijn, wat voor scripties ze hebben gemaakt. Dat zijn vast de medewerkers die meer beleid in het blad willen zien, ik ben een medewerker die graag nog meer over studenten wilt zien!

De Engelssprekende docent van interview nummer 7 geeft aan het blad niet te lezen omdat ze er onder andere niet genoeg tijd voor heeft en omdat er weinig artikelen in het Engels staan in het blad. Verder gaan de artikelen in het blad voor haar niet diep genoeg. Enkele belangrijke quotes uit dit interview : “*Why don’t you like magazines? Because I don’t think the topics are that interesting. They only scratch the surface and I would like to read something with more substance and more depth. It’s all too skimpy for me personally. If I want to read about something that interests me, I will read a book. You have a difference in a snack and a meal, and to me a snack is the magazine and a meal is the book. There’s nothing wrong with wanting a snack every now and then. For me the snack isn’t Link but it’s Reader’s Digest.*”

So you would like to see more about health in the magazine and funny/crazy facts?
Yes or subjects that have to do with working smarter. And maybe more things about my co-workers. The few pages that you have in English don’t really tell you anything about that.

Recently a new edition came out that’s entirely in English. Did you see that?
Yes I think that’s a very smart move because you will get more people that want to read the magazine and that’s never a bad thing. You can’t go wrong there. But again, too many skimpy topics for me. I didn’t really read anything that’s interesting for me as a teacher. The article about the research was nice to read although I think it could have been done in a better way so it was more interesting.

8.3 Betrokkenheidselementen in andere hogeschoolbladen

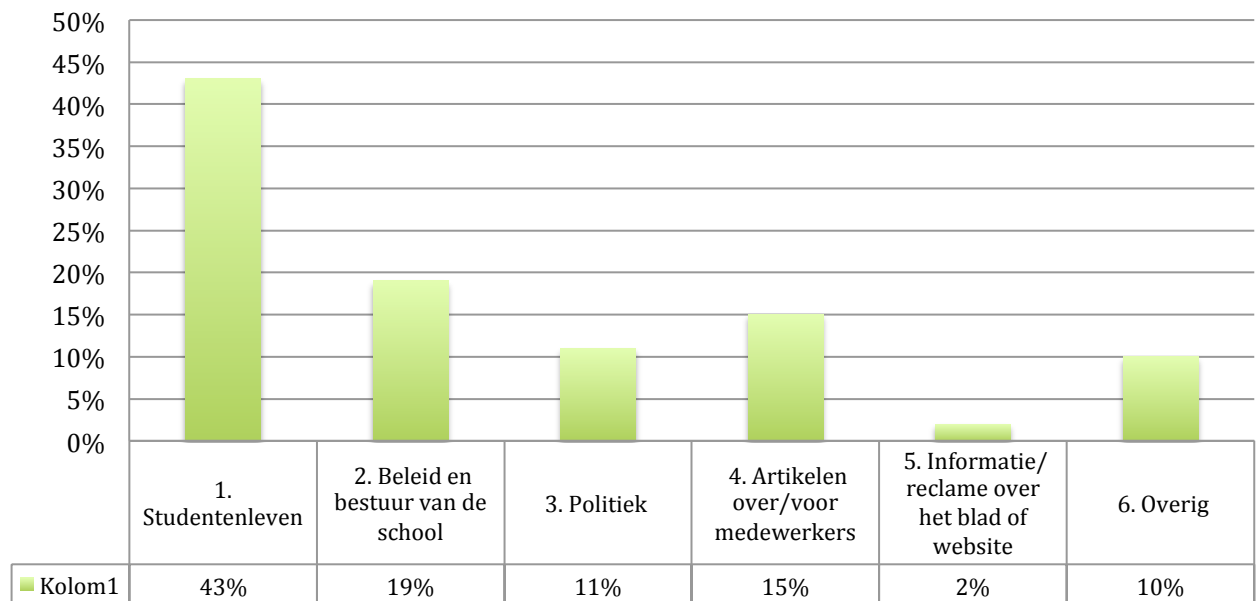
Welke betrokkenheidselementen komen voor bij andere hogeschoolbladen?

Er zijn vier hogeschoolbladen geanalyseerd.

Profielen

Er zijn vijf uitgaven van Profielen geanalyseerd. Iedere uitgave bevat rond de 25 artikelen. In totaal zijn er 128 artikelen geanalyseerd. Hieronder ziet u de verdeling van de onderwerpen in deze 128 artikelen.
De onderwerpen zijn ingedeeld in rubrieken.

Verdeling onderwerpen



De meerderheid van de artikelen die in Profielen staan hebben te maken met het studentenleven. Dit kun je zien aan de vaste rubrieken die in Profielen staan zoals 'Wie ben jij dan?' en 'Bij de les'. Er wordt veel aandacht geschonken aan de bezigheden van studenten, een voorbeeld hiervan is het artikel 'Achter de voordeur'. In dit artikel lees je meer over de stage van HR- studenten die 'multi-problem' gezinnen begeleiden. In nummer 98 kun je een artikel lezen over de hotspots in Rotterdam volgens studenten en over een tripje naar Moskou. In nummer 96 is een beeldreportage geplaatst waarbij Chinese studenten aan het woord komen. In de beeldreportage vertellen ze onder andere waarom ze naar Nederland zijn gekomen en wat ze van hun opleiding en Nederland vinden.

Nummer 95 heeft als thema de langstudeerboete. In dit nummer staan drie profielen van langstudeerders met hun persoonlijke verhaal erbij.

Ondanks dat er veel artikelen te vinden zijn die over het studentenleven gaan krijgen de medewerkers ook stof om te lezen. Als we wederom kijken naar de vaste rubrieken zien we dat in de rubriek 'Kennisswerker' bij iedere uitgave een medewerker (docent) de kans krijgt om meer over zijn passie te vertellen. Of dit nu over het rendement van elektrische auto's is, of dat Rotterdam een carrière stad is. De redactie schrijft verder veel over het bestuur en beleid van de hogeschool. Wat opvalt is dat de artikelen vaak in te delen zijn in het opiniërende/beïnvloedende kader omdat het of inzicht geeft, of een oordeel geeft over een bepaalde kwestie. Medewerkers en andere belangrijke personen worden vaak om hun mening gevraagd in de artikelen.

Verder werken er steeds andere studenten mee aan de totstandkoming van een uitgave. In nummer 96 hebben bijvoorbeeld twee verschillende studenten illustraties

gemaakt. In het blad is reclame terug te vinden voor de website, een vast onderdeel in de rubriek 'Kort nieuws' is 'Best gelezen op de website'. De reden dat er echter toch een laag percentage voor is bij de verdeling van onderwerpen is omdat er bij de analyse is gekeken naar het voornaamste onderwerp. Alleen in uitgave 94 en 97 moet er echt gekeken worden naar de website om het artikel te kunnen lezen. In de overige uitgaves staat er een kleine samenvatting.

Het blad werkt niet met ijkpersonen, blijkt uit een interview met de hoofdredacteur van het blad (Dorine van Namen). "Wij volgen het landelijk nieuws en het nieuws over de school, beleidsontwikkelingen. Er wordt niet gewerkt met ijkpersonen maar wij hebben een flink aantal rubrieken zoals 'Afgestudeerd' en 'Wie ben jij dan' en wij proberen de 90 opleidingen die wij hebben hierin te vertegenwoordigen zodat studenten zich kunnen identificeren en kunnen bekijken wat ze later kunnen doen met hun opleiding. En of de opleidingen een grote rol hebben gespeeld in het leven van afgestudeerden." De verdeling van onderwerpen voor studenten en medewerkers is lastig, zoals bij ieder ander hogeschoolblad. Dorine had hierover het volgende te zeggen; *"Het is voor de hele hogeschoolgemeenschap, dus niet alleen voor studenten en niet alleen voor medewerkers. Het is moeilijk om bijvoorbeeld zo te schrijven dat alle studenten het blad interessant vinden, een student kunstacademie heeft andere interesses dan een student die geneeskunde studeert. Daar houden wij ons niet mee bezig, wij proberen vooral een soort gemene deler te zijn, ik verwacht niet dat het blad door een student helemaal gelezen wordt, maar ook niet dat een medewerker het hele blad leest. Meer dat er gekeken wordt naar wat er interessant is voor jou als student of medewerker. We proberen wel altijd de veranderingen en het belangrijke nieuws zo te schrijven dat we het terug vertalen naar studenten of juist de instelling. Zo hadden wij laatst een artikel over het leenstelsel en wat dat betekent voor studenten."*

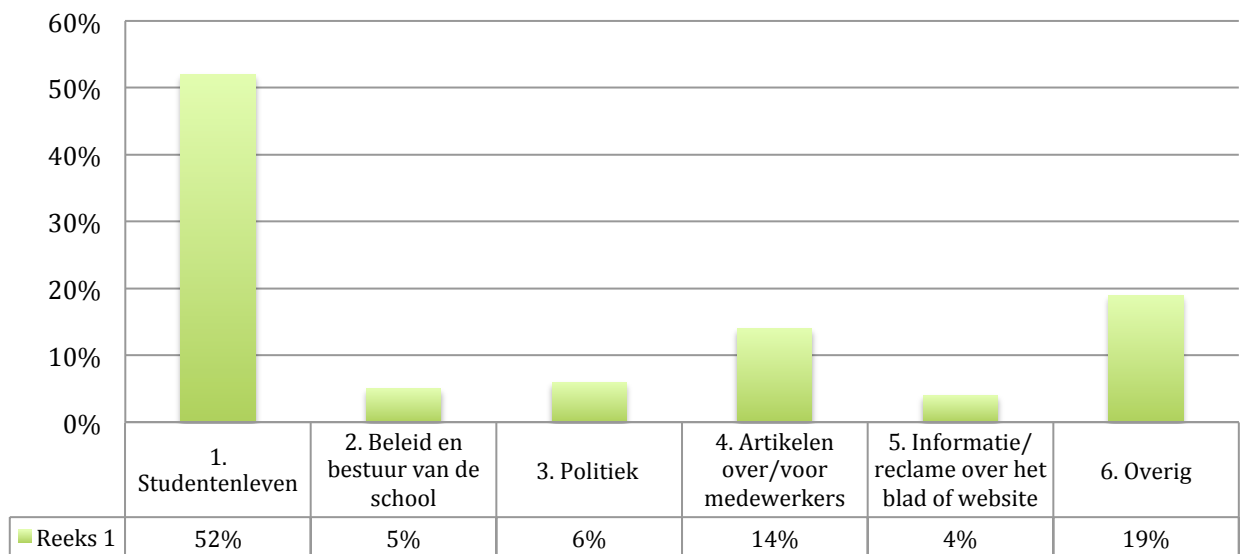
Op de vraag hoe er gereageerd wordt op kritische artikelen gaf Dorine het volgende antwoord; *"Ja vaak genoeg, dan gebeurt er niks verder maar er wordt zeker op gereageerd."*

Er worden geen artikelen in het Engels geschreven in Profielen.

Trajectum

Wederom zijn er vijf uitgaves geanalyseerd. Iedere uitgave bevat rond de 24 artikelen. In totaal zijn er 124 artikelen geanalyseerd. De verdeling van de rubrieken is weergegeven in de tabel.

Verdeling onderwerpen



Uit de cijfers blijkt dat rubriek 1, het studentenleven, het meest voorkomt in Trajectum. Er staan artikelen in Trajectum over de verkiezing van het leukste studentenhuus, het uitstelgedrag van studenten en wat daartegen gedaan kan worden en op welke manier geld bespaard kan worden. In iedere uitgave schrijft columnist Sjoerd een column over het studentenleven en de issues die daarmee gepaard gaan zoals het vinden van een baan en activiteiten naast school. In de rubriek kort nieuws staat vaak een foto die weergeeft waar (een groep) studenten aan werken, zoals studenten journalistiek die aan een documentaire werken. Studenten kunnen vragen opsturen naar de redactie waar antwoord op gegeven wordt door de decaan, conatieve artikelen vind je redelijk vaak terug in Trajectum (denk hierbij aan de tips om geld te besparen en tips tegen het uitstelgedrag).

Na de rubriek over het studentenleven staat er veel 'overige' informatie in het blad. De nieuwste trend op het gebied van sport ('Bootcamp is voor bikkels!') tips over de beste B-films die er te vinden zijn op de markt en hoe je het beste je tijd op een festival kan doorbrengen. Ook is er een mini prikbord te vinden waarbij onder andere organisaties oproepen kunnen doen voor stagiaires of andere zaken. Een agenda met de data van theatervoorstellingen, feesten en optredens staat bijna achteraan het blad. Wanneer er gekeken wordt naar rubriek 4 is de column van Ad Franzen een goed voorbeeld van informatie over en voor de medewerker. De column geeft een kijkje in de wereld van een docent en waar deze zich aan kan ergeren.

De kritische noot in Trajectum is duidelijk aanwezig. Dit komt door rubrieken zoals

‘Stelling’ waarbij deskundigen en betrokkenen hun mening en analyse geven en de rubriek #HU waarbij tweets van studenten en docenten worden gepubliceerd door het gebruik van de hashtag. Het merendeel van deze tweets hebben een negatief karakter zo tweet @pvlaanderen ; *‘Wat een ambtenaren instelling is de hogeschool van Utrecht. Van het kastje naar de muur en weer terug. Zo klaar mee!’*

De ontevredenheid van sommige medewerkers over de kritische noot in het blad kan je terugvinden in de rubriek ‘Brief’. In uitgave nummer 16 geeft daar onder andere een projectteam en de programmadirecteur van bachelors een reactie op de content van het blad. Hoe er gereageerd wordt op de content van het blad door het College van Bestuur had de hoofdredactrice Janny Ruardy het volgende te zeggen: *“Er staan af en toe best negatieve dingen in het blad over de school. Bijvoorbeeld in de tweets of in de stellingen. Is het ooit zo geweest dat jullie hier van de school reacties op hebben gekregen?”* Nee, daar hebben wij geen last van ik moet zeggen dat als je een goed verhaal hebt of goede credits dan heb je echt een poot om op te staan. Als je kwaliteit aflevert in een negatief artikel blijft het kwaliteit. En af en toe moeten er negatieve berichten in anders kan het net zo goed een PR blaadje gaan worden. Het ligt natuurlijk wel aan het College van Bestuur die je hebt hoe ze ermee om gaan. “

Vijf procent van de artikelen gaat over het bestuur en beleid van de school. Dit is een bewuste keuze die de redactie maakt. *‘Nee klopt, ik vind beleid niet zo interessant in een schoolblad. Wel als er aanleiding voor is dus als een beleid verkeerd is gegaan of juist heel goed. Als wij over beleid schrijven proberen wij vooral te schrijven over wat mensen aanspreekt.’* Uit een lezersonderzoek is gebleken dat 70% van de studenten het blad leest en bijna alle medewerkers. (Interview Janny Ruardy, 2012) Een onderwerp dat goed gelezen wordt is bijvoorbeeld ‘Student style’, blijkt uit het interview. *“En welke onderdelen worden goed bezocht? Uit mijn onderzoek is naar voren gekomen dat studenten bijvoorbeeld graag meer mode willen zien in Link. Wordt ‘student style’ bij jullie goed bezocht?”*

Ja dat is een hele populaire rubriek op de site en dit willen we ook als pagina in het blad gaan maken binnenkort. “

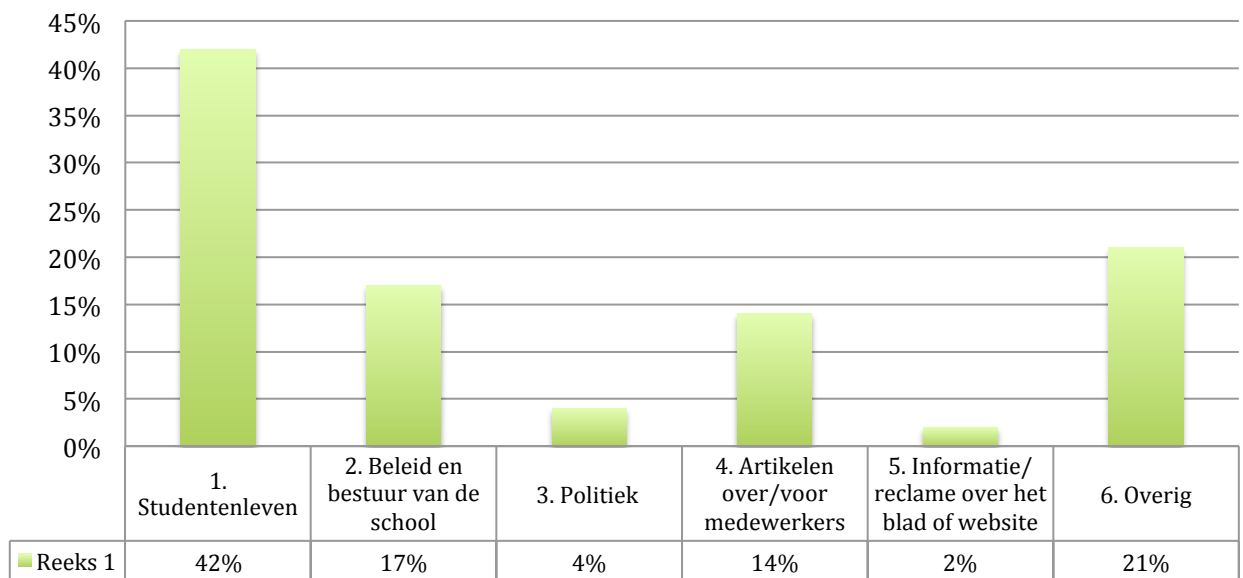
Studenten werken mee aan Trajectum. De rubriek ‘Standplaats in Paramaribo’ is geschreven door zestien journalistiekstudenten.

Er staan geen Engelse artikelen in Trajectum.

Saxx

Iedere uitgave van Saxx bevat rond de 40 artikelen, alleen nummer 9 bevat 20 artikelen. Nummer 9 heeft als thema welkom en spreekt meer de eerstejaars aan. Dit kan verklaren waarom er minder artikelen in dit nummer staan. In totaal zijn er 183 artikelen geanalyseerd. De grafiek geeft de verdeling van onderwerpen aan.

Verdeling onderwerpen



Zoals de grafiek laat zien staan er veel artikelen in Saxx die met het studentenleven te maken hebben. Er is een speciale rubriek in het blad voor studenten namelijk 'Student & Co' hier staan ongeveer zes artikelen in. Welke sport studenten naast hun studie beoefenen zoals in nummer 8 'Tessa Klein Braskamp combineert voetbalcarrière met studie' en de opvallende nieuwtjes voor studenten zoals het artikel 'Chinees voor studenten'. Medewerkers hebben een soortgelijke rubriek 'Collega & Co' waar het juist gaat om meer informatie voor de medewerker. Er wordt vooral veel aandacht geschonken aan de activiteiten van docenten, een goed voorbeeld hiervan is het artikel in nummer 6 'Docent, formateur en loco-burgemeester' dat gaat over Saxion docent Gerhard Bos' Andere artikelen die verder in deze rubriek staan zijn informerende artikelen, bijvoorbeeld 'Promotieregeling aangepast' (#5) en 'Minder ondersteunend personeel' (#6) Beide rubrieken bevatten columns. Voor studenten gunt Jasper een kijkje in zijn wereld met typische studentenonderwerpen en voor de docenten is het Sacha die schrijft over de zaken waar docenten vaak tegenaan lopen. De columns bevatten een duidelijke opinie. Over de keuze van de verdeling van onderwerpen voor studenten en docenten had Thijs Klaverstijn het volgende te zeggen: *'Belangrijkste toch wel de studenten omdat het aantal studenten belachelijk veel groter is dan die van de medewerkers. Wij proberen het wel te verdelen.'* Zo staat er ook een artikel in het blad met de beste internationale en meest exotische plekken om op stage te gaan.

In nummer 8 is eenmalig de rubriek '#Saxion' in het leven geroepen. Deze rubriek bevat tweets van studenten die de hashtag gebruikten. In deze rubriek komen geen negatieve tweets voor over de school, maar meer over de persoonlijke activiteiten van studenten zoals de tweet van Jordi_GS: 'Marketing! Laatste les van het 1^e jaar aan #Saxion. Nu wordt het zelf bikkelen voor mijn P!' Verder wordt het resultaat van de Poll op internet in het blad gezet.

Een andere vaste rubriek in het blad is de 'Opinie' waarin Yvonne van de Meent haar kijk geeft op een actueel onderwerp of een onderwerp dat in het blad heeft gestaan. Zij is gespecialiseerd in onderwijs en onderbouwt haar standpunt.

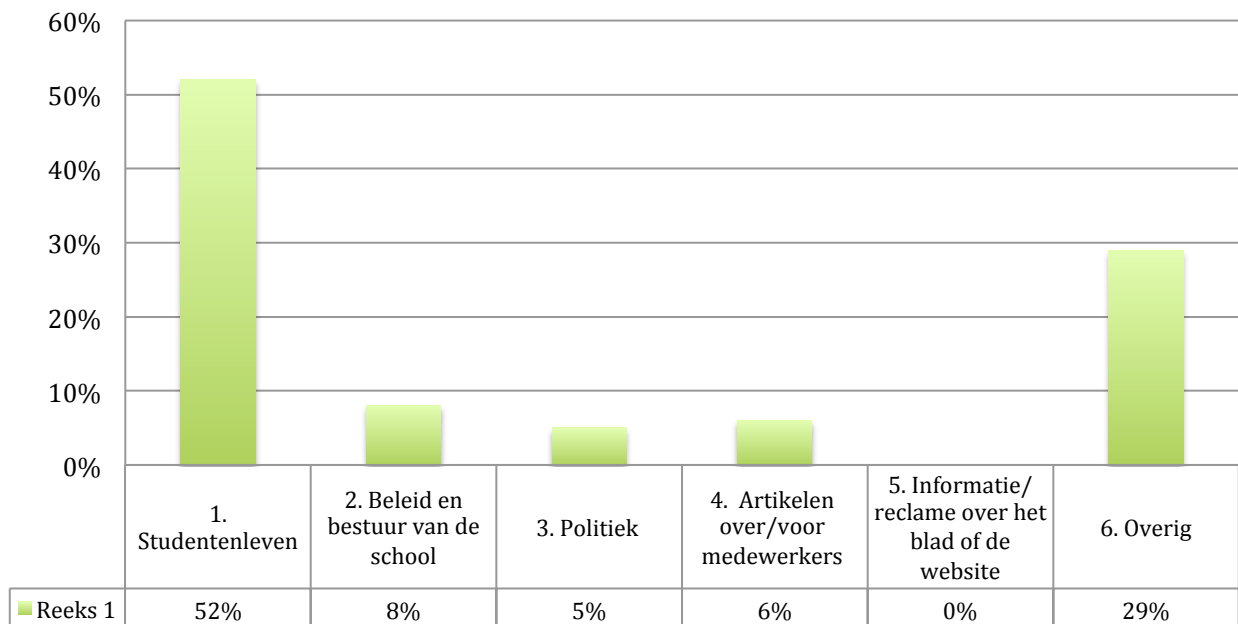
Het beleid en bestuur van de school is een ander onderwerp dat veel in Saxx voor komt. Vooral bij de uitgebreide artikelen zodat de lezer meer inzicht krijgt in de situatie. Voorbeelden van deze artikelen zijn: 'Een hogeschool waar kwaliteit niet ter discussie staat' en 'De fusie waar geen ontkomen aan is'.

In de rubriek overig vallen de recensies en de agenda van de vaste rubrieken. Een paar voorbeelden van de artikelen die verder onder deze categorie vallen en niet een vaste plek hebben in het blad is bijvoorbeeld het artikel 'De kwadratuur van de cirkel'. Dit is een verhaal geschreven door Claus Brockhaus in het kader van de Boekenweek. 'De saxx pizza test' waarbij de beste pizza wordt gezocht omdat een pizza het ultieme studenten eten is (#6) en het artikel 'Like it or not' (#8) een Engelstalig artikel over het snoepgoed van Nederland. In Saxx staan Engelse artikelen. Er staan samenvattingen van andere Nederlandstalige artikelen in maar ook artikelen die van pas komen voor internationale studenten. Zoals de plekken die je moet bezoeken in Amsterdam en wat het woord 'gezellig' nu eigenlijk betekent en hoe je het uitspreekt.

Hanzemag

Iedere uitgave van Hanzemag bevat rond de 31 artikelen. Alleen nummer 1 (2012-2013) bevat aanzienlijk minder artikelen, namelijk 16. Dit kan te maken hebben met het feit dat deze editie een kennismaking is voor eerstejaars en er daarom minder artikelen in staan. In totaal zijn er 142 artikelen geanalyseerd. De verdeling van de onderwerpen in deze artikelen worden weergegeven in de grafiek

Verdeling onderwerpen



Meer dan de helft van de 142 artikelen hebben te maken met het studentenleven. Als er gevraagd wordt aan Chris Wind (hoofredacteur) of dit een bewuste keuze is, is dit zijn antwoord: *‘Klopt dat was bij ons ook zo, daarom heb ik ervoor gestreden om het blad meer voor studenten te maken. Het is heel moeilijk he, als je kijkt naar alle bladen die er zijn heeft geen enkel ander blad de taak om voor twee verschillende doelgroepen te schrijven. Kijk naar Viva of een andere glossy, dan weet je heel snel wat voor onderwerpen je doelgroep wilt lezen. Medewerkers en studenten willen allebei andere informatie. Wij richten niet meer op medewerkers omdat wij hopen dat medewerkers het ook interessant vinden om over studentenonderwerpen te lezen. Het zijn toch de studenten waar je les aan geeft of waar je veel mee te maken hebt. De hogeschool brengt zelf ook nieuws naar buiten, en studenten vinden het vaak niet interessant om over beleid te lezen daarom moet je het vertalen naar de studenten zelf en niet alleen per dan en dan verandert er dit.’*

In iedere uitgave van Hanzemag staat de rubriek ‘Loco’. In deze rubriek staat één student in de spotlight die de kans krijgt om over zijn favoriete bezigheid naast school of iets anders te praten. Een andere rubriek in het blad is de rubriek ‘Onderneem t’. Deze rubriek laat zien dat er studenten op de Hanzehogeschool Groningen zitten die naast hun studie al bezig zijn met hun droom realiseren. Dit kan een eigen bedrijf zijn of een DJ carrière. Hanzemag besteedt aandacht aan de projecten waar studenten mee bezig zijn door dit te belichten met een beeldreportage of een artikel te schrijven over een bijzondere stageplek van een student ‘Jaring kon flink aan de bak tijdens

zijn stage in Capetown' (#8) Het blad probeert hiermee inzicht te bieden. Een ander voorbeeld hiervan is het artikel 'Honours studenten, wat bezielt ze?' (#9). In dit artikel komen verschillende Honours studenten aan het woord die uitleggen waarom ze het programma volgen en hoe ze dit combineren. Voor advies over uitlopende zaken kunnen studenten hun problemen/vragen opsturen naar Loes. In de rubriek 'Lieve Loes' wordt antwoord gegeven op de vragen van studenten Dit hoeft niet met school te maken te hebben maar bijvoorbeeld ook met liefde/vriendschappen. Verder schrijft studente Habon Abdulahi in iedere uitgave een column.

Er wordt weinig geschreven over het bestuur en beleid van de school. Wanneer dit wel gebeurt is het perspectief vooral op studenten gericht, zoals Chris Wind al aangeeft in het interview. Voorbeelden hiervan zijn de artikelen 'HG maakt studiebijsluiter' (#9) en 'BSA gaat naar 48 studiepunten' (#8).

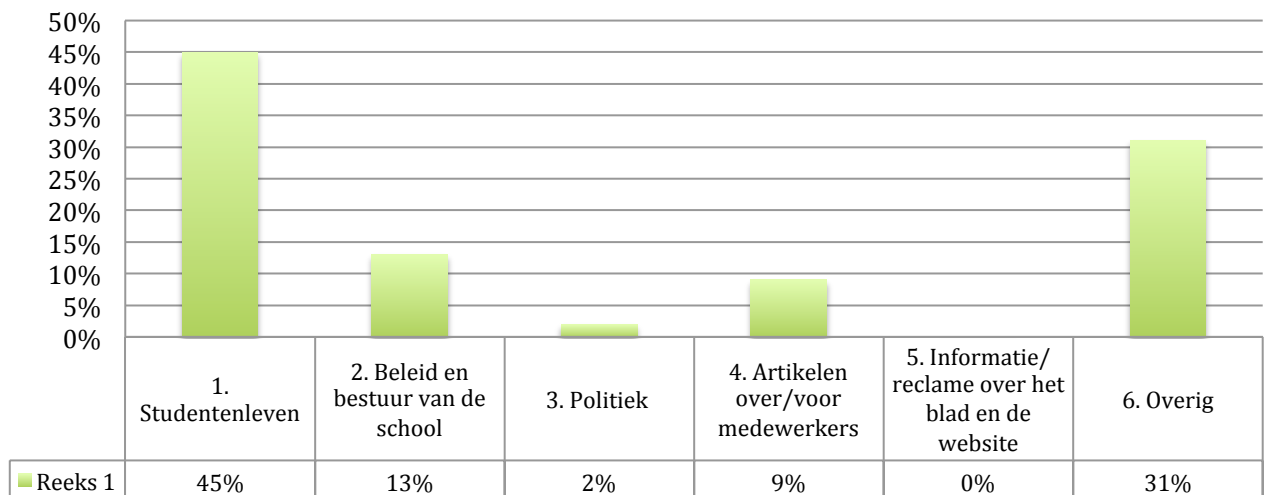
Verder staat er iedere maand een stelling in het blad waar twee personen op reageren met hun eigen mening. Dit is de rubriek 'Versus'.

De rubriek 'Overig' komt als tweede veel voor in het blad. De artikelen die in deze rubriek horen zijn uiteenlopend. Zo wordt er geschreven over activiteiten die in Groningen worden gehouden; 'Galm mee in Groningen' (#8) over een zangworkshop en 'Twee nachten om (over) na te denken' over de Groningse Nacht van de Filosofie. Maar onder deze rubriek vallen ook artikelen als de 'Terrassentest' in nummer 9 en hoe een dag eruitziet als je bij de Voedselbank werkt (#10). De '*Going Dutch cartoon*' is een ander voorbeeld van een vaste rubriek die hieronder valt. In deze cartoon worden typische Nederlandse gebruiken op een grappige manier uitgelegd aan internationale studenten. Er staan dus Engelse artikelen in Hanzemag. Een vaste rubriek voor de internationale studenten is 'Legal Alien' waarin een internationale student verteld waarom deze heeft besloten om in Nederland te studeren en hoe dit bevalt. Verder staan er andere artikelen in over de projecten waar internationale studenten mee bezig zijn zoals 'The Thumbs Up Africa Adventure' dat georganiseerd is door Honours studenten van de opleiding International Business & Management.

Link

Er zijn vijf uitgaves van Link geanalyseerd zodat er genoeg bruikbare informatie is om te vergelijken met de andere hogeschoolbladen. In totaal zijn er 130 artikelen geanalyseerd en de verdeling van de onderwerpen worden in de grafiek weergegeven.

Verdeling onderwerpen



In Link wordt net als de andere hogeschoolbladen het meest over het studentenleven geschreven. Er zijn gelijkenissen te trekken tussen Link en de andere hogeschoolbladen. Zo staat er in Link ook kort nieuws en staan er uitgebreidere artikelen in het blad die meer achtergrond bieden en daarom een cognitieve functie hebben en ervoor zorgen dat de lezer meer inzicht krijgt in een situatie. Even bellen met is een rubriek die je ook ziet terugkomen in een blad als Trajectum, alleen valt het op dat de interviews in Trajectum vaak te maken hebben met studenten of iemand die niet met de hogeschool te maken heeft zoals een directeur van een festival (#16) Er wordt geen stelling of standpunt in het blad besproken. De vaste rubrieken die te maken hebben met het studentenleven in het blad zijn: 'In beeld', 'Scriptieprijs' en 'Onder de hamer'. Bij de rubrieken 'Spotlight' en 'Even bellen met' en kan dit verschillen. Voor meer informatie over de medewerkers hier op De HHS is er 'Was getekend'. Verder staan er geen artikelen in Link waar vragen worden beantwoord van studenten en er worden geen tweets uitgelicht van studenten of medewerkers.

De rubriek 'Overig' komt op één na het vaakst voor in het blad. Voorbeelden van de rubrieken die hieronder vallen zijn: 'Juweeltjes', 'Melting Pot', 'Tips van' en 'Het saai college'. Een paar voorbeelden van de artikelen die hieronder vallen zijn: 'Zij hebben stijl' in nummer 19 en 'Ruim €1000 om te winnen' in nummer 17. Er wordt weinig geschreven over feesten en andere interessante bezigheden voor studenten zoals leuke restaurants of barretjes. Er staat ook geen agenda in het blad waarin interessante dingen op het gebied van cultuur etc. in staan.

De derde rubriek die het meest voorkomt in het blad heeft te maken met het beleid

en bestuur van de school. Voorbeelden hiervan zijn; 'Spanning in de hogeschoolraad' , 'De Haagse laat HOVO vallen' en als reactie op 'Spanning in de hogeschoolraad' het artikel 'Hogeschoolraad maakt balans op'.

Er wordt in het blad weinig verwezen naar de website, behalve in nummer 21 waar er via een advertentie wordt verwezen naar de website. De poll van de website wordt niet in het tijdschrift geplaatst.

Er worden artikelen in het Engels geschreven. Vaak zijn dit samenvattingen van de artikelen die uitgebreider in het Nederlands zijn. Hierdoor verliezen de samenvattingen hun opiniërende/beïnvloedende kracht en wordt het meer cognitief van aard (overzicht).

Conclusie en aanbevelingen

De hoofdvraag van deze scriptie is:

Op welke manier kan de redactie de betrokkenheid bij de producten Link en Link Online vergroten onder studenten en medewerkers van de HHS?

Uit de resultaten is gebleken dat van alle ondervraagde studenten die Link kennen, 62% aangeeft Link niet te lezen. Voor veel studenten zijn de onderwerpen in Link de zogenaamde 'deal breaker'. Studenten vinden de onderwerpen te saai of lezen liever een ander tijdschrift in hun vrije tijd die meer te maken heeft met hun persoonlijke interesses. Verder zijn er studenten die aangeven dat ze geen tijdschriftenmens zijn, en het is bijna onmogelijk om deze studenten zover te krijgen dat ze Link gaan lezen. De studenten die Link niet interessant vinden om te lezen, vinden dat er teveel in het blad staat over het beleid en bestuur van de school en teveel informatie over/voor medewerkers. Als we terugkijken naar de interviews is een uitspraak in interview nummer 19 erg typerend: *'Medewerkers willen juist over onderwerpen lezen als het College van Bestuur denk ik terwijl studenten dit helemaal niet interesseert. Mij in ieder geval niet. Dan kan je het blad beter of voor studenten maken of voor medewerkers niet voor allebei.'* Deze informatie klopt ook als we gaan kijken naar de antwoorden die zijn gegeven over de vaste rubrieken in Link. Vooral 'Even bellen met' en 'Was getekend' worden het meest aangegeven als niet interessant. Belangrijk om hierbij te vermelden is dat bij de nummers die zijn gelezen er in 'Even bellen met' interviews stonden met Ellen Wesselingh, docente Information Security Management, Gerrit Dijkstra lector Public Management, student Yvonne Bal en Rianne Valkenburg lector Kennistransfer in Productinnovatie. Het merendeel dus interviews met medewerkers van De HHS.

Als wij gaan kijken naar het model dat Christine Liebrecht (2008) heeft ontworpen over verhogende en verlagende betrokkenheidselementen zien we dat informatie over personen die ver van de lezer staan betrokkenheid verlagend werken, zoals informatie over medewerkers. Net als informatie met het perspectief op de organisatie. Studenten vinden het interessanter om artikelen te lezen over personen die 'dichtbij' de lezer staan zoals andere studenten, en dit werkt daarom betrokkenheid verhogend. Onderwerpen die betrokkenheid verhogend werken volgens de ondervraagde studenten zijn bijvoorbeeld persoonlijke verhalen van andere studenten. Waarom internationale studenten besluiten om in een ander land te gaan studeren en hoe het bijvoorbeeld bij andere studenten verloopt op stage. Studenten kunnen deze informatie gebruiken als een gratificatie die zij ontleen wanneer zij media gebruiken, namelijk identificatie. Studenten zijn op zoek naar confirmatie in hun gedrag of juist affirmatie. Dit kan ervoor zorgen dat studenten hun normen en waarden gaan veranderen en daardoor hun gedrag. Dit kan door middel van artikelen die op het affectieve in gaan zodat studenten hun houding kunnen gaan veranderen of door conatieve artikelen. Wanneer het duidelijk wordt voor studenten wat ze moeten doen in een bepaalde situatie, werkt dit betrokkenheid verhogend. Hierbij kan er gedacht worden aan artikelen die tips geven voor studenten of persoonlijke verhalen van studenten die op een bepaalde manier hun problemen hebben opgelost zoals het uitstellen van huiswerk maken.

Verder geven studenten aan dat zij het interessant vinden om kritische artikelen te lezen. Het is ook belangrijk voor een hogeschoolblad om kritische artikelen in het

blad te hebben. Het doel van Link is om de betrokkenheid van studenten en medewerkers te vergroten door onder andere opiniërende artikelen te schrijven. Als een lezer niet gemotiveerd is of niet 'gekwalficeerd' genoeg is om de tekst te verwerken, dan doet deze dat oppervlakkig volgens Van Dam en Mulder (2008). Als er dan alleen gekeken wordt naar de bron van de boodschap en het blad nooit kritische artikelen schrijft wordt er al gauw een andere opinie aangemaakt of wordt het blad als onbetrouwbaar gezien. Daarom is het belangrijk dat er kritische artikels voorkomen in het hogeschoolblad zodat Link als betrouwbaar gezien wordt en dat studenten en medewerkers in staat zijn om een opinie te vormen.

Een ander punt dat vaak aangegeven wordt onder studenten is dat er te weinig in Link staat over de zogenaamde 'hotspots' hier in Den Haag. Als we kijken naar de analyse van Link, komt dit inderdaad overeen. Er staat weinig in over feesten en restaurants etc. in Den Haag of op De HHS zelf. De onderwerpen worden redelijk serieus gehouden. Terwijl er in een hogeschoolblad ook ruimte moet zijn voor verstrooiing. Verstrooiende onderwerpen worden niet als nutteloos gezien als ze verband houden met het doel van de organisatie en als duidelijk is dat de aantrekkelijkheid van het blad bij een gedeelte van de doelgroep verhogen (Visser, 2005). Dit is zeker het geval als we wederom kijken naar het betrokkenheid verhogende model van Liebrecht.

Over op de medewerkers. In het algemeen proberen alle ondervraagde medewerkers het blad iedere maand te lezen of het in ieder geval door te bladeren. Dit kan zijn omdat de medewerkers het blad in het postvakje krijgen, en het dus makkelijker is voor docenten om eraan te denken om het blad te lezen. De informatie die voor medewerkers betrokkenheid verhogend werkt is vaak precies het tegenovergestelde van wat de studenten willen lezen. Zo geven medewerkers aan dat zij vooral artikelen willen lezen over het beleid en bestuur van de school, en wat dit voor de medewerker inhoudt. Dit is logisch omdat dit juist voor medewerkers belangrijke informatie is en dit klopt met het betrokkenheid verhogende model van Liebrecht. Het perspectief op de medewerker werkt voor medewerkers namelijk betrokkenheid verhogend net zoals de persoonlijke verhalen van andere medewerkers. Dit geeft de medewerker in interview nummer 9 aan; *Wat ik ook leuk zou vinden is om te lezen wat andere docenten aan het doen zijn. Sommigen van ons studeren nog ernaast of geven les op meerdere scholen. Dat zou andere docenten op ideeën kunnen brengen en kan je elkaar daarop complimenteren. Daar krijg je denk ik een fijne werksfeer van.* Een artikel die dit combineert tikt een behoorlijk aantal van de betrokkenheid verhogende elementen aan. Het perspectief is op de medewerkers en personen dichtbij de lezer en dit kan ook gezien worden als motiverende informatie of 'Human Interest'.

Helaas geven sommige medewerkers aan dat ze vinden dat er te weinig informatie voor hun in Link staat omdat er bijvoorbeeld teveel informatie in staat voor de studenten. Dit kan betrokkenheid verlagend werken. Gelukkig geldt dit niet voor iedere medewerker en geeft de geïnterviewde in interview nummer 11 het volgende aan: *'Wij zijn hier om studenten onder te wijzen en als er in een blad, dat voor medewerkers en studenten is, dan teveel in zou staan voor studenten ben ik van mening dat je dat als docent wel interessant moet vinden. Waarom zou je anders voor dit beroep kiezen? Dan hou je van mensen om je heen en wil je een andere*

generatie, of dezelfde als je jong bent haha graag dingen leren. Als je dan een kijkje kan nemen in de wereld van studenten hoor je dat interessant te vinden.'

Studenten en medewerkers hebben één ding met elkaar gemeen, en dat is dat ze beiden meer kritische artikelen willen zien. De gratificatie die hieraan bijvoorbeeld ontleend kan worden is surveillance, zodat deze op de hoogte zijn van recente ontwikkelingen op De HHS.

Om zich beter aan te sluiten op de behoeften van de doelgroep zijn de volgende aanbevelingen samengesteld.

Aanbevelingen

1. Scheiding in het blad

Het is moeilijk voor iedere hogeschoolblad om artikelen te schrijven die interessant zijn voor zowel student als medewerker. Vooral omdat de behoeften van de doelgroepen zo uiteenlopen. Wat betrokkenheid verhogend voor een student werkt, kan juist betrokkenheid verlagend voor een medewerker zijn. Profielen kiest er bijvoorbeeld voor om een gemene deler te zijn terwijl Hanzemag er zelfs voor heeft gekozen om zich voornamelijk op studenten te richten. Mijn advies voor Link is om wel rekening te houden met beide doelgroepen nu het personeelsblad Focus is verdwenen. Wat wel handig is voor studenten en medewerkers is om duidelijk te maken voor wie het artikel bedoeld is. Hierbij kan er gekeken worden naar het hogeschoolblad Saxx die speciale rubrieken heeft gemaakt voor student (Student & Co) en medewerker (Collega & Co).

Een ietwat extremere aanbeveling is om het blad helemaal op te splitsen, zodat er een duidelijke verdeling is. Zo kan de eerste helft van Link helemaal op studenten gericht zijn met bijbehorende cover en het tweede gedeelte helemaal voor medewerkers. Er kan voor gekozen worden om de cover van het gedeelte voor de medewerkers op zijn kop te plaatsen zodat het blad daadwerkelijk omgedraaid moet worden.

Op deze manier kan een student of medewerker er zelf voor kiezen welke artikelen ze willen lezen die bijvoorbeeld niet specifiek te maken hebben met medestudenten of medecollega's.

2. Kritische artikelen schrijven

Er zijn in Link weinig kritische artikelen te vinden op het moment. Als er gekeken wordt naar een hogeschoolblad als Trajectum met een hoog lezersaantal is dit veel meer aanwezig door het gebruik van rubrieken zoals 'Stelling' en '#HU'. Beide rubrieken geven een andere kijk op de hogeschool. Zoals er in de conclusie besproken is, zorgt een kritisch blad ervoor dat studenten en medewerkers sneller het blad als betrouwbaar zien en ook beter een opinie kunnen vormen. In Saxx staat er zelfs een rubriek met de titel 'Opinie' waarin een freelance journalist gespecialiseerd in onderwijs haar mening geeft over onderwerpen.

Kritische artikelen werken betrokkenheid verhogend ook als ze door een extern persoon worden geschreven. Een scherpe column of een rubriek met een standpunt of stelling en studenten en medewerkers hierbij aan het woord laten zorgt ervoor dat

de beide doelgroepen meer kritische artikelen lezen in iedere uitgave en zelf ook nog hun mening kunnen geven.

3. Over andere onderwerpen schrijven

Verstrooiing is een belangrijk element in een hogeschoolblad. Studenten geven vooral aan dat ze meer willen zien over de activiteiten die ze kunnen doen in hun vrije tijd. Dit kan te maken hebben met cultuur maar ook met festivals/feesten. Het is daarom een idee om een 'Hot spots in DH' rubriek te maken waarbij de redactie op zoek gaat naar leuke tentjes of interessante voorstellingen etc. in Den Haag. De agenda kan hiervoor bijvoorbeeld ook weer in het leven geroepen worden. Dit is een handige manier om snel een overzicht te hebben van alle activiteiten voor bijna iedere maand. Mode leeft ook erg onder de studenten. Ook bij Trajectum is dit één van de best gelezen rubrieken op de site. 'The style of ...' is een rubriek die gemaakt kan worden waarbij iedere uitgave een goed geklede student of medewerker op de foto gaat en er een kleine uitleg bij geeft door bijvoorbeeld een interview.

Voor internationale studenten is het vooral belangrijk om meer identificatie in het blad te zien. De samenvattingen in het blad vervullen deze behoefte niet. Internationale studenten willen meer lezen over andere internationale studenten, ze hebben behoefte aan identificatie. Hanzemag heeft een vaste rubriek in het blad waarbij een internationale student vertelt over de keuze om in het buitenland te studeren. Een idee voor Link is om een column te laten schrijven door een internationale student die over typische studentenonderwerpen schrijft die vooral betrekking hebben op internationale studenten.

Voor medewerkers die meer over collega's willen lezen is het een idee om iedere maand een interview te houden met een medewerker die met iets interessants bezig is naast zijn werk. Bijvoorbeeld een hobby of passie. 'Was getekend' is voor docenten niet genoeg en als er een scheiding in het blad is, is het makkelijker om meer human interest artikelen te schrijven omdat er dan minder rekening gehouden hoeft te worden met de student omdat deze waarschijnlijk niet de speciale rubriek voor medewerker leest.

4. Probeer studenten en medewerkers meer te betrekken

Door behalve de studentredacteurs andere studenten meer te betrekken door bijvoorbeeld illustraties of cartoons te laten maken. Een student leest sneller het blad of de website als er het werk instaat van een student die ze kennen.

Verder kan de redactie studenten en medewerkers laten meebeslissen over de onderwerpen die er volgende maand in het blad komen door een poll te plaatsen op de website. Het onderwerp met de meeste stemmen verschijnt dan in het blad.

Er moet rekening gehouden worden met het feit dat alleen de studenten en medewerkers van de hoofdvesting in Den Haag op het Johanna Westerdijkplein zijn ondervraagd. Het kan zo zijn dat bij de andere vestigingen een verschil is in de meningen van studenten en medewerkers over Link.

Verder zijn de 18 interviews met medewerkers niet representatief genoeg voor de 1800 medewerkers die er in totaal werken. Dit geldt vooral voor de internationale medewerkers. Voor een vervolgonderzoek kan deze doelgroep uitgebreider onderzocht worden.

Literatuurlijst

Clow, K.E. , & Baack, D. (2009). *Geïntegreerde marketingcommunicatie*. Amsterdam: Pearson Education Benelux.

De Graaf, A. , & Sanders, J. , & Beentjes, H. ,& Hoeken, H. (2007). De rol van identificatie in narratieve overtuiging. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, nummer 3, pagina 238. Geraadpleegd op 10 juni 2012, via:
[http://hanshoeken.ruhosting.nl/pub/De%20Graaf,%20Sanders,%20Beentjes%20&%20Hoeken%20\(2007\).pdf](http://hanshoeken.ruhosting.nl/pub/De%20Graaf,%20Sanders,%20Beentjes%20&%20Hoeken%20(2007).pdf).

Herle, M. (2008). *Bladen Maken: periodieken in de bedrijfscommunicatie*. Deventer: Kluwer.

HHS (2012). *Feiten en cijfers*. Geraadpleegd op 15 juni 2012, via:
<http://studentennet.hhs.nl/wie-wat-waar-en-organisatie/feitencijfers>.

Koeleman, H. (2008). *Interne communicatie als managementinstrument: strategieën, middelen en achtergronden*. Deventer: Kluwer.

Liebrecht, C. (2008). *Onderzoek naar de invloed van personeelsbladen op de betrokkenheid van medewerkers*. Nijmegen: Universiteit Nijmegen.

Parag, S. (2012). *Het effect van de mediabehoeften en het mediagedrag van de doelgroep op de leesdichtheid van Link*. Den Haag: De HHS.

Pieter J. Fourie. (2007). *Media studies volume 1: Institutions, Theories and Issues*. Lansdowne: Juta Education.

Prenger, M. (2007). *Een selectieve blik: zelfcensuur in de Nederlandse journalistiek*. Apeldoorn: Het Spinhuis.

Redactie Link. (2009). *Redactieformule*. Den Haag: Redactie Link.

Robbins, S. P. , & Coulter, M. (2012). *Management*. Amsterdam: Pearson Education Benelux.

Van Dam, A., & Mulder, N. (2008). *Motivatatie en mogelijkheden bij moeilijke mensen*. Houten: Bohn Stafleu van Loghum.

Van den Boom, S. (2006). *Relatiemedië: praktijkboek voor doelgericht communiceren*. Amsterdam: Pearson Education Benelux

Vinke, R. , & Schokker, J. (2001) *Bindend motiveren*. Deventer: Kluwer

Visser, R. (2005). *Een bedrijfsblad maken. Van idee tot realisatie*. Bussum: Coutinho.
