

Zoektocht naar interventies voor christelijke dagbladen om jonge christenen aan zich te binden

ONDERZOEKSVERSLAG

Zwolle, 12 februari 2008

Naam: Betty Hoekstra

Studentnummer: S286162

Docent: Nico Drok

Opleiding: Journalistiek

Kader: publieksgerichtheid

Voorwoord

Een unieke krant, het Friesch Dagblad. Regionaal, zelfstandig en ook nog christelijk, dacht ik voordat ik aan mijn eerste stage begon. Als doelgroep wil de krant 'Christelijke Friezen' bereiken. Een gat in de markt dus, dat Friesch Dagblad. Hoewel het erg succesvol klinkt, blijkt uit de oplagecijfers iets anders. Op dit moment (januari 2008) heeft de krant rond de 15.000 abonnees en er worden slechts een paar honderd in de losse verkoop verkocht.

Als je inzoomt op dat aantal, valt op dat er zeer weinig twintigers abonnee zijn van het Friesch Dagblad. Het gaat slechts om ongeveer vijftien mensen. Abonnees van onder de twintig zijn er helemaal niet. De gemiddelde lezer is rond de zestig jaar.

En daarmee wordt er door het Friesch Dagblad een groot deel van de doelgroep gemist. Een gemiste kans, als je het mij vraagt. Immers: als er geen nieuwe lezer bij komt, 'sterft' de huidige lezersgroep letterlijk vrij snel uit. Jonge, Friese christenen zijn de toekomstige oudere lezers van de krant en daar lopen er genoeg van rond. Zij moeten – naar mijn mening – nu al enthousiast worden gemaakt voor een krant. Het Friesch Dagblad en andere christelijke dagbladen (Nederlands Dagblad en Reformatorisch Dagblad) zouden enorm terrein kunnen winnen nu de jeugd van tegenwoordig meer op zoek gaat naar normen en waarden en de zin van hun persoonlijke leven.

Tijd voor een onderzoek naar de christelijke jongere en de drie kranten die ook voor hen bedoeld zijn. Wat wil deze groep? In welk opzicht zijn christelijke jongeren anders dan hun leeftijdsgenoten? Moet het lang en zakelijk of juist snel en flitsend? En, is internet nog van waarde?

Bij deze het onderzoeksverslag van twee maanden onderzoeken, interviewen en lezen. Een interessante zoektocht, waarbij ik soms het idee had open deuren in te trappen, maar ook regelmatig dacht: *'oh ja?'*

Betty Hoekstra

Inhoudsopgave

Voorwoord

Hoofdstuk 1

1.1	Verantwoording	pag. 4
1.1	Bespreking literatuur	pag. 5
1.2	Probleemstelling	pag. 7
1.3	Begripsbepaling	pag. 7
1.4	Methode van onderzoek	pag. 8

Hoofdstuk 2

2.1	De huidige situatie omtrent jongeren en christelijke kranten	pag. 9
2.2	Resultaten van de interventies tot nu toe door de christelijke kranten	pag. 13
2.3	De mening van de jonge christelijke lezer over 'hun' christelijke krant	pag. 23
2.4	De mening van de jonge christelijke niet-lezer over de christelijke kranten	pag. 30
2.5	De christelijke jongere en andere media dan christelijke kranten	pag. 34

Hoofdstuk 3

3.1	Samenvatting	pag. 36
3.2	Conclusie(s)	pag. 38
3.3	Aanbevelingen	pag. 40

Bronnenlijst	pag. 41
---------------------	---------

Bijlagen:

BIJLAGE 1:	Interview met Arjen Bakker, redacteur Friesch Dagblad	pag. 43
BIJLAGE 2:	Interview met Rien van den Berg, redacteur Nederlands Dagblad	pag. 45
BIJLAGE 3:	Interview met Steef de Bruijn, ad. hoofdred., Reformatorisch Dagblad	pag. 48
BIJLAGE 4:	Interview met Janice Dijkgraaf, lezer Reformatorisch Dagblad	pag. 50
BIJLAGE 5:	Interview met Gert-Jan Klompenmaker, lezer Reformatorisch Dagblad	pag. 51
BIJLAGE 6:	Interview met Henrieke, lezer Reformatorisch Dagblad	pag. 52
BIJLAGE 7:	Interview met Jan-Jaap Mouthaan, lezer Reformatorisch Dagblad	pag. 54
BIJLAGE 8:	Interview met Lineke Brink, lezer Nederlands Dagblad.	pag. 56
BIJLAGE 9:	Interview met Margreet Broer, lezer Nederlands Dagblad.	pag. 57
BIJLAGE 10:	Interview met René Logtmeijer, lezer Nederlands Dagblad	pag. 58
BIJLAGE 11:	Interview met Nynke Feenstra, lezer Friesch Dagblad	pag. 59
BIJLAGE 12:	Interview met Sandra Prins, lezer Friesch Dagblad	pag. 60
BIJLAGE 13:	Interview met Sytse van der Meer, lezer Friesch Dagblad	pag. 61
BIJLAGE 14:	Document vragenlijst onderzoekspanel	pag. 63
BIJLAGE 15:	Overzicht deelnemers onderzoekspanel	pag. 71

1.1 Verantwoording

Dagbladen zijn over het algemeen niet echt populair bij jongeren. Jongeren van 12 tot 19 jaar besteden per dag 4,5 uur van hun tijd aan mediagebruik. Gemiddeld worden daarvan een paar minuten de krant gelezen. Ter vergelijking: jongeren hangen per dag even lang aan de telefoon dan dat ze de krant lezen. Internet is veel populairder: een uur en een kwartier per dag is de jeugd op het web te vinden.¹

Bij de drie christelijke kranten, het Friesch Dagblad, het Nederlands Dagblad en het Reformatorisch Dagblad zal dit niet veel beter zijn. Een onderzoek onder kinderen van Reformatorisch Dagblad-lezers blijkt dat Spits en Metro vooral populair zijn. Samen worden ze even vaak gelezen als de krant die gewoon thuis ligt.² Het Friesch Dagblad wordt door een handjevol mensen uit de doelgroep gelezen. Meer dan vijftig procent van de lezers is ouder dan zestig jaar. Dat blijkt uit onderzoek van de krant zelf.

Het aantal jongeren uit het lezersbestand van kranten loopt ver achter op de rest. Adverteerders krijgen deze cijfers ook onder ogen. Voor hen is de jongerendoelgroep erg belangrijk. Hier valt veel winst te halen omdat jongeren beïnvloedbaar zijn. Kranten lopen dus naast inkomsten van abonnementen, ook advertentie inkomsten mis.

Kijkend naar de toekomst: over een aantal jaren zal de lezerachterban van het Nederlands Dagblad, het Reformatorisch Dagblad en met name het Friesch Dagblad verouderd zijn. Wanneer er geen nieuwe lezers bij gaan komen, kan dit funest zijn voor de krant.

Alle abonnees, dus ook de jongeren, van het Friesch Dagblad geven aan lid te zijn van de krant vanwege de christelijke identiteit. Omdat het christelijke geloof niet zomaar ophoudt te bestaan en christenen op zoek zijn naar zingeving, kunnen kranten hier wellicht meer op inspelen en terrein winnen op de rest.

Samenvattend zijn er weinig lezers van christelijke kranten in de leeftijdscategorie 16 – 25 jaar. Omdat christelijke kranten een unieke identiteit hebben waar deze doelgroep wellicht naar op zoek is hier winst te halen. Het is goed om te onderzoeken wat de christelijke jongere wil en hoe de kranten daar op in kunnen spelen. Dit is van belang om te weten voor christelijke kranten van Nederland.

¹ SPOT (2007). *Tijdbestedingonderzoek 2006*. Amstelveen: SPOT.

² Bruijn C. de (2003). *Jongeren en media*. Apeldoorn: Reformatorisch Dagblad.

1.2 Bespreking literatuur

Hierbij een kort overzicht van de geraadpleegde literatuur. Er is niet veel geschreven over christelijke kranten specifiek, maar wel over het leesgedrag van jongeren ten opzichte van nieuwsmedia in het algemeen. Een paar opmerkelijke punten op een rijtje:

‘De toekomst van het nieuws’, Irene Costera Meijer in opdracht van het NOS journaal, 2006, Amsterdam Otto Cramwinkel

In opdracht van het NOS journaal deed Irene Costera Meijer uitgebreid onderzoek naar de manier waarop jongeren met nieuws omgaan. Uit het onderzoek blijkt dat het grootste deel van de jongeren geen kranten leest. Ook komt in het onderzoek naar voren dat jongeren best weten wat ‘serieus nieuws’ is en wat vooral voor plezier en vermaak is bedoeld. Wel worden media die ‘leuk’ zijn aangekleed niet vaak geassocieerd met nieuws. RTL Boulevard bijvoorbeeld, wordt niet gezien als een echt nieuwsprogramma. Dit serieuze nieuws wordt nog steeds erg belangrijk gevonden door de jongere. Bij grote nieuwsfeiten wordt er een beroep gedaan op deze serieuze berichtgeving zoals het NOS journaal.

Verder hebben jongeren over het algemeen geen interesse in ‘hard nieuws’ zoals nieuws over politiek en economie. De conclusie is dat de journalistiek moet veranderen. De jongere zoekt vooral ‘snack- en slownieuws’. Daarmee wordt bedoeld dat ze enerzijds snel willen weten waar een verhaal over gaat. Dus veel hulpmiddelen zoals kadertjes en beeldmateriaal. Anderzijds heeft de jongere ook behoefte aan achtergrond bij een nieuwsfeit; er moet een kader gecreëerd worden dat aansluit bij datgene wat bij de jongere past. Daarbij spelen persoonlijke verhalen van mensen een belangrijke rol.

Volgens het onderzoek kan de traditionele journalistiek veel van deze manier van berichtgeving leren. Jongeren kijken dan weliswaar niet veel naar het journaal, maar wel naar Discovery Channel. Jongeren zijn dus wel degelijk geïnteresseerd. Uit het onderzoek komt een advies naar voren om een nieuw journaal voor jongeren te maken: NOS Headlines.

‘Generatie Einstein: slimmer, sneller, socialer, communiceren met jongeren van de 21^{ste} eeuw’, Inez Groen en Jeroen Bosschma, 2005

Een boek over de jongerencultuur van jongeren geboren vanaf eind jaren tachtig tot nu. De schrijvers stellen in hun onderzoek dat de grote toegang tot media voor deze generatie erg belangrijk is. De snelle opkomst van internet is hierbij een belangrijk gegeven. Internet heeft ervoor gezorgd dat er op een andere manier naar nieuws wordt gekeken en dat er op een andere manier kennis verkregen wordt en informatie wordt op een andere manier verwerkt. Daarnaast heeft internet, door chat- en emailmogelijkheden, veel meer een sociale functie gekregen. De schrijvers benoemen verder dat jongeren niet zomaar meer iets als ‘waarheid’ zien. Ze willen dus in nieuws ook een soort bewijs zien. Een persoonlijk verhaal met emoties werkt dus het beste. Weblogs en community-websites (zoals Hyves) teren er wel bij. Jongeren willen graag zien hoe een bepaald verhaal of product past bij hun eigen beleavingswereld. Dus: waarom is dit van mij persoonlijk van belang om te weten? Verder wil generatie Einstein geen marketingtrucs om te overtuigen, maar wil vooral geïnformeerd worden.

Door de grote kennisstroom, die soms ook onjuist blijkt, is men kritischer en zoekt verder. Jongeren hebben zichzelf daarom aangeleerd gericht te surfen op het web. Wat vinden zij belangrijk, waar kunnen zij iets mee? Jongeren zijn niet meer onder te verdelen in subgroepen, maar hebben meer in eigen normen en waarden. Dit heeft ook te maken met de individualisering van de maatschappij.

Religie in de krant. Een eerste kennismaking met de godsdienstwetenschap, Gerard Wiegers en Herman Beck, Valkhof Pers, Nijmegen 2005

Naar aanleiding van een aantal voorbeelden van verhalen over religie in de krant, vertellen de schrijvers van dit boek uitgebreid wat er precies met het verhaal bedoeld wordt, in welke context je het nieuws kunt zien en wat zijn de effecten van een dergelijk verhaal. Het boek staat op een diepgaande manier stil bij elke casus.

Op zoek naar authenticiteit, Johan Roeland, lezing studiedag 'On speaking terms', 14 november 2007

De jongere generatie is geïndividualiseerd, (in)gericht op zelfontplooiing, bepaalt door belevingsoriëntatie, therapeutisch en bemiddeld in nieuwe media en populaire cultuur. Vroeger was dit anders. Toen zagen jongeren op naar een autoriteit en geloofden wat er thuis ook geloofd werd. Het stond van tevoren al vast hoe je zou gaan leven; dit hangt samen met uit wat voor gezin je komt. In de jaren zestig is dit door de ontzuiling veranderd. Tegenwoordig gaat het veel meer om een eigen levensstijl en om eigen idealen, ook bij christenen. Deze groep is te ordenen in drie groepen. De eerste is impliciet religieus. Deze groep gaat soms naar de kerk. Ze zien zichzelf niet als gelovig maar komen wel veel met het geloof in aanraking. De tweede groep zijn de evangelische jongeren. Ze hebben een 'persoonlijke relatie met God'. Deze groep is zeer in opkomst. Dat is bijvoorbeeld te zien aan het groeiende aantal websites voor deze groep. Ze hebben een expressieve uitingsvorm van hun geloof met veel show en muziek. Entertainment en religie liggen heel dichtbij elkaar. De laatste groep is de Reformatorische jongeren. Zij willen niet teveel temaken hebben met multimedia. Televisie hebben ze niet en internet komt nu langzaam op. Deze jongere wordt aan de ene kant wel geconfronteerd met de rest van de wereld, door 'buiten' geconfronteerd te worden met media, en anderzijds zijn ze opgevoed met de gedachte dat deze dingen niet goed zijn. Daardoor ontstaat er soms een identiteitsprobleem.

Conclusies De dagbladmonitor uit 2005, Newcom Research & Consultancy, december 2005

De helft van de jongeren tussen de 12 en 24 jaar leest geen krant. De televisie is meer de plek waar jongeren nieuws kunnen vinden, zo meldt het onderzoek. 50% van de niet lezers van de krant zegt dat televisie hen genoeg nieuws biedt. Ruim een derde zegt geen interesse te hebben in een dagblad omdat nieuws ze niet interesseert. Veertig procent zegt in de toekomst wel een krant te gaan lezen en 45 procent zegt dit waarschijnlijk te zullen doen.

Alles over tijd, SPOT, tijdbestedingonderzoek 2006, Amstelveen 2007

Jongeren van 12 tot 19 jaar besteden per dag 4,5 uur van hun tijd aan mediagebruik. Gemiddeld worden daarvan gemiddeld een paar minuten de krant gelezen. Ter vergelijking: jongeren hangen per dag even lang aan de telefoon als dat ze de krant lezen. Internet is veel populairder: een uur en een kwartier per dag is de jeugd op het web te vinden.

1.3 Probleemstelling

De probleemstelling voor dit onderzoek luidt:

“Wat moeten christelijke dagbladen in Nederland inhoudelijk (blijven) doen om jonge christenen tussen de 16 en 25 jaar als lezers aan zich te binden?”

Kader: publieksgerichtheid.

1.4 Begripsbepaling

- **Christelijke dagbladen in Nederland:** Friesch Dagblad, Nederlands Dagblad en het Reformatorisch Dagblad.
- **Inhoudelijk:** De onderwerpkeuze, de toon van schrijven, de lengte van stukken en de keuze van foto's in het redactionele deel van de papieren versie van de krant en op de website.
- **Jonge christenen tussen de 18 en 25 jaar:** Mensen tussen de 16 en 25 jaar die het christelijke geloof belijden en geloven in Jezus Christus als verlosser. Kerkelijke gezindte of kerkgang in zijn algemeenheid speelt in deze probleemstelling geen rol omdat christelijke kranten zich zelf ook op de brede groep richten.
- **Lezers:** De groep jonge christenen tussen de 16 en 25 jaar die gemiddeld eenmaal per dag de papieren versie van één van de dagbladen leest of naar de website van de krant gaat om daar artikelen te lezen.
- **Binden:** Dat de jonge christelijke lezer tussen de 16 en 25 jaar gemiddeld eens per dag één van de christelijke kranten leest. Daar vallen abonnees, losse verkoop, opnieuw lezen en de website onder.

1.5 Methode van onderzoek

Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden heb ik gekeken de huidige situatie van de krant en de bijbehorende mening van de jongere. Ik heb gekozen voor deze aanpak omdat je door problemen of tekortkomingen in kaart te brengen, ook erachter kunt komen wat je moet veranderen. De volgende manieren heb ik gebruikt:

- Puur cijfermatig bekijken hoeveel jongeren de drie christelijke kranten lezen. Hiervoor ga ik bij de kranten zelf en in een aantal vrij toegankelijke onderzoeken van verschillende onderzoeksbureaus op zoek naar cijfers. Hiervoor maak ik afspraken met de kranten en hoop op internet ook andere cijfers te vinden. Zo ontstaat er een duidelijk beeld.
- Bekijken wat er al aan onderzoek is gedaan door de christelijke kranten zelf naar de effecten van de zaken die al gedaan zijn om jongeren aan zich te binden. Wat zijn deze interventies en hoe reageren jongeren erop? Hiervoor heb ik een persoonlijk gesprek met van elke krant één personeelslid die hierbij betrokken is en bekijk ik de lezersonderzoeken. Aan de hand van een vaste vragenlijst stel ik mijn vragen.
- Jongeren uit de doelgroep die nu al de krant lezen ondervragen over wat zij er van vinden, wat zo moet blijven en wat er beter kan. Zo ontstaat er een gedetailleerd beeld van wat jongeren die al wat langer de kranten kennen, positief en negatief vinden. Dit doe ik door tien lezers met diverse achtergronden te interviewen aan de hand van een gerichte vragenlijst. Ik heb ervoor gekozen om niet te letten op kerkelijke achtergrond omdat de kranten zich ook richten op 'christenen'. Om dan een zo eerlijk mogelijk beeld te krijgen, heb ik bij de selectie van de ondervraagden niet op kerkelijke achtergrond gelet.
- En hoe kijken jongeren die op dit moment (nog) niet één van de christelijke kranten lezen aan tegen deze krant? Het is belangrijk om dit ook te weten omdat zij uiteindelijk de doelgroep zijn, waar de krant zich aan moet binden. Wat kan beter en wat moet zo blijven. Om deze jongeren een mening te laten geven, moet je ze natuurlijk wel de krant laten zien. Daarom wil ik ze uitnodigen voor een panelonderzoek en ze vragen laten beantwoorden over de kwantiteit en kwaliteit van onderwerpen die ze interessant vinden in de krant en de website van de krant. Dit doe ik aan de hand van een gerichte vragenlijst op papier. Ik kies voor deze manier en niet voor een interview omdat dit tijdbesparend is en bovendien je jongeren de mogelijkheid biedt om rustig, in hun eigen tempo, de krant door te laten bladeren. De panelselectie is niet gericht op kerkelijke achtergrond, wel op het feit of mensen christen zijn ja of nee.
- Tot slot wil ik de vergelijking ook trekken naar andere christelijke media. Tijdschriften en televisieprogramma's worden op een andere manier gelezen dan kranten. Door te vragen wat jongeren daaruit terug willen zien in de christelijke krant, kan je inzicht krijgen in mogelijk meer interessante thema's voor jongeren. Voor dit deel zet ik ook de niet-lezers in van de christelijke kranten, die ik ook voor bovenstaande deelvraag gebruik. Ik laat hen een vragenlijst invullen. De vraag leg ik verder voor aan wel-lezers van de christelijke dagbladen.
- De overeenkomsten en de verschillen van bovenstaande uitkomsten zet ik op een rijtje en hieruit stel ik de conclusie en aanbevelingen op.

Voor een gedetailleerde uitwerking voor wat betreft de aanpak per deelvraag verwijst ik naar de verschillende hoofdstukken.

2.1 De huidige situatie omtrent jongeren en de christelijke kranten

2.1.1 Uitleg aanpak van het beantwoorden van deze deelvraag

Om duidelijk aan te geven waar dit onderzoek feitelijk over gaat en wat precies het probleem is voor de christelijke dagbladen is het goed om een aantal feiten op een rijtje te zetten. Zo is het bijvoorbeeld goed om te kijken naar lezersaantallen, de gemiddelde leeftijd van lezers en hoeveel lezers uit de doelgroep 16 tot 25 jaar het Friesch Dagblad, het Nederlands Dagblad en het Reformatorisch Dagblad lezen. Bovendien is het goed te kijken naar de tijd dat men in de krant leest.

Voor dit onderdeel heb ik, middels het schrijven van een uitgebreide email en het opsturen van mijn onderzoeksplan, bij de drie christelijke kranten aangeklopt om te vragen naar oplagecijfers en lezersonderzoeken richting jongeren. Bij alledrie mocht ik langskomen om hun lezersonderzoeken in te zien. Alle kranten hebben weer op een ander niveau en op andere schaal onderzoek gedaan. Daarom kan ik, in dit onderzoek, niet van elke krant dezelfde gegevens bieden.

2.1.2 Hoe wordt momenteel het Friesch Dagblad door jongeren tussen de 16 en 25 jaar gelezen?

In 2007 is door Bart van der Kooi, een student aan de Rijksuniversiteit van Groningen, het onderzoek 'de krant is koning?' gedaan. Er is gekeken naar het leesgedrag van de Friesch Dagblad-lezer. Verder komt in het onderzoek naar voren wat het profiel is van de lezer.

De doelgroep waar de krant zich op richt, is als volgt gedefinieerd: *Christelijk georiënteerde personen woonachtig in de provincie Fryslan*. Een regionale krant dus die geen onderscheid maakt tussen kerkelijke gezindten of leeftijden. Het profiel van de lezer is: mannen en vrouwen van 35 jaar en ouder, wonend in Friesland met een Christelijke overtuiging en met een inkomensklasse van modaal en hoger. Het opleidingsniveau is MBO of hoger.³

De gemiddelde leeftijd van de abonnee is 61 jaar, meer dan 50% is ouder dan 60 jaar.⁴ Daarmee kent het Friesch Dagblad de oudste lezer van alle dagbladen. Daar komt nog bij dat de christelijke Friese krant ook klein aantal abonnees en losse verkoop heeft: 14.378⁵ per dag. In totaal zijn er ongeveer vijftien twintigers abonnee van het Friesch Dagblad.⁶ Dat wil niet zeggen dat jongeren de krant niet lezen: ze lezen wellicht met hun ouders mee of kopen de krant. Het Friesch Dagblad heeft hier geen inzicht in.

Wel blijkt uit het onderzoek van het Friesch Dagblad dat een klein aantal – hoeveel precies is onduidelijk – jongeren onder de twintig de krant lezen. Ze doen er per krant ongeveer twintig minuten over. Naarmate de leeftijd van de lezer ouder wordt, neemt het aantal leesminuten toe. De achterban van het Friesch Dagblad wordt in het

³ Kooi, B. van der (2007). *De krant is koning?* Intern onderzoeksrapport Friesch Dagblad, ongepubliceerde scriptie.

⁴ Nationaal onderzoek multimedia (2002). *NOM printmonitor 2002*. Amsterdam: Nationaal onderzoek multimedia.

⁵ Persmediamonitor.nl (2006), oplagecijfers laatste kwartaal.

⁶ Kooi, B. van der (2007). *De krant is koning?* Intern onderzoeksrapport Friesch Dagblad, ongepubliceerde scriptie.

onderzoek erg trouw genoemd. De abonnee is meestal al jarenlang lid en is vroeger al jong in aanraking gekomen met het Friesch Dagblad.⁷

De reden van het lezen van de krant – over het algemeen, per leeftijdscategorie is er niks bekend - is voor 80,8 procent van de abonnees het christelijke karakter. Vrijwel alle abonnees zijn ook kerkelijk betrokken. Dit betekent dus dat dit belangrijke reden is om de krant te kopen. Voor het Friesch Dagblad geldt ook dat 41,9% van de abonnees lid is vanwege het regionale karakter. Betrouwbaarheid wordt ook gezien als een belangrijke reden om een abonnement te nemen op het Friesch Dagblad.⁸

Naar het gebruik van de internetsite zijn geen onderzoeken gedaan. Technisch is dit eventueel wel mogelijk.

2.1.3 Hoe wordt momenteel het Nederlands Dagblad door jongeren tussen de 16 en 25 jaar gelezen?

Het Nederlands Dagblad heeft een oplage van 31.492⁹. De krant houdt goed bij hoe de lezersgroep eruit ziet. Uit het meest recente onderzoek uit 2006 blijkt dat 0,3 procent van de abonenthouders tussen de 11 en 20 jaar is. 6,0 procent is tussen de 21 en 30 jaar.¹⁰ Ook hierbij natuurlijk weer de kanttekening dat dit niet om lezers, maar om abonnees gaat. De gemiddelde leeftijd van de abonenthouder van het Nederlands Dagblad is 52,6, iets hoger dan die van het Reformatorisch Dagblad.¹¹

Maar uit onderzoek van het Nederlands Dagblad blijkt ook dat 39,8% van de jongeren met een gemiddelde leeftijd van 16,6 die thuis de krant op de mat krijgen altijd of regelmatig leest. Vooral de groep vanaf 17 jaar leest vaker het Nederlands Dagblad.¹² Over het websitebezoek van de jongeren is niks bekend.

De gemiddelde tijd die jongeren steken in het lezen van het Nederlands Dagblad is ongeveer een kwartier. In vergelijking met de Telegraaf best veel: die wordt drie minuten gelezen.¹³

2.1.4 Hoe wordt momenteel het Reformatorisch Dagblad door jongeren tussen de 16 en 25 jaar gelezen?

Met 54.580 kranten per dag¹⁴ is het Reformatorisch Dagblad in oplagecijfers de grootste van de drie christelijke kranten van Nederland. Door het Reformatorisch Dagblad zijn er de laatste jaren een aantal onderzoeken op het gebied van jongeren uitgevoerd. In 2003 is er een intensief onderzoek gedaan naar het mediagebruik van jongeren in zijn algemeenheid. De titel van het onderzoek is 'Jongeren en media'. De jongere is hierbij de jongere in de leeftijd van 12 tot 19 jaar. Naar de groep van 20 tot 25 jaar is veel minder of nagenoeg geen onderzoek gedaan.

⁷ Kooi, B. van der (2007). *De krant is koning?* Friesch Dagblad, ongepubliceerde scriptie.

⁸ Kooi, B. van der (2007). *De krant is koning?* Friesch Dagblad, ongepubliceerde scriptie.

⁹ Persmediamonitor.nl (2006), oplagecijfers laatste kwartaal

¹⁰ Heuw, G, ten (2004). *Onderzoek naar Clue*. Nederlands Dagblad: Barneveld.

¹¹ Nationaal onderzoek multimedia (2002), *NOM printmonitor 2002*. Amsterdam: Nationaal onderzoek multimedia.

¹² Heuw, G, ten (2006). *Onderzoek profiel van de abonnee*. Barneveld: Nederlands Dagblad.

¹³ Berg, R. van der, Dronten, 8 februari 2008.

¹⁴ Persmediamonitor.nl (2006), oplagecijfers laatste kwartaal

Uit een enquête uit 2006 onder lezers (zowel abonnees als losse verkoop) van het Reformatorisch Dagblad blijkt dat de krant ook veel door jongeren wordt gelezen.¹⁵ De gemiddelde leeftijd van de Reformatorisch Dagblad-lezer is 52,5. Dat is relatief jong; alleen de Volkskrant heeft een jongere gemiddelde leeftijd.¹⁶ Dit is deels te verklaren doordat Reformatorische gezinnen meestal groot zijn. Dus, als er binnen één gezin de krant is, wordt hij automatisch ook door de rest van het gezin gelezen.

Lezers blijken erg trouw. Van de jongeren waar thuis het Reformatorisch Dagblad gelezen wordt, is 53% van plan later een abonnement op het RD te nemen, 5% niet of waarschijnlijk niet. Maar ook bij de respondenten van het onderzoek die thuis niet het Reformatorisch Dagblad lezen, is 12% van plan een abonnement op het RD te nemen en 26% (waarschijnlijk) niet.¹⁷

Het aantal minuten dat door de jongere lezer de krant wordt gelezen is best hoog, vergeleken met het landelijk gemiddelde. De jongere tot 35 jaar leest gemiddeld 25 minuten per dag de krant.¹⁸ En dat terwijl over het algemeen jongeren van 12 tot 19 jaar 0,1 uren per week landelijke dagbladen lezen. De iets oudere groep slaat 0,3 uur per week een landelijke krant open.¹⁹ Het aantal leesminuten is dus voor het Reformatorisch Dagblad aanzienlijk hoger.

Het websitebezoek is ook door het Reformatorisch Dagblad onderzocht. Hieruit blijkt dat het bezoek aan de site sinds 2003 is toegenomen. Ook de frequentie van hoe vaak dit gebeurt, neemt toe. Met name jongeren tot 35 jaar bezoeken regelmatig de website.

Tabel 1: Frequentie van bezoek aan website refdag.nl, uitgesplitst naar leeftijd.

leeftijd	tot 35 jaar	35-49 jaar	50-65 jaar	65-plus
meer dan dagelijks	7,7	6,4	4,5	1,2
dagelijks	7,7	6,3	6,6	1,9
paar keer per week	12,3	15,0	10,5	4,2
paar keer per maand	21,3	20,1	13,2	4,6
nooit, geen internet	16,5	14,9	25,4	62,8
nooit, geen interesse	34,5	37,3	39,8	25,3

Bron: Bruijn S. de (2006), *Rapport lezersenquête 2006*, Apeldoorn: Reformatorisch Dagblad.

Opvallend is wel dat het websitebezoek bij geen van de leeftijdsgroepen leidt tot het meer lezen van de krant. Het Reformatorisch Dagblad zal in de komende jaren deze koppeling meer proberen te maken. Grote concurrenten van de website van het Reformatorisch Dagblad voor mensen in de leeftijdscategorie tot 35 jaar zijn nu.nl en nos.nl. Daaruit zou je kunnen concluderen dat jongeren meer geïnteresseerd zijn in snel en actueel nieuws. 54 procent van de jongeren die later geen abonnement neemt, zegt dit te laten vanwege het volgen van het nieuws via televisie of internet.²⁰

Dit laatste blijkt ook wel als je kijkt naar cijfers van de interessegebieden van de lezer. In het onderzoek is aan de lezer voorgelegd om tien artikelen te verdelen over verschillende categorieën: nieuws, achtergrond en opinie. De tabel laat de verdeling daarvan zien, uitgesplitst naar leeftijd.

¹⁵ Bruijn S. de (2006), *Rapport lezersenquête 2006*, Apeldoorn: Reformatorisch Dagblad.

¹⁶ Nationaal onderzoek multimedia (2002). *NOM printmonitor 2002*. Amsterdam, Nationaal onderzoek multimedia.

¹⁷ Bruijn S. de (2006). *Rapport lezersenquête 2006*. Apeldoorn: Reformatorisch Dagblad.

¹⁸ Bruijn S. de (2006). *Rapport lezersenquête 2006*. Apeldoorn: Reformatorisch Dagblad.

¹⁹ Sociaal Cultureel Planbureau (2005), *Tijdbestedingonderzoek 2005*. Den Haag: CPB.

²⁰ Bruijn S. de (2006). *Rapport lezersenquête 2006*. Apeldoorn: Reformatorisch Dagblad.

Tabel 2: Gewenste verdeling over type artikelen, uitgesplitst naar leeftijd.

	nieuws- berichten	achter- grond	opinie
gemiddeld	5,17	2,73	2,11
tot 35 jaar	5,31	2,64	2,06
35-49 jaar	5,28	2,69	2,03
50-64 jaar	5,09	2,82	2,09
65-plus	4,86	2,79	2,35

Bron: Bruijn S. de (2006), *Rapport lezersenquête 2006*, Apeldoorn: Reformatorisch Dagblad.

Verder blijkt dat 17% van de jongeren boven de 15 jaar zegt het Reformatorisch Dagblad niet te kunnen missen. Van de jongeren die het RD niet kunnen missen, staat 94% positief tegenover het geloof en de kerk. Van de jongeren die liever een andere krant zouden lezen staat 55% positief ten opzichte van het geloof en de kerk. Je zou dus kunnen concluderen dat jongeren die sterk in het christelijke geloof staan zich ook meer betrokken voelen bij deze christelijke krant.²¹

²¹ Pekaar, W. (2006). *'Magneet, Yord, Reflits. What's next? Jongeren en het Reformatorisch Dagblad, (g)een combinatie ?!*. Ongepubliceerde scriptie.

2.2 Resultaten van interventies tot nu toe door de christelijke kranten

2.2.1 **Uitleg aanpak van het beantwoorden van deze deelvraag**

De drie christelijke kranten hebben, naar alle waarschijnlijkheid, zelf al een aantal dingen ondernomen om meer jongeren uit de doelgroep aan zich te binden. Het is goed om deze interventies op een rijtje te zetten en te kijken wat de resultaten hiervan zijn. Zo kun je duidelijk krijgen wat je beter wel of beter niet kunt doen als krant om jongeren aan je te binden. De interventies zijn alleen gericht op redactionele inhoud of vormen. Het betreft hier dus geen campagnes of speciale acties.

Hiervoor heb ik, via een uitgebreide email, contact gezocht met de drie christelijke kranten en een verzoek gedaan naar een interview met de persoon die iets kan vertellen over de acties die inmiddels gedaan zijn om jongeren uit de doelgroep aan zich te binden. Daarbij had ik, beknopt, een overzicht van de hoofdlijnen van dit onderzoek gegeven en mijn onderzoeksplan in een bijlage meegezonden.

Het was in alledrie de gevallen geen probleem en ik ben bij ze langs geweest. Althans, bij het Reformatorisch Dagblad en het Friesch Dagblad op kantoor, en bij een redacteur van het Nederlands Dagblad thuis. Voorafgaand aan het interview heb ik een vragenlijst opgesteld zodat ik op al mijn vragen – over zowel de papieren versie van de krant als over het internet – een antwoord zou krijgen. Deze vragenlijst heb ik niet van tevoren aan de geïnterviewde voorgelegd.

2.2.2 **Interventies om jongeren aan zich te binden en bijbehorende resultaten van het Friesch Dagblad**

Om deze vraag te beantwoorden werd Arjen Bakker, adjunct chefredacteur op de regioredactie en stagebegeleider voorgedragen door de hoofdredacteur als geïnterviewde.

Uit het gesprek kwam naar voren dat de jongere lezer weliswaar aandacht krijgt van het Friesch Dagblad, maar het zeker geen speerpunt. Het overgrote deel van de lezers is namelijk volwassen. Het is dan lastig om je te richten op jongeren, zonder daarbij de huidige lezer uit het oog te verliezen, meent de krant.

Er is dus ook weinig duidelijk over de uitwerking van de interventies richting jongeren. Deze zijn namelijk niet of onvoldoende specifiek uitgevoerd.

“Dat jongeren tussen de 16 en 25 jaar op dit moment maar weinig abonnee zijn van het Friesch Dagblad is niet zo verwonderlijk. Jongeren worden vanzelf ouder en meer geïnteresseerd in nieuws. Daar hoort ook een krant bij. We vertrouwen erop dat jongeren dan wel zullen komen.” (...) We gooien de deur natuurlijk niet dicht richting jongeren en zullen blijven nadenken over verjonging. Het belangrijkste is dat jongeren in het Friesch Dagblad betrouwbaar medium zien; iets wat betrouwbaarder is dan Geenstijl.nl of Nu.nl. Trouwens, onze huidige lezersgroep is er de komende dertig jaar nog wel. Die moet je niet meteen afschrijven.”²²

Deze stellinginname heeft tot gevolg dat het Friesch Dagblad de jongeren niet of nauwelijks als specifieke doelgroep ziet of in elk geval momenteel niet als dusdanig behandelt. Uit het onderzoek ‘De krant is koning’, uitgevoerd door Bart van der Kooi, student aan de Rijksuniversiteit Groningen, komt naar voren dat de krant hier zich wel meer op zou kunnen richten.

²² Bakker, A. Leeuwarden, 24 januari 2008.

Een conclusie luidt namelijk: *“Voor het voortbestaan van de krant is het belangrijk te luisteren naar de voorkeuren van jongere personen dan het huidige abonneebestand.”*²³

De vraag is dan nu: hoe kan dit zo van elkaar verschillen? Hier is geen eenduidig antwoord op te geven en vraagt bijna weer om een vervolgonderzoek.

De dagelijkse krant

In de dagelijkse krant wordt een zo breed mogelijke doelgroep aangeschreven. Dit komt naar voren in onderwerpkeuze en de manier waarop een artikel is geschreven. Bakker noemt als praktijkvoorbeeld artikelen die over een evenement op school gaan.

*“Dan zoek ik niet de mensen die zo iets organiseren op voor een interview, maar dan praat ik bijvoorbeeld met een scholier zelf.”*²⁴

De selectie van het nieuws wordt bepaald door de hele redactie. Er is niet een speciale jongerenredactie aanwezig maar op de regio redactie wel een portefeuillehouder ‘jongeren’, maar ook een portefeuillehouder ‘ouderen’.

*“De portefeuillehouder ‘jongeren’ schrijft over zaken rondom jongeren; dus niet specifiek voor jongeren. Een redacteur is bijvoorbeeld bezig met trends en nieuwtjes omtrent internet. Ik heb daarbij wel het vermoeden dat daarbij onderwerpen aan bod komen die voor jongeren al bekend zijn. Ouderen lezen dan meer ‘waar de jongeren zich mee bezig houden op het web.’”*²⁵

In de zomer van 2006 kreeg de krant een nieuwe opmaak. Uitgangspunt was dat de teksten korter moesten. Maar ook dit is niet specifiek op de jongere gericht. Er zijn geen negatieve reacties op de nieuwe opmaak binnengekomen.

²⁶*“Het is een algemeen gegeven dat iedereen kortere teksten wil in de krant. Mensen van elke leeftijd zijn veel visueel ingesteld dan vroeger.”*

Jongerenpagina

Een hele gerichte interventie van het Friesch Dagblad om jongeren de krant te laten lezen, is een wekelijkse pagina in de zaterdagbijlage ‘de Sneinspetiele’. De naam van de jongerenpagina is ‘Youthsquire!’. Deze pagina bestaat nu een paar jaar en gaat uitsluitend over geloofszaken zoals gospelmuziek. De jongere zelf komt niet echt aan het woord. Deze pagina wordt geschreven door twee redactieleden en twee externe, jonge mensen helpen mee. Dat zijn twee studenten aan de opleidingen PABO en Theologie.

*“Voorzichtig aan willen we de onderwerpen geloof ik meer afstemmen op persoonlijke verhalen van jongeren”*²⁷

Hoe de pagina gelezen wordt, is niet bekend.

²³ Kooij, B. van der (2007). *De krant is koning?* Intern onderzoeksrapport Friesch Dagblad, ongepubliceerde scriptie.

²⁴ Bakker, A. Leeuwarden, 24 januari 2008.

²⁵ Bakker, A. Leeuwarden, 24 januari 2008.

²⁶ Bakker, A. Leeuwarden, 24 januari 2008.

²⁷ Bakker, A. Leeuwarden, 24 januari 2008.

Meer dan vijf jaar geleden had het Friesch Dagblad een jongerenpagina, genaamd 'Zwetsj'. Deze pagina stond ook in onze weekendbijlage. De artikelen waren over en met jongeren. Dus, er kwamen bijvoorbeeld jongeren aan het woord die in een bandje zaten of die op reis gingen.

Internet

Binnen de redactie is er geen aparte internetredactie. Redacteuren van de verschillende deelredacties plaatsen elke dag artikelen op de site. Ook is er op de site geen apart jongerendeel. De artikelen op de site vormen een dwarsdoorsnede van wat er in de krant staat (human interest, hard nieuws, achtergrond etc.) en zijn altijd precies hetzelfde als in de krant. Verder is het via de website mogelijk om op verhalen te reageren of door te sturen naar vrienden.

*"De website is niet echt een middel om jongeren aan ons te binden, maar meer een online plek om artikelen van ons te vinden. We hebben het er hier wel eens over om meer met de website te doen, maar er spelen nog een aantal hiaten een rol. Geld is een belangrijke factor om dit niet te kunnen uitbreiden. Voorlopig is de krant het hoofdproduct. Wat we verder met de website willen zit nog in een brainstormfase."*²⁸

Op basis van eigen waarneming staan er op de website lange artikelen van ongeveer 350 a' 400 woorden. Ook voor dit onderdeel is er geen intensief onderzoek gedaan naar het surfgedrag van jongeren.²⁹

Toekomst

Het Friesch Dagblad maakt voorzichtig aan plannen om zich meer op jongeren te richten. Naar aanleiding van het onderzoek van Van der Kooi zijn een aantal plannen gemaakt om ook een jongere doelgroep aan te spreken.

*"Er is bijvoorbeeld een brainstormgroep samengesteld die over het aanschrijven van een nieuwe doelgroep nadenkt. Deze groep bestaat uit de staf (directie), een aantal redacteuren en de advertentieafdeling. We hebben al over verschillende dingen nagedacht, vooral om de krant meer multimediaal te laten zijn. Deze plannen zitten nog in een brainstormfase."*³⁰

2.2.3 Interventies om jongeren aan zich te binden en bijbehorende resultaten van het Nederlands Dagblad

Voor deze vraag heb ik een afspraak gemaakt met Rien van den Berg. Hij is momenteel bezig met een uitgebreid onderzoek naar de jongere achterban van het Nederlands Dagblad.

De jongere doelgroep is voor het Nederlands Dagblad een belangrijke groep. Het zijn de lezers van morgen. Vandaar dat de krant momenteel bezig is met een uitgebreid onderzoek. De resultaten zijn deels bekend, maar zijn nog niet verwerkt in een rapport. De werkgroep die daar mee bezig is, bestaat uit een aantal redacteuren dat affiniteit heeft met de jeugd, de uitgever en een aantal ouders met pubers. De werkgroep bestaat nu driekwart jaar. Vier jaar geleden is er voor het laatst intensief onderzoek gedaan naar jongeren.

²⁸ Bakker, A. Leeuwarden, 24 januari 2008.

²⁹ <http://www.frieschdagblad.nl> (10 januari 2008)

³⁰ Bakker, A. Leeuwarden, 24 januari 2008.

Jongerenbijlage

Het Nederlands Dagblad heeft een jongerenbijlage: de Clou. Deze bijlage zit om de twee weken op donderdag bij de krant en is fullcolour en bestaat uit acht pagina's. Twee hoofdartikelen over jongeren zijn de dragers van de bijlage. Het zijn persoonlijke verhalen van jongeren, soms over het geloof. Verder staan er veel rubrieken in zoals een agenda en het meest opzienbarende nieuws. Ook zijn er een aantal recensies van christelijke boeken en CD's te vinden. Clou is gericht op jongeren van veertien tot zeventien jaar. De bijlage zit al een groot aantal jaren bij de krant en heeft als doel om de jongeren te betrekken bij de krant.

*“Vier jaar geleden hebben we voor het laatst onderzoek gedaan naar hoe Clou gelezen wordt. We waren toen behoorlijk tevreden over het resultaat. Jongeren zeiden toen hem goed te lezen en hem bijvoorbeeld ook wel eens mee naar school te nemen. Laat ik zo zeggen: we stonden van het bereik te kijken. Binnenkort gaan we weer onderzoek doen naar Clou.”*³¹

Uit dat onderzoek blijkt dat bijna de helft van de jongeren die het Nederlands Dagblad leest, ook de Clou leest. 25 procent zegt de bijlage af en toe te lezen. De zeventienjarigen lezen de Clou opvallend vaker dan de overige leeftijdsgroepen. Meisjes lezen de jongerenbijlage meer dan jongens.³²

Hoe worden de verschillende onderdelen van Clou gelezen?

	Helemaal	Niet
Coververhaal	64,6	5,5
Korte nieuwtjes	45,4	2,5
Slagboom	13,1	38,8
Muziekpagina	24,7	21,0
Mmeiden	34,2	29,8 ³³

Bron: Nederlands Dagblad

De grote verhalen worden het beste gelezen, terwijl de korte rubrieken minder aandacht krijgen. De muziekpagina wordt ook niet erg enthousiast gelezen. Dus, in de verouderde gegevens werd de Clou goed gelezen. Het is nog helemaal de vraag of dit nu nog zo is. Het onderzoek naar de Clou is het laatste subonderdeel van het grootschalige onderzoek van dit moment.

*“Het bestaan van de Clou staat ter discussie. Het kost namelijk een hoop geld om hem te maken. Maar, het kan best wezen dat blijkt dat de Clou juist heel goed werkt. We willen het evenwicht tussen nieuws en achtergrond strak houden. Dat geldt trouwens voor de hele krant.”*³⁴

De discussie over Clou is naar aanleiding van de eerste resultaten van het onderzoek van het Nederlands Dagblad zelf. Daaruit blijkt dat jongeren liever niet als aparte doelgroep behandeld willen worden, maar serieus genomen worden. Uit het onderzoek komt naar voren dat de jonge christen voor de inhoud gaat en niet voor luchtigheid.

“We moeten geen gekke knievalen doen om jongeren aan ons te binden. Jongeren prikken namelijk vrij snel door alle marketingtrucjes heen, zo blijkt. Jongeren hebben

³¹ Berg, R. van der, Dronten, 8 februari 2008.

³² Heuw, G. ten. (2004). *Onderzoek naar Clue*. Nederlands Dagblad: Barneveld.

³³ Heuw, G. ten. (2004), *'Onderzoek naar Clue'*, Nederlands Dagblad: Barneveld.

³⁴ Berg, R. van der, Dronten, 8 februari 2008.

*namelijk zoveel te kiezen dat ze op zoek zijn naar de waarheid. De conclusie die we uit de onderzoeken tot nu toe halen zijn dat we vooral een nieuwsmedium moeten blijven. Daarin vergeten we de jongere niet, maar neemt ze wel serieus.*³⁵

Concreet betekent dit dat de krant een zo goed en origineel mogelijk product wil blijven maken. Dat betekent dat redacteurs actief op zoek gaan naar achtergronden bij het nieuws. Het echte nieuws mag dan rustig een dag wachten; na een paar dagen komt het Nederlands Dagblad met een nieuwe invalshoek bij het verhaal. De jongere wordt daarin niet als aparte doelgroep gezien, vanwege bovenstaande onderzochte feiten. Meer de diepte in dus. De verstrooiing blijft ook, zegt Van den Berg.

Verder blijkt uit het onderzoek van het Nederlands Dagblad dat de jongere altijd zijn of haar mening wil geven. Daar zal de krant ook een zeker platform voor bieden, hoe is nog niet bekend. Wel moeten de verhalen een stuk duidelijkheid bieden en in een persoonlijk kader worden geplaatst.

Voor wat betreft de vorm van de berichtgeving heeft het Nederlands Dagblad ook een vernieuwde visie:

*“Eerder moesten de teksten kort en bondig, maar ik geloof daar niet in. Jongeren willen iets lezen waarvan ze denken ‘dit gaat over mij’. Het maakt dan niet uit hoe lang of hoe kort de tekst is. We willen bijvoorbeeld de toon van de verhalen constant houden; geen populaire taal. Daar prikt de jongere doorheen omdat ze met zoveel verschillende genres aan teksten temaken heeft op internet.*³⁶

Internet

Op de website van het Nederlands Dagblad is een apart jongerendeel te vinden: NDlite.nl. Er is niet een aparte redactie om deze pagina te vullen en de artikelen worden niet erg vlot geüpdate. Volgens Van den Berg wordt het niet erg goed bezocht.

*“De naam alleen al. Dat deel zal straks, als het nieuwe beleid er ligt, waarschijnlijk als eerste sneuvelen.”*³⁷

Het algemene deel van de website wordt des te meer bezocht. Het heeft verschillende dossiers, waar achtergrondinformatie gezocht kan worden. Daarnaast zit er de hele dag een aparte nieuwsdienst op de redactie om de nieuwsberichten steeds te updaten.

*“We zetten meestal onze eigen verhalen op de site. De eindredacteur maakt de beslissingen welke artikelen er wel en niet op komen. Redacteurs die een originele invalshoek hebben, worden gemotiveerd deze uit te voeren.”*³⁸

Verder is er ook een digitale versie van de papieren krant in PDF-formaat te downloaden en de site heeft een radiozender. Hier zijn op ieder tijdstip interviews en andere programma's te beluisteren. Het eigen nieuws komt dus op de website en wordt ook in de papieren versie steeds meer gemotiveerd, ook om jongeren aan zich te binden, maar niet specifiek.

³⁵ Berg, R. van der, Dronten, 8 februari 2008.

³⁶ Berg, R. van der, Dronten, 8 februari 2008.

³⁷ Berg, R. van der, Dronten, 8 februari 2008.

³⁸ Berg, R. van der, Dronten, 8 februari 2008.

2.2.4 Interventies om jongeren aan zich te binden en bijbehorende resultaten van het Reformatorisch Dagblad

Een ochtend lang ben ik aanwezig geweest op het kantoor van het Reformatorisch Dagblad in Apeldoorn. Daar heb ik een gesprek gehad met Steef de Bruijn (adjunct hoofdredacteur). We hebben uitgebreid met elkaar gesproken en samen cijfers bekeken.

Voor het Reformatorisch Dagblad zijn jongeren erg belangrijk. In een onderzoek naar de dagelijkse jongerenpagina, de Achterkrant, staat als reden hiervoor: *“De redenen hiervoor zijn dat we jongeren in een turbulente tijd, in aanraking willen brengen met Reformatorische beginselen. We zien deze doelgroep als potentiële lezers. Door de ontleding verdienen ze juist extra aandacht.”*³⁹

Een belangrijk speerpunt dus. Het meest recente onderzoek naar jongeren en de krant heeft in 2003 onder jongeren tussen de 12 en 18 jaar plaatsgevonden. Aan de hand van gesprekken met jongeren, literatuurstudie en een enquête is veel informatie verzameld over wat jongeren willen van media, kranten en specifiek het Reformatorisch Dagblad.

*“Om onderzoek te kunnen doen hebben we een goede band met scholen. De scholen waar we contact mee hebben, passen bij de principes van de krant. Het zijn bijvoorbeeld Reformatorische scholen of Protestants Christelijke scholen. Daardoor wordt het contact met jongeren makkelijker. Praktisch betekent dit dat we de scholen bezoeken en vaste contactpersonen op de scholen hebben.”*⁴⁰

Er wordt dus gericht onderzoek gedaan naar jongeren uit de eigen achterban. Deze achterban is zeer specifiek, zo blijkt uit het onderzoek ‘Jongeren en media’. Reformatorische jongeren lezen met zes uur per week bijvoorbeeld vier keer zoveel dan de gemiddelde Nederlandse jongere. Verder gebruiken Reformatorische jongeren internet meer als naslagwerk en minder als ‘tool’ om bijvoorbeeld te chatten. Ruim driekwart van de Reformatorische jongeren is geïnteresseerd in wat er in de wereld gebeurt en lezen meer de papieren krant. Opmerkelijk is ook dat zeventig procent van de jongeren uit de doelgroep thuis geen tv heeft, maar wel gebruik maakt van internet.⁴¹

Je zou kunnen zeggen dat dit onderzoek de eerste grote actie is geweest in een grote reeks. Vanuit dit onderzoek zijn een aantal interventies bedacht en uitgevoerd. Er zijn twee jongerenredacteurs aangenomen. Zij zitten op de binnenlandredactie en schrijven de jongerenpagina.

De dagelijkse krant

De informatievoorziening in de krant is niet specifiek gericht op jongeren. Er wordt in de onderwerpkouze en in de toon van de berichtgeving vooral gelet op de Reformatorische achtergrond. Zo staan er geen berichten in over sport en over showbusiness. Op één pagina wordt nieuws geschreven over kerk en religie. 56% van de jongeren tussen de 12 en 18 jaar vindt deze manier van berichtgeving de beste manier.⁴²

³⁹ Bruijn, S. de (2006). *Interne notitie De achterkrant*. Reformatorisch Dagblad, ongepubliceerd.

⁴⁰ Bruijn, S. de, Apeldoorn, 29 januari 2008.

⁴¹ Bruijn, S. de (2003), *Jongeren en media*, Apeldoorn, http://www.refdag.nl/media/2003/jongeren_en_media.pdf

⁴² Pekaar, W. (2006). *Magneet, Yord, Reflits. What's next? Jongeren en het Reformatorisch Dagblad, (g)een combinatie ?!*. Ongepubliceerde scriptie.

Jongerenpagina's

Het Reformatorisch Dagblad heeft twee soorten jongerenpagina's. De eerste verschijnt alleen in de zaterdagkrant en heet De Magneet en bestaat al circa vijftien jaar. De basisformule is altijd hetzelfde gebleven: een interview met een jongere, een strip en nog wat kleinere rubrieken.

"We merken ook aan de reacties die erop komen dat deze pagina door mensen van alle leeftijden wordt gelezen."⁴³

Een jongerenpagina dus, die zowel door ouderen als door jongeren wordt gelezen. Maar, het Reformatorisch Dagblad meende, naar aanleiding van het onderzoek in 2003, dat er nog een jongerenpagina moest komen. Of eigenlijk:

"In eerste instantie was het de bedoeling dat er een jongerenkatern (fullcolour) zou komen, maar vanwege praktische zaken met de pers en dergelijke kon dit niet doorgaan."⁴⁴

Een dagelijkse pagina in de krant, genaamd 'De Achterkrant' staat vanaf 26 september 2005 consequent op de achterpagina van de krant. En die pagina levert veel mogelijkheden op om jongeren te prikkelen ook de rest van de krant te lezen. Zo wordt er op de pagina via een zogenaamde 'nieuwsflits' gemotiveerd om elders in de krant het artikel verder te lezen. De nieuwsflitsen worden verzorgd door de verschillende redacties die deze 'teazers' dagelijks aanleveren. Door onderzoek te doen op de zeven scholen waar het Reformatorisch Dagblad kon er een grote lijst met rubrieken worden samengesteld. Elke dag is de Achterkrant weer anders.

De rubrieken op de Achterkrant zijn:

- Lezersfoto's (door jongeren zelf ingestuurd);
- Dagkraker: een spreuk;
- Flashback: Wat gebeurde er in het verleden op de dag van vandaag?
- Er staat een column op de achterkrant;
- Een sudokupuzzel;
- De nieuwsflits; dit is een dagelijkse rubriek waarin we een verwijzing doen naar een nieuwsbericht in de krant zelf. Het gaat dan vaak om nieuwsberichten die passen bij wat de jongeren willen. Deze berichten worden door elke redactie aangeleverd en door de jongerenredactie geplaatst;
- Check: een rubriek met praktische tips over van alles en nog wat. Soms letterlijk van een website gehaald;
- Mijn domein: een jongere vertelt over 'iets' van zichzelf. Dat kan zijn slaapkamer zijn, maar ook zijn/haar interesse;
- Uitbinker: een positief nieuwsbericht;
- Kielzog: vertellen over ouders
- Duopinie: een voor- en een tegenstander (jongeren) van een bepaalde stelling geven hun mening
- Pastory: twee predikanten vertellen over het pastorale leven. Dit wordt ook door veel ouderen gelezen;
- Vergezichten: jongeren elders in de wereld vertellen over hun leven.
- Ff serieus: vragen van lezers zelf over geloof-, relatie en samenlevingsonderwerpen.

⁴³ Bruijn, S. de, Apeldoorn, 29 januari 2008.

⁴⁴ Bruijn, S. de, Apeldoorn, 29 januari 2008.

De onderwerpen passen in het plaatje bij de algemene trend die merkbaar is onder de jongerencultuur in het algemeen. Jongeren nemen namelijk niet snel iets aan als waarheid, maar zoeken bevestiging bij leeftijdsgenoten en nemen minder snel iets van een autoriteit aan.⁴⁵

Een aantal rubrieken zorgen meteen al voor veel en soms verrassende reacties. Zo wordt de Sudokupuzzel goed gemaakt en wordt er, met name ook door volwassenen, goed gereageerd op Pastory.

*“In eerste instantie hadden we niet verwacht dat er in de rubriek Ff Serieus vragen veel vragen over het geloof zouden zitten. Juist daarover krijgen we veel vragen. Ook relaties en uiterlijk zijn belangrijke onderwerpen. Twee theologen en twee meer ‘relatiedeskundigen’ geven antwoorden op de vragen. Er komen enorm veel reacties op; we kunnen ze niet allemaal in de krant beantwoorden.”*⁴⁶

In mei en juni 2006 wordt er onderzoek gedaan naar wat de jongeren van de Achterkrant vinden. Het ging hier om een enquête die zowel schriftelijk als elektronisch is afgenomen. In totaal waren er 435 respondenten. In het rapport, getiteld: ‘Magneet, Yord, Reflits. What's next? Jongeren en het Reformatorisch Dagblad, (g)een combinatie ?!’ noemt het Reformatorisch Dagblad deze respons laag. Er is onderzoek gedaan in de leeftijdscategorieën tot 15 jaar, 16 tot 20 jaar, 21 tot 34 jaar, 35 tot 49 jaar en 50 +.⁴⁷

Over het algemeen geven de lezers een positieve reactie op de Achterkrant. Het eindoordeel was een 7,7. Verder blijkt uit het onderzoek dat 53 procent van de respondenten de Achterkrant dagelijks leest en 81 procent minstens drie keer per week. Verder komt in het onderzoek naar voeren dat jongeren tot 15 jaar en jongeren van 16 tot 20 jaar de Achterkrant het meest lezen. Ook blijkt dat bijna iedereen die in deze jonge doelgroep de Achterkrant leest, ook de rest van de krant leest.⁴⁸

Beoordeling per onderwerp

De nieuwsflitsen – de korte berichtjes die verwijzen naar de rest van het artikel elders in de krant - zijn met name in de jongste groep erg populair. Bij de categorie 16 tot 20 jaar leest 55 procent de nieuwsflitsen regelmatig.

De vijf meest populaire rubrieken bij de categorie 16 tot 20 jaar:

1. Flitzend: Losse, thematische nieuwsfoto (91 procent)*
2. Bijschrift foto (90 procent)
3. Dagkraker; spreuk van de dag (80 procent)
4. Duopinie; een voor- en tegenstander reageren op een stelling (59 procent)
5. Mijn Domijn; human interestverhaal over een hobby, passie van jongere (57 procent)

De vijf minst populaire rubrieken bij de categorie 16 tot 20 jaar:

1. Uitblinker; opmerkelijk nieuwsfeit: (31 procent)
2. Vergezichten: verhalen over jongeren op een andere plek op de wereld (33 procent)
3. Blauwe maandag: diepgaande column (35 procent)

⁴⁵ Groen I. en Boschma J. (2005). *‘Generatie Einstein, slimmer, sneller, socialer, communiceren met jongeren in de 21^{ste} eeuw.* Amsterdam: Pearson Education.

⁴⁶ Bruijn, S. de, Apeldoorn, 29 januari 2008.

⁴⁷ Pekaar, W. (2006) *‘Magneet, Yord, Reflits. What's next? Jongeren en het Reformatorisch Dagblad, (g)een combinatie ?!’.* Ongepubliceerde scriptie

⁴⁸ Pekaar, W. (2006) *‘Magneet, Yord, Reflits. What's next? Jongeren en het Reformatorisch Dagblad, (g)een combinatie ?!’.* Ongepubliceerde scriptie

4. Pastory; over het pastorale leven (36 procent)
5. Flashback; wat gebeurde er een aantal jaren geleden op deze datum? (40 procent).⁴⁹

* Percentages staan voor het percentage jongeren dat deze pagina graag leest.

De hamvraag – ook voor dit onderzoek – of de jongeren door het lezen van de achterkrant ook met de rest van de krant in aanraking is gekomen, is niet te beantwoorden. Ook in de toekomst zal dit lastig te onderzoeken zijn. Feit is dat de Achterkrant heel goed gelezen wordt.

Dit succes staat haaks op wat er door anderen beweerd wordt over jongerenpagina's. Deze zouden te kinderachtig zijn. Jongeren willen helemaal geen jongerenpagina, zo blijkt uit andere gevallen. Primeur, uitgegeven door Wegener, was geen succes. Het belangrijkste is dat jongeren weten dat er een krant is.⁵⁰

Een mogelijke verklaring voor het succes van de bijlage is het feit dat een groot deel van de jongeren een informatiestroom niet heeft: namelijk de televisie. 70% van de lezers van het Reformatorisch Dagblad heeft thuis geen televisie.

Website

Ook naar aanleiding van het onderzoek in 2003 is er een speciaal jongerendeel, genaamd Yord (Your RD) op de website van het Reformatorisch Dagblad gekomen. Deze kwam ook in 2005. Een werkgroep heeft gekeken naar wat er in de papieren krant mogelijk is om jongeren meer aandacht te geven. De site is bedoeld voor jongeren van 12 tot 18 jaar, maar De Bruijn merkt op dat deze leeftijd de laatste tijd aan het dalen is.

“Over het algemeen zijn we tevreden met Yord. Wellicht willen we meer de verwijzing maken van internet naar de krant. Ook willen we de mogelijkheid dat jongeren zelf reageren gaan uitbreiden. Deze wisselwerking willen we gaan verbeteren.”⁵¹

Door de jongeren zelf wordt veel gebruik gemaakt van de website en ze zijn er ook over te spreken, blijkt uit onderzoek van het Reformatorisch Dagblad. Yord wordt door de bezoekers beoordeeld met een rapportcijfer van een 7,5. Vooral het nieuws, de gratis mail- en sms mogelijkheid en een quiz vallen in de smaak. Het downloaden van gratis ringtones wordt gemist. Een belangrijk positief punt wat genoemd wordt is dat jongeren op de site het gevoel hebben persoonlijk behandeld te worden, dat ze hun mening kunnen geven en dat er interactiviteit is.⁵²

Wat gebleken is uit het onderzoek Media en jongeren is dat jongeren uit de doelgroep internet vooral gebruiken als naslagwerk. Met dat gegeven is het Reformatorisch Dagblad aan de slag gegaan.

“De scholen maken ook veel gebruik van onze website als naslagwerk. Momenteel zijn we bezig om een database op te stellen met boekverslagen. Deze kunnen via een inlog gebruikt worden door de scholieren. De artikelen die hier bij horen komen vaak uit onze krant of verwijzen we naar de krant. We hopen dat jongeren dan door

⁴⁹ Pekaar, W. (2006) *'Magneet, Yord, Reflits. What's next? Jongeren en het Reformatorisch Dagblad, (g)een combinatie ?!*'. Ongepubliceerde scriptie

⁵⁰ Kallman A, hoofdredacteur Utrechts Nieuwsblad, Utrecht, 2007, http://www.mediadebat.nl/index.php?option=com_content&task=view&id=97&Itemid=33

⁵¹ Bruijn, S. de, Apeldoorn, 29 januari 2008.

⁵² Pekaar, W. (2006) *'Magneet, Yord, Reflits. What's next? Jongeren en het Reformatorisch Dagblad, (g)een combinatie ?!*', ongepubliceerde scriptie

*zullen klikken naar de gewone site van het Reformatorisch Dagblad. Voor deze functie hebben we contact met zeven scholen.*⁵³

Toekomst

Ondanks dat er al een aantal dingen voor jongeren zijn opgezet, spelen ook in de toekomst jongeren een grote rol.

*“ We willen doelgroepen meer apart gaan aanspreken. Dan krijg je dus de groepen 6-12 jaar, 12 – 16 jaar, 16 – 19 jaar en 19 tot 25 jaar. Een ander uitgangspunt is dat we meer producten gaan aanbieden die passen bij de doelgroepen. Denk bijvoorbeeld aan radio (meer bij ouderen) en internet (meer bij jongeren). We willen de doelgroepen hier actief bij betrekken en veel de interactie zoeken met hen.”*⁵⁴

Er ontstaan dus meer subdoelgroepen, waardoor er meer naar verschillende vormen en naar de inhoud gekeken kan worden.

⁵³ Bruijn, S. de, Apeldoorn, 29 januari 2008.

⁵⁴ Bruijn, S. de, Apeldoorn, 29 januari 2008.

2.3 De mening van de jonge lezer over 'hun' christelijke krant

2.3.1 Uitleg aanpak van het beantwoorden van deze deelvraag

Hiervoor heb ik een aantal lezers van de verschillende christelijke dagbladen zien op te sporen om ze te onderwerpen aan een diepgaand interview. Ik heb bewust gekozen voor een interview en niet voor een enquête onder een groot aantal respondenten. Met een vraaggesprek ben je in staat meer door te vragen en bovendien veel directer je vraag stellen. Uiteraard heb ik wel van tevoren een vragenlijst gemaakt en in grote lijnen op iedereen dezelfde vragen afgevuurd. De interviews heb ik telefonisch, vanuit mijn huis gedaan. Voor deze interviews vond ik het niet nodig om langs te gaan; een sfeer proeven is niet nodig. De ondervraagden woonden allemaal erg verspreid over Nederland.

In totaal heb ik tien lezers van de drie christelijke dagbladen gevonden die mee wilden werken met dit interview. Er deden vier Reformatorisch Dagbladlezers, drie Nederlands Dagbladlezers en drie Friesch Dagbladlezers mee. In totaal vijf vrouwen en vijf mannen. Voor een uitgebreide samenvatting van de interviews verwijs ik naar bijlagen 4 tot en met 14.

Ik heb de ondervraagden gevonden via de website Hyves. Via deze populaire site kan iedereen een profiel aanmaken. Daarnaast kan iedereen lid worden van bepaalde 'hyves'. Dat zijn 'ontmoetingsplekken' binnen de site voor mensen met dezelfde interesse. Ik heb via de 'hyves' van de drie christelijke kranten, waar dus ook jongeren lid van zijn, jongeren uit de doelgroep persoonlijk een berichtje gestuurd met de vraag of ze mee wilden werken. Uiteraard heb ik ook nagevraagd of ze daadwerkelijk de krant lezen en of ze christen zijn.

De gegeven antwoorden leken allemaal erg op elkaar. Dat er dus verhoudingsgewijs meer Reformatorisch Dagbladlezers meegedaan hebben is dus niet zo van belang. Ik heb om die laatste reden besloten om per specifiek onderdeel dit hoofdstuk op te bouwen. Een vergelijking tussen de kranten is niet zozeer nodig.

2.3.2 Algemene punten over het leesgedrag van christelijke dagbladen van christelijke lezers tussen de 16 en 25 jaar

Alle ondervraagden woonden nog bij hun ouders thuis. Zelf heeft geen van hen een abonnement op een van de kranten, maar lezen mee met de ouders. De meeste ondervraagden zeggen de kranten elke dag wel te lezen, of in elk geval door te bladeren. Twee respondenten zeggen dat ze de krant een paar keer per week in te kijken en alleen de koppen en foto's bekijken. Iedereen zegt er per leesbeurt ongeveer een kwartier over te doen. Dit komt overeen met lezersonderzoeken die uitgevoerd zijn door de drie kranten.

Wat vaak gezegd wordt is dat ze alleen lezen wat ze interesseert. Scannend worden de verschillende pagina's doorgenomen en bekeken.

Lezer van het Nederlands Dagblad, 19 jaar:

*"Meestal blader ik de krant een beetje door en bekijk ik de onderwerpen die in interessant vind. Door de week doe ik daar ongeveer 5 minuten over, in het weekend lees ik de krant veel uitgebreider. Dan heb ik ook tijd om me daar mee bezig te houden."*⁵⁵

⁵⁵ Margreet Broer, Assen, 8 januari 2008

Tijd speelt een belangrijke factor. Meer dan de helft van de ondervraagden zegt ongeveer hetzelfde als wat Margreet zegt over tijd. Mensen hebben het te druk met school. Maar in de weekenden wordt er veel tijd genomen om de krant te lezen. Naast de weekendbijlage, nemen de christelijke jongeren ook meer tijd om andere bijlages te lezen.

Lezer van het Friesch Dagblad, 17 jaar:

“Eens per week zit er ook een cultuurbijlage bij. Hier doe ik wat langer over omdat dat me heel erg interesseert.”⁵⁶

en

Lezer van het Reformatorisch Dagblad, 16 jaar:

“Achtergrondverhalen en opiniestukken in de bijlages vind ik ook erg goed. Vooral de bijlage ‘Accent’ met achtergronden bij grote nieuwsitems vind ik goed.”⁵⁷

Er wordt dus over het algemeen meer tijd gestoken in het goed doorlezen van de bijlagen met een thema dat interessant is. Het neemt niet weg dat de voorpagina toch vaak als eerste wordt gelezen.

Alle ondervraagden geven aan, naast de christelijke krant, wel eens de gratis dagbladen Spits, Metro, Dag of De Pers te lezen. Wat daarbij genoemd wordt als grote verschillen zijn dat er meer verhalen in staan over ‘beroemde sterren’. Ze zeggen dit vaak vluchtig door te lezen en het wel grappig te vinden. Verder wordt een aantal keren het tabloidformaat van deze kranten als prettig ervaren.

Naast de gratis kranten, worden er ook veel regionale kranten gelezen.

Lezer van het Nederlands Dagblad, 19 jaar:

“Naast het ND lees ik ook de regionale krant Tubantia. Dit is meer een zakelijke krant en gericht op de regio. Als ik moet kiezen tussen die twee, dan kies ik voor het Nederlands Dagblad omdat het een christelijke krant is en nieuws op een meer menselijke manier brengt.”⁵⁸

Deze omschrijving geldt voor meer mensen. Opvallend is dat lezers van het Reformatorisch Dagblad minder regionale dagbladen lezen, dan bij de andere kranten.

Vreemde eend in de bijt is natuurlijk het Friesch Dagblad, die zich op een hele specifieke regio richt. Beide ondervraagden lezen naast het Friesch Dagblad geen andere krant.

2.3.2 De motivatie voor lezers tussen de 16 en 25 jaar voor het lezen van een christelijke krant.

In alle tien de gevallen is het eerste antwoord op de vraag: waarom lees je deze krant? *‘Omdat mijn ouders hem ook lezen’*. Daaruit blijkt dat ik met interviewen de juiste methode te pakken heb. Je hebt namelijk nog altijd een keus om hem wel of niet te lezen. Bij doorvraag kwam er in zes van de tien keren ongeveer het volgende antwoord naar voren:

⁵⁶ Nynke Feenstra, Joure, 8 januari 2008

⁵⁷ Jan Jaap Mouthaan, Dordrecht, 8 januari 2008

⁵⁸ René Logtmeijer, Enschede, 8 januari 2008

Lezer van het Nederlands Dagblad, 19 jaar:

“De christelijke identiteit spreekt me erg aan aan de krant; het past bij wie ik ben. Mijn visie spreekt door alle artikelen heen. (...) Er worden interviews gedaan met mensen uit je eigen achterban.”⁵⁹

In de overige gevallen, dat waren beide ondervraagden voor het Friesch Dagblad en het Reformatorisch Dagblad werd genoemd dat de krant vooral werd gelezen vanwege het nieuws.

Lezer van het Friesch Dagblad, 24 jaar

“Ik lees de krant omdat ik graag het nieuws wil lezen. Ik lees de krant niet omdat hij christelijk is. Veel vriendinnen hebben ook de Leeuwarder Courant en eigenlijk zie ik niet zoveel verschil tussen die twee. Het is puur toevallig dat ik het Friesch Dagblad lees.”⁶⁰

Deze reactie is logisch te verklaren omdat het Friesch Dagblad zich op de Friese lezer richt. Wel geven beide ondervraagden aan dat ze het belangrijk vinden dat het Friesch Dagblad zich vasthoudt aan de christelijke traditie. “Dat verwacht je ook van een leraar op een christelijke school”, zegt één van de drie. Alledrie vinden ze ook dat het Friesch Dagblad op een duidelijke manier de christelijke identiteit laat zien.

De christelijke identiteit komt bij de kranten naar voren door de diepgang, zoals sommige ondervraagden zeggen. Het gaat niet om oppervlakkigheden, maar over levensvisies. Bij het Nederlands Dagblad wordt bovendien twee keer genoemd dat de betrouwbaarheid groot is. Duidelijkheid en overzichtelijkheid wordt ook een paar keer genoemd.

Samenvattend zou je kunnen zeggen dat de identiteit van de krant een grote rol speelt. Jongeren zoeken de diepgang in de krant en vinden die ook, veel meer dan in de Metro, Spits of een regionaal dagblad.

2.3.3 Welke onderwerpen spreken lezers tussen de 16 en 25 jaar aan in christelijke kranten?

Dat de jonge lezers van de christelijke kranten diepgang zoeken, blijkt wel als ik ze vraag naar de onderwerpen die ze interessant vinden.

Lezer van het Reformatorisch Dagblad, 16 jaar

“Verder lees ik erg graag de pagina over godsdienst. Dat het maar één pagina is, vind ik weinig. Het mag best een paar bladzijdes meer zijn.”⁶¹

Maar liefst zes jongeren zeggen dat ze erg geïnteresseerd zijn in de verhalen over het geloof. Janice vindt het dan misschien net wat te weinig, maar de rest van de ondervraagden is tevreden over de kwaliteit en kwantiteit van de christelijke verhalen. Wat verder genoemd wordt, zijn de achtergrondverhalen die in de dagelijkse krant staan, maar ook in de bijlagen. De verdieping wordt duidelijk in de krant gezocht.

⁵⁹ Margreet Broer, Assen, 8 januari 2008

⁶⁰ Sandra Prins, Ureterp, 8 januari 2008

⁶¹ Janice Dijkgraaf, Elspeet, 8 januari 2008

Lezer van het Nederlands Dagblad, 16 jaar

“Wat ik verder interessant vind zijn stukken over internet en zaken waar ik toevallig op dat moment zelf mee zit. Bijvoorbeeld over de doop en geloven.”⁶²

Dat eerste deel: ‘zaken waar ik op dat moment toevallig zelf mee zit’ komt vaak naar voren. Het gaat dan bijvoorbeeld om dingen in de zorg, voor iemand die in de zorg werkt. Over schaatsen, voor iemand die regelmatig een rondje over de ijsbaan gaat. Wanneer iemand aan het lesrijden is, vallen die verhalen op. Maar dus ook geloofsvragen. Er wordt door de lezer zorgvuldig naar onderwerpen gekeken en alleen datgene genomen wat bij de persoonlijke situatie past. Onderwerpen die meerdere keren genoemd zijn, zijn internet en school.

Lezer van het Reformatorisch Dagblad, 16 jaar

Ik vind het leuk als er een sociale invalshoek wordt gekozen; die over mensen gaat. (..) Over het algemeen is het interessant om over emoties van mensen te lezen.”⁶³

De menselijkheid in de verhalen, wordt vaak gezocht. Met name als er zelf jongeren aan het woord komen, bijvoorbeeld op de jongerenpagina, wordt dit erg gewaardeerd. In twee gevallen wordt er over de foto's in het Reformatorisch Dagblad gezegd dat deze te oppervlakkig zijn. Een oorlogsfoto van een soldaat moet vervangen worden door foto's met meer emotie, zodat je ook de gevolgen van een oorlog ziet, wordt als voorbeeld genoemd.

In het geval van het Friesch Dagblad wordt dit laatste nog eens verstrekt:

Lezer van het Friesch Dagblad, 17 jaar

“Regionaal nieuws vind ik leuk om te lezen omdat het dichtbij gebeurt. Soms zie je zelfs bekenden voorbijkomen in de krant.”⁶⁴

‘Persoonlijk nieuws’ wordt natuurlijk nog veel persoonlijker als het gaat om mensen of omgevingen die je kent. Veel van de Reformatorisch Dagbladlezers en Nederlands Dagbladlezers geven van binnenlands nieuws aan dat ze het graag lezen.

Lezer van het Nederlands Dagblad, 16 jaar⁶⁵

Onderwerpen die vaak wat minder vind zijn verhalen die óver jongeren gaan. Dus slecht nieuws, alles wat ze verkeerd doen en zo. Dan denk ik ‘hallo, jongeren lezen ook die krant’. Ze zouden meer voor jongeren moeten schrijven.

Dit wordt vaker genoemd. Het moet persoonlijk zijn, over onderwerpen die boeiend zijn, maar niet met een vingertje van ‘zo moet het’, vinden de lezers.

2.3.4 Wat vinden lezers tussen de 16 en 25 jaar positief aan christelijke kranten?

De overzichtelijkheid, opbouw en duidelijkheid van de kranten wordt door zeven van de tien ondervraagden als een positief punt ervaren. Die duidelijkheid zit niet alleen in de opbouw van de pagina's, maar ook in de opbouw van de artikelen.

⁶² Lineke Brink, Putten, 8 januari 2008

⁶³ Henrieke, Amersfoort, 8 januari 2008

⁶⁴ Nynke Feenstra, Joure, 8 januari 2008

⁶⁵ Lineke Brink, Putten, 8 januari 2008

Lezer van het Reformatorisch Dagblad, 18 jaar

“Verder vind ik erg goed dat aan het eind van grote artikelen een aantal punten op een rijtje staan met waar het verhaal over gaat. Ik lees meestal eerst de kop, dan de lead en daarna die korte punten. Daarna besluit ik of ik het verhaal helemaal wil lezen.”⁶⁶

Volgens Jan-Jaap betekent deze opbouw voor hem een duidelijke leesrichting en het motiveert hem ook om te lezen.

De jongerenpagina wordt door de ondervraagden zeer gewaardeerd. Deze bevinding loopt parallel aan de conclusies van onderzoekers van de kranten zelf (zie paragraaf 2.2.). Inzoomend:

Lezer van het Reformatorisch Dagblad, 16 jaar:

“Ik vind dat het Reformatorisch Dagblad goede aandacht biedt aan jongeren. Er wordt niet alleen over jongeren gesproken op een negatieve manier, maar de jongere komt ook zelf aan het woord. Dit is dan wel op een aparte pagina in de krant. Je zou in de rest van de krant jongeren misschien ook meer aan het woord moeten laten, maar ook niet te veel. Dat zou de rest van de krant niet ten goede komen.”⁶⁷

Dat jongeren zelf aan het woord kunnen komen, wordt vaker genoemd en niet alleen bij het Reformatorisch Dagblad. Jongeren kunnen zich goed identificeren met de jongeren uit de krant. Ze komen uit hetzelfde milieu. Wat bovenstaande quote ook aangeeft, is dat de jonge lezers van christelijke dagbladen als ‘jongeren’ aangesproken willen worden. Ook dit loopt gelijk op met de bevindingen van de kranten zelf. Een aantal jongeren zou zelfs nog vaker een jongerenpagina zien en één ondervraagde noemt zelfs dat de hele krant wel zo mag.

In de hele krant wordt de christelijke identiteit als zeer positief ervaren. Deze krijgt voldoende aandacht, zo vindt men. Toch wordt het niet als opdringerig of suf ervaren. Er wordt een paar keer genoemd dat het goed is dat juist de menselijke kant wordt belicht. De toon wordt goed gevonden. En verder:

Lezer van het Nederlands Dagblad, 19 jaar:

“Ik merk heel erg dat je hetzelfde gedachtegoed hebt. Toch is de berichtgeving nog wel redelijk objectief. Naar het ‘normale’ nieuws wordt niet met een speciale bril op gekeken. Het nieuws is te vergelijken met wat er in het AD staat.”⁶⁸

Voor wat betreft het Friesch Dagblad wordt genoemd dat het regionale aspect erg positief is omdat het leuk is om ook eens bekenden tegen te komen in de krant.

2.3.5 Wat vinden lezers tussen de 16 en 25 jaar verbeterpunten voor christelijke kranten?

Het belangrijkste wat er genoemd wordt, is dat er meer over jongeren geschreven mag worden, maar wel op de volgende manier:

Lezer van het Friesch Dagblad, 24 jaar:

“Verder zou ik wat meer verhalen met jongeren willen zien. Dus van die persoonlijke verhalen. Ook vind ik dat de verhalen op de kerkpagina meer voor jongeren kunnen

⁶⁶ Jan-Jaap Mouthaan, Dordrecht, 8 januari 2008.

⁶⁷ Henrieke, Amersfoort, 8 januari 2008.

⁶⁸ Margreet Broer, Assen, 8 januari 2008.

*zijn. Schrijf bijvoorbeeld eens over een bekende gospelartiest voor jongeren of iets dergelijks.*⁶⁹

Maar nieuws wat letterlijk dicht bij de jongere komt, wordt ook vaak genoemd:

Lezer van het Friesch Dagblad, 22 jaar:

*“Vooral het wat meer kleine nieuws vind ik leuk. Als ik een dag ervoor in de buurt sirenes heb horen loeien, wil ik graag weten wat er is gebeurd. Dat is interessant.”*⁷⁰

Politienieuws en nieuws van de straat worden ook erg gewaardeerd dus. Het Friesch Dagblad kent hier als regionale krant een voordeel mee. Wat daar eigenlijk haaks op staat is dat er ook meerdere keren wordt genoemd dat er meer achtergronden bij nieuws gezocht moeten worden. Dat mag volgens de ondervraagden in woord en beeld beter.

Ook nu weer wordt er genoemd dat er meer aandacht mag zijn voor jongeren in de vorm van een jongerenbijlage of een jongerenpagina vaker terug laten komen. Wat mij in het geval van het Reformatorisch Dagblad opvalt, is dat niemand ‘De Achterkrant noemt.’ Deze dagelijkse jongerenpagina goed gelezen, zo blijkt uit onderzoek van de krant zelf. Maar de ondervraagden praten alleen over de Magneet en de Achterkrant komt niet aan de orde.

Wat waarschijnlijk het vaakst wordt genoemd als verbeterpunt is het formaat van de krant. De Spits wordt gezien als een goed formaat, maar de onderwerpen daarin spreken mensen niet aan.

Een quote die dat goed duidelijk maakt is:

Lezer van het Reformatorisch Dagblad, 16 jaar:

*“Ten eerste moet het een kleiner formaat zijn, zo groot als de Spits. Deze is trouwens ook aantrekkelijker vormgegeven met meer plaatjes. Je ziet sneller waar een onderwerp over gaat. Als het Reformatorisch Dagblad eruit zou zien als de Spits, maar dezelfde onderwerpen bracht, was het de perfecte krant geweest.”*⁷¹

2.3.6 Wat vinden lezers van de website die bij de christelijke kranten hoort?

Gemiddeld wordt de website door de ondervraagden eens per week bezocht. Slechts twee personen zeggen de site nooit te bezoeken. De website wordt wel als aanvulling gezien, maar meer als een naslagwerk voor school of voor persoonlijke interesses. Overigens wordt de site niet gezien als een plek om iets te lezen over het geloof. Dat is opvallend, want in de papieren versie van de krant speelt dit wel een belangrijke rol.

Lezer van het Nederlands Dagblad, 19 jaar:

*“Wat betreft christelijke sites bezoek ik wel eens Ronduit.nl. Daar zoek ik naar antwoorden op mijn geloof. Die punten hoef ik niet persé in de krant terug te vinden. Daar is een website meer geschikt voor, in de krant moet het vooral gaan over nieuws.”*⁷²

⁶⁹ Sandra Prins, Ureterp, 8 januari 2008

⁷⁰ Sytse van der Meer, Drachten, 8 januari 2008

⁷¹ Janice Dijkgraaf, Elspeet, 8 januari 2008

⁷² René Logtmeijer, Enschede, 8 januari 2008

Verder leest men regelmatig nog eens een artikel op internet na dat al eerder in de krant heeft gestaan.

Lezer van het Nederlands Dagblad, 16 jaar:

“Er staat meer in de krant dan op de site, heb ik het idee. Wat ik erg positief vind is dat er dossiers zijn te vinden over verschillende onderwerpen.”⁷³

Dat de achtergronden gerangschikt worden in dossiers wordt dus als overzichtelijk ervaren. Soms komen de ondervraagden ook toevallig op de site uit omdat ze via Google een onderwerp intypen wat hen interesseert.

Een paar mensen geven aan de site te bezoeken als ze geen tijd hebben om de krant te lezen en toch nieuws willen weten. Het overgrote deel zegt echter dat sites als Nu.nl en Nos.nl dan liever bezocht worden. Deze zijn actueler met hun nieuwsvoorziening, zo wordt er gezegd.

Wat erg gewaardeerd wordt door de lezer is dat er via de website op verschillende manier gereageerd kan worden, bijvoorbeeld via polls. Eén van de ondervraagden zegt hierover:

Lezer van het Reformatorisch Dagblad, 16 jaar:

“Wat er leuk is dat je ook zelf kan reageren. Dat kan richting de redactie, maar je kan ook met andere jongeren in contact komen. Dat doe ik zelf ook wel eens.”⁷⁴

2.3.7 Wordt de jonge lezer van nu ook een lezer voor de toekomst?

Een belangrijke vraag is natuurlijk: nemen de jonge lezers die nu een krant van hun ouders lezen later ook een abonnement? In het geval van het Friesch Dagblad wordt er gezegd dat het afhankelijk is van een toekomstige woonplaats. Dit valt samen met de motivatie van deze jongeren om het Friesch Dagblad te lezen: vanwege het regionale karakter. Daarnaast wordt daarbij genoemd dat er evengoed voor de Leeuwarder Courant of voor Omroep Fryslân gekozen kan worden. Het christelijke karakter van de krant is geen reden om lid te worden van de krant.

Bij het Nederlands Dagblad en het Reformatorisch Dagblad ontstaat er een ander beeld. Drie van de zeven mensen weten zeker dat ze een abonnement zullen nemen later; met name vanwege de christelijke identiteit. Drie zeggen dat ze het nog niet weten; dat hangt van de (financiële) situatie dan af. Maar als ze een krant gaan lezen, wordt het een christelijke krant. Eén iemand zegt geen abonnement te nemen.

Welke krant ze gaan lezen als ze geen abonnee worden van de christelijke krant zijn: NRC.next, het AD, Huis-aan-huiskranten en regionale kranten.

⁷³ Lineke Brink, Putten, 8 januari 2008

⁷⁴ Henrieke, Amersfoort, 8 januari 2008.

2.4 De mening van de jonge niet-lezer van de christelijke kranten

2.4.1 *Uitleg aanpak van het beantwoorden deze deelvraag*

Het is goed om duidelijk te hebben wat niet-lezers vinden van de christelijke kranten. Met hun opvattingen over wat beter kan, kunnen de kranten aan de slag om juist hen aan zich te binden. Ik wil helemaal inzoomen op wat de christelijke jongere belangrijk vindt aan een christelijke krant, welke onderwerpen erg leuk gevonden worden en welke juist niet.

Hiervoor ging ik op zoek naar mensen uit de doelgroep, dus christenen tussen de 16 en 25 jaar, die niet de kranten lazen. Om hen te vinden heb ik op Hyves naar mensen uit de doelgroep gezocht en hen benaderd. Zij waren lid van zogenaamde Hyves van kerken en christelijke organisaties.

De vraag die ik ze voorlegde was of ze mee wilden doen aan een panelonderzoek. Om ze te motiveren heb ik een gratis maaltijd aangeboden. Ik heb ongeveer negentig berichtjes gestuurd, waarvan er negen mee wilden doen. Uiteindelijk belden twee op de dag zelf nog af. Daarmee bestond het panel uit drie mannen en vier vrouwen tussen de 16 en 24 jaar. Geen van allen kende ik of had ik eerder ontmoet. Ook las geen van allen één van de drie kranten; hooguit zeer af en toe. In bijlage 15 vindt u een overzicht van de panelleden.

Voor het panelonderzoek had ik alledrie de christelijke kranten op tafel gelegd; van elke krant twee edities. Het ging daarbij om:

Het Friesch Dagblad van: woensdag 23 januari en donderdag 24 januari.

Het Nederlands Dagblad van: donderdag 24 januari en vrijdag 25 januari.

Het Reformatorisch Dagblad van: woensdag 23 januari en donderdag 24 januari.

Daarmee waren deze kranten de meest recente tot dan toe. Zo kan er geen vertekend beeld ontstaan over de verschillende berichtgeving. Het onderzoek vond plaats op vrijdag 25 januari in een lokaal van het D-gebouw op Hogeschool Windesheim en duurde twee uren. Aan de hand van die kranten heb ik de respondenten gevraagd een vragenlijst in te vullen. Alle respondenten deden dit tegelijkertijd. Omstebeurt gingen de panelleden achter de laptop zitten om daar de websites van de drie kranten te bekijken. Ook daarbij moesten ze weer een vragenlijst invullen. Voor het in te vullen document verwijs ik naar bijlage 14.

2.4.2 *Wat voor onderwerpen uit de christelijke dagbladen spreken christelijke jongeren tussen de 16 en 25 jaar aan?*

Om deze vraag te beantwoorden heb ik gevraagd aan de panelleden of ze de krant wilden doorbladeren en per krant aan te geven welke van de artikelen over de christelijke identiteit ze het meest aanspreekt.

Eén artikel sprong er echter uit en werd door drie van de zeven mensen gekozen. Het ging om het artikel 'Oproep: bid voor kerken Gazastrook' uit het Nederlands Dagblad van 24 januari. De redenen die de respondenten opgeven zijn: 'ik ben geïnteresseerd in het Midden-Oosten, het is een echte oproep dus wij kunnen er ook aan deelnemen en het gaat om een christelijk onderwerp'.

Bidden is een onderwerp wat vaak terug komt als onderwerpkeuze. Ook persoonlijke geloofsbeleving komt meerdere keren terug. Verder wordt een verdiepend verhaal

over een lezing in het Friesch Dagblad ook twee keer genoemd als favoriete onderwerp: 'omdat het zo lang is'.

Eén van de zeven deelnemers zegt dat het allemaal niet zo nodig is, die christelijke onderwerpen of überhaupt een christelijke krant:

"Ik hoef niet direct over christelijke onderwerpen te lezen. Als ik iets christelijks wil lezen, lees ik het op internet." Cornelis.

De overige gekozen onderwerpen over religie gaan over 'Jeugd met een Opdracht' (een christelijke jongerenzendingsorganisatie, red), uitgebreide achtergrondinformatie over ethische kwesties, christenen wereldwijd en geloofsbeleving.

Dit is een breed onderwerpscale, maar alles past bij wat de panelleden zelf interessant vinden of wat bij hun belevingswereld past. Opvallend is ook dat de alle artikelen redelijk op lengte zijn (minimaal ongeveer driehonderd woorden). Dat geeft aan dat het niet uitmaakt of artikelen in de krant lang of kort moeten zijn.

Ook zijn de panelleden gevraagd naar onderwerpen die ze aanspreken over het algemeen genomen. Weer heb ik ze de kranten laten doorbladeren en per krant hun favoriete verhaal te kiezen en het te lezen. Dit om erachter te komen of ze het eerste voor een verhaal over religie zouden gaan.

Zeven van de vijftien gekozen artikelen gingen over het geloof of waren daaraan verwant. De motivatie die daarbij gold was dat ze deze artikelen met name hadden gekozen omdat het een persoonlijke interesse was, omdat het serieus was en omdat het om achtergrondverhalen ging.

De overige gekozen onderwerpen gingen over onderwerpen waar ze in hun persoonlijke leven iets mee hadden. Dus bijvoorbeeld 'hooikoorts' met als motivatie dat de deelnemer zelf hooikoorts heeft of 'rekenen en taal op hbo moeten beter' omdat de zus van de deelnemer op de Pabo zit. Verder kiest iemand die later in de zorg wil werken voor een medisch verhaal en voor een stuk over de OV-chipkaart omdat deze zelf met het openbaar vervoer reist, enzovoorts.

Dit is niet uniek voor christelijke jongeren. De hele generatie vanaf eind jaren tachtig kenmerkt zich door geïnteresseerd te zijn in 'snacknieuws' en 'slownieuws'.⁷⁵ Dit betekent dat jongeren snel willen weten waar iets over gaat (snacknieuws), maar wel iets op een verdiepende manier in een context willen plaatsen (slownieuws). Dit gebeurt het beste met een persoonlijk verhaal of met een reportage waar iets of iemand waarmee de jongere zich kan identificeren centraal staat.

Zeer opvallend is dat er niet een onderwerp wordt genoemd uit het jongerendeel van de krant. Deze werden zelfs pas in tweede instantie opgemerkt. Toen het onderzoek eigenlijk al voorbij was en we nog wat na stonden te praten, werden 'de Achterkrant' van het Reformatorisch Dagblad en de 'Clue' van het Nederlands Dagblad er nog bij gepakt. Wel was het zo dat deze vervolgens zeer enthousiast werden gelezen. 'Oh, moet je dit eens lezen' en dat soort opmerkingen passeerden de revue.

De conclusie die je dus kan trekken is dat de christelijke jongere thema's uitzoekt die passen bij zijn of haar persoonlijke levensstijl en levensvisie. De lengte van de verhalen maakt niks uit. De jongerenpagina's vallen pas in tweede instantie op.

⁷⁵ Costera Meijer, I. (2006). *De toekomst van het nieuws*. Amsterdam: Otto Cramwinckel.

Deze conclusie is ook te maken als je kijkt naar de onderwerpkeuze op de websites van de drie verschillende kranten door de panelleden. Hiervoor heb ik ze gevraagd te kijken naar wat ze van de keuze van onderwerpen op internet vonden. Ook nu werd bij alledrie de kranten genoemd dat de achtergronden erg gewaardeerd werden. Per afzonderlijke krant werden de volgende algemene opmerkingen nog genoemd:

Nederlands Dagblad: De combinatie van onderwerpen is goed, het is hetzelfde als in de krant, niet direct christelijk, maar wel interessant, erg actueel.

Reformatorisch Dagblad: Makkelijker te lezen dan in de krant, belangrijke onderwerpen staan voorop, een heel duidelijke site, saai.

Friesch Dagblad: Laat je niet lekker lezen, niet actueel en is niet zo uitgebreid.

Naast het algemene deel van de site, zijn de jongeren ook gewezen op de speciale jongerenafdelingen van de sites van het Nederlands Dagblad (NDlite.nl) en het Reformatorisch Dagblad (Yord.nl). Het Friesch Dagblad heeft geen jongerendeel. Hierbij zijn de panelleden gevraagd welke onderdelen ze het meest interessant vonden. Daarbij waren de reacties zeer wisselend. De één vond het helemaal niks: *'leuk bedacht, maar niet leuk om te lezen,'* zegt iemand over NDlite.nl, de ander zegt over diezelfde site: *'hier staan onderwerpen op die aansluiten op mijn leven'.* Dezelfde soort uiteenlopende reacties werden ook genoemd over Yord.nl. Er is dus niet echt aan te geven of de onderwerpen op het jongerendeel van de site aansluiten bij de wensen van de jongere.

2.4.3 Wat vinden jongeren van de manier waarop er met het christelijke geloof wordt omgegaan in de christelijke kranten?

Past de toonzetting en de gekozen vorm van de artikelen over religie en geloof bij de belevingswereld van de jonge christenen? Is de aandacht die in de krant geschonken wordt aan het geloof voldoende? Dat zijn vragen die ik, om deze vraag te kunnen beantwoorden, heb gesteld.

Bijna unaniem werd er door de panelleden gezegd dat het taalgebruik in de kranten goed was. Woorden die zijn genoemd zijn: aantrekkelijk, vlot leesbaar, rustig, leest makkelijk weg en niet beledigend. Bij alledrie noemde gemiddeld één persoon (niet steeds dezelfde) dat het 'soms wat saai' of te 'keurig' geschreven was.

Ook over de hoeveelheid aandacht die wordt geschonken aan het geloof was men het redelijk eens. Over het algemeen werd het als voldoende gezien. Alle kranten hebben één pagina over kerk en religie en ook op de opinie-pagina staan soms onderwerpen over religie.

De panelleden noemden wel een paar specifieke opmerkingen. Bij het Reformatorisch Dagblad werd gezegd dat het veel was 'wel door de hele krant'. Vier van de zeven vonden het eigenlijk wat te veel, maar vonden het verder niet storend. Bij het Friesch Dagblad werden de verhalen over persoonlijk geloof door twee personen gemist. Wat bij die laatste wel als positief werd genoemd was dat het Friesch Dagblad op een objectieve manier nieuws brengt. Dat de artikelen over het geloof, in de meeste gevallen, allemaal gegroepeerd staat op één pagina wordt door de één juist wel gewaardeerd en de ander vond dat dit ook wel verspreid over de krant kon.

2.4.4 Wat missen christelijke jongeren in de christelijke kranten?

Deze vraag heb ik zoals hierboven staat gesteld. De onderdelen die gemist werden liepen al evenveel uiteen als de onderwerpen die juist als erg positief werden gezien. Vandaar dus alleen de meest opmerkelijke zaken. Bij alledrie de kranten werden de afwezigheid van beroemdheden uit de televisie- en popwereld genoemd. Verder werd er bij het Reformatorisch Dagblad en het Friesch Dagblad ingevuld dat er meer voor jongeren in zou moeten staan. Daarnaast werd er bij het Nederlands Dagblad en het Reformatorisch Dagblad 'gezelligheid' en 'positief nieuws' gemist. Verder werden 'technische apparatuur', sport, een strip, binnenlands nieuws en lokaal nieuws genoemd.

2.4.5 Vinden christelijke jongeren de website een goede aanvulling op de papieren versie van de christelijke krant?

Praktisch unaniem werd deze vraag door het panel met een 'ja' beantwoord. Bij alledrie de kranten werd genoemd dat je op de site meer achtergrondinformatie kan lezen, dat het een stuk overzichtelijker is en het is 'makkelijker zoeken' dan de krant en dat de informatie een stuk uitgebreider is.

Ook hierbij werden er wel weer een paar verbeterpunten genoemd. Er mag bijvoorbeeld minder reclame op de sites, het Friesch Dagblad is een uitzondering daarop. Over de site van het Nederlands Dagblad wordt gezegd dat deze 'er niet zo hip uit ziet', terwijl de site van het Reformatorisch Dagblad als 'mooi' wordt bestempeld, maar deze mag wel overzichtelijker. Of zoals iemand omschreef: "Er kunnen minder randzaken bij, zoals polls." Verder mogen de teksten van het Friesch Dagblad 'frisser' en 'spannender' worden geschreven. Dat is opmerkelijk, want het zijn exact dezelfde teksten als in de dagkrant die qua toon als 'goed' werden beoordeeld. De site van het Friesch Dagblad werd wel geprezen om de overzichtelijkheid, maar hij kon wel wat vrolijker.

2.4.6 Gaan christelijke jongeren, die nu nog niet een christelijke krant lezen, dit in de toekomst wel doen?

Als laatste vraag natuurlijk de hamvraag: zijn jongeren die alledrie de christelijke kranten nog niet veel onder ogen hebben gehad, bereid later één van de drie te gaan lezen?

De score is hoog. Vier van de zeven panelleden gaan voor het Nederlands Dagblad. Ze vinden het allemaal een krant die veel schrijft over hun eigen belevingswereld en verhalen schrijft over persoonlijk geloof. Eén iemand kiest voor de Stentor. Deze persoon bleek ook al bij de andere antwoorden meer regionale interesses te hebben. Eén iemand weet zeker geen christelijke krant te nemen. Deze kiest voor Trouw of het AD. De laatste weet het nog niet, maar als hij moet kiezen, wordt het 't Reformatorisch Dagblad omdat deze leuk is om te lezen. Het Friesch Dagblad komt er dus wat minder goed van af. Dat is te verklaren omdat geen van de panelleden uit Friesland komt.

2.5 De christelijke jongere en andere media dan christelijke kranten

2.5.1 *Uitleg aanpak van het beantwoorden van deze deelvraag*

Deze vraag is beantwoord door de zeven jongeren, drie mannen en vier vrouwen tussen de zestien en drieëntwintig jaar, van het panelonderzoek voor paragraaf 2.4 ook een aantal open vragen stellen over andere media. Deze schriftelijke vragen zijn gericht op internet, televisie en tijdschriften:

- Lees je wel eens christelijke tijdschriften? Zo ja, welke? Zo nee, welke andere tijdschriften lees je?
- Welke onderwerpen spreken je aan in deze (christelijke) tijdschriften?
- Bekijk je ook wel eens programma's van de EO of Family 7? Welke zijn dat?
- Bezoek je wel eens christelijke websites? Zo ja, welke zijn dat en wat vind je daar leuk om te lezen of te doen?
- Welke onderwerpen die je bij vraag 2 (onderwerpen in tijdschriften) en vraag 4 (onderwerpen op internet) zou je ook wel willen teruglezen in de krant?

2.5.2 *Welke andere media worden door christelijke jongeren tussen de 16 en 25 jaar gelezen of bekeken?*

Alle deelnemers aan het panel lezen de Visie (omroepblad van de EO), Ronduit Inside (jongerenblad van de EO) en [X]ist in Christ (opinieblad voor christelijke jongeren). Eén iemand noemt nog het blad Opwekking (van de stichting Opwekking). Als andere tijdschriften worden Elle, Glamour, Donald Duck, Sportnieuws en Gezond&fit genoemd. Vier van de zeven panelleden lezen uitsluitend de christelijke tijdschriften. Dit geeft aan dat de christelijke tijdschriften onder christelijke jongeren enorm populair zijn.

Verder wordt er ook regelmatig naar televisieprogramma's van de EO gekeken. Bij deze programma's ligt het er 'niet dik bovenop' dat het om christelijke programma's gaat. De programma's waar het om gaat zijn: het elfde uur, netwerk, Nederland zingt, 40 dagen zonder seks (wordt vier keer genoemd), Schatjes (wordt twee keer genoemd), Jong (wordt drie keer genoemd), In voor en tegenspoed en Grenzeloos verlangen.

De programma's vormen vooral een mix van persoonlijke verhalen tot actualiteit. Het zwaartepunt ligt echter bij human interest. Het is moeilijk om aan te geven welke onderwerpen jongeren precies aanspreekt; de programma's dragen meestal al een thema. Vandaar dat die vraag in deze ontbreekt.

Op internet zijn een aantal christelijke websites te vinden en ook de panelleden nemen hier regelmatig een kijkje. Twee van de zeven panelleden zeggen nooit een christelijke website te bezoeken. De anderen noemen: site van een eigen kerk (drie keer), EO.nl, Ronduit.nl (EO-site voor jongeren), sites over christelijke films, kleding en muziek (twee keer), politieke sites.

2.5.3 *Wat spreekt christelijke jongeren tussen de 16 en 25 jaar inhoudelijk aan in deze media?*

Als eerste wat christelijke jongeren aanspreekt in christelijke tijdschriften. Het antwoord wat hier heel vaak wordt gegeven zijn vooral de persoonlijke verhalen van

jongeren zelf. Er worden bijvoorbeeld bekeringsverhalen en verhalen van jongeren die op reis zijn geweest genoemd. *'Onderwerpen dichtbij mezelf'*, noemt één meisje ze. Verder wordt ook meerdere keren praktisch geloven genoemd: hoe invulling te geven aan je geloof in je dagelijks leven? Zaken als homofilie en seks voor het huwelijk komen daarbij naar voren. Eén iemand vindt het ook nog leuk om over christelijke artiesten te lezen.

De onderwerpen waar jongeren naar zoeken op christelijke websites liggen in het verlengde van wat er in het tijdschrift te vinden is. Hier worden ook veel persoonlijke verhalen van leeftijdsgenoten gelezen. Verder wordt ook het woord 'leren' een aantal keren genoemd. Dus: de jongeren willen iets leren van praktisch geloven via de website. Daarnaast zeggen een paar ook achtergrondinformatie voor school te zoeken en te discussiëren met andere jonge christenen op het web.

2.5.4 *Willen christelijke jongeren tussen de 16 en 25 jaar deze onderwerpen ook terugzien in een christelijk dagblad?*

En wat hebben de christelijke dagbladen aan deze informatie? Willen jongeren de thema's die ze vinden in de tijdschriften en op internet wel terugzien in de krant? Twee mensen uit het panel zijn heel consequent: 'in de krant hoort nieuws te staan en in tijdschriften christelijke onderwerpen.'

De rest heeft een andere mening. Ze zouden bepaalde onderwerpen uit de christelijke tijdschriften best willen terugzien in de krant. Unaniem noemen zij de persoonlijke verhalen en getuigenissen uit de tijdschriften. *'Hoe jongeren leven'* noemt iemand het letterlijk. Verder worden er ook nog christelijke festivals, boeken en verschillen tussen kerken genoemd.

3.1 Samenvatting

NB Als er hier gesproken wordt over 'jongeren' betreft het zowel de lezer als de niet-lezer van de kranten, tenzij anders aangegeven.

Het Friesch Dagblad wil zich richten op een brede doelgroep in de provincie Friesland. Leeftijd maakt niet uit; er wordt gekozen voor een brede benadering. De gemiddelde leeftijd van de abonnee is 62 jaar en het aantal twintigers met een abonnement ligt onder de 20. De kanttekening die geplaatst moet worden is dat jongeren mogelijk de krant wel lezen omdat ze meelesen met hun ouders of ergens anders. Het christelijke karakter is voor leden een belangrijke reden om een abonnement te hebben en vrijwel alle leden zijn kerkelijk betrokken. Het regionale karakter is ook belangrijk.

De Friese krant spreekt jongeren niet als specifieke doelgroep aan en heeft geen jongerenredactie. Wel schrijven twee externen mee aan een jongerenpagina die in de zaterdagbijlage verschijnt en alleen gaat over geloofszaken. Bovendien zit er op de regioredactie iemand met de portefeuille 'jongeren'. In 2006 kwam er een nieuwe opmaak, waardoor korte teksten met kaders mogelijk worden. De website wordt door het Friesch Dagblad niet gezien als een middel om jongeren aan zich te binden. Het Friesch Dagblad heeft geen onderzoek naar het lees- of surfgedrag van jongeren gedaan. Een werkgroep is momenteel bezig met brainstormen over nieuwe vormen (multimedia) van het aanbieden van informatie.

Bijna de helft van de jongeren die het Nederlands Dagblad thuiskrijgen leest hem nu al. De krant is bezig met een groot onderzoek naar haar jonge lezers. De krant heeft tweewekelijks een jongerenbijlage. Het is nog maar de vraag of deze blijft bestaan. Jongeren willen namelijk niet als jongeren worden aangesproken, zo blijkt uit onderzoek van het Nederlands Dagblad. De lengte of de kleur van de teksten lijkt dan niet uit te maken; als de jongere zich er maar mee kan identificeren. Desalniettemin waren zes jaar geleden, bij het laatste jongerenonderzoek, de leesresultaten voor de jongerenbijlage goed. Het jongerendeel van de website van het Nederlands Dagblad doet het een stuk minder.

De gemiddelde leeftijd van de lezer van het Reformatorisch Dagblad ligt het laagst: 52,5 jaar. Meer dan de helft van de jongeren die het Reformatorisch Dagblad nu thuis leest, neemt later een abonnement. De Reformatorische jongeren lezen meer en gebruiken internet meer als naslagwerk dan jongeren in het algemeen.

Met name de groep in de leeftijd van 12 tot 18 jaar hebben de afgelopen jaren extra aandacht gekregen. Deze groep is erg geïnteresseerd in wat er in de wereld gebeurt. 70 procent heeft geen televisie. Dit is een mogelijke verklaring voor het succes van de jongerenpagina's elke dag en met op zaterdag een extra bijlage.

Jongerenpagina's in het algemeen blijken niet zo'n succes. De inhoud op de jongerenpagina's in het Reformatorisch Dagblad past bij de beleavingswereld van de jongere. Kijkend naar de losse rubrieken zijn de foto's en de korte tekstjes het populairst. De jongerenpagina op de website doet het ook goed. In de toekomst wil de krant meer met andere media gaan werken en meer verwijzen naar de papieren versie van de krant. Het is niet na te gaan of jongeren door het lezen van de jongerenpagina's ook later een krant zullen nemen.

Christelijke kranten worden door jongeren langer gelezen dan niet-christelijke kranten. De bijlagen, zowel de jongerenbijlagen als de algemene bijlagen, worden goed gelezen en als zeer positief gezien. Daarbij vinden de jonge lezers het niet erg om als 'jongeren' te worden aangesproken. Dat mag zelfs meer gebeuren, vinden ze!

De christelijke identiteit is voor de lezers een belangrijke reden om de kranten te lezen. Een tweede reden is om het nieuws te volgen, in het geval van het Friesch Dagblad is dit het regionale nieuws. Christelijke jongeren vinden diepgang in hun christelijke krant. Verder wordt het taalgebruik door de lezers en de niet-lezers goed gevonden. De hoeveelheid aandacht die aan het geloof geschonken wordt is goed. Alleen voor het Reformatorisch Dagblad is het soms wat 'te veel'.

Bij alledrie de kranten worden achtergronden bij het nieuws erg gewaardeerd. Godsdienst is een populair thema, zowel bij de mensen die al één van de kranten lezen, als bij de jongeren die dat nog niet doen. Sommigen geven aan dat dit zelfs nog meer aan de orde mag komen. De lengte van de verhalen maakt niets uit. Wat erg gewaardeerd wordt door de lezers van de christelijke dagbladen is de duidelijkheid en de overzichtelijkheid van de kranten. Toch vinden ze ook dat de krant op tabloidformaat mag.

Zowel de lezers als de niet-lezers zoeken onderwerpen waar ze zelf mee zitten. De jonge lezer scant de krant en kijkt wat voor hem of haar relevant is. Onderwerpen die vaker genoemd worden zijn school en internet. Verder vinden jongeren persoonlijke verhalen, al dan niet over het geloof, interessant. De verhalen moeten van jongeren zelf komen. In het geval van het Friesch Dagblad wordt dit nog eens versterkt omdat daarbij de omgeving bekend is. Verder willen jongeren liever niet verhalen over jongeren lezen.

De websites worden geprezen vanwege hun overzichtelijkheid en diepgang. De sites worden vooral gebruikt als naslagwerk of om nog iets terug te lezen wat in de krant heeft gestaan. Zelf kunnen reageren wordt ook gewaardeerd. De website wordt door een enkeling als primaire nieuwsbron gebruikt. Nu.nl en NOS.nl zijn grote concurrenten op dat gebied omdat die actueler zijn. Het jongerendeel van de site wordt wisselend beoordeeld. De verstrooiing op de sites, zoals reclame, mag verdwijnen.

Iets minder de helft van zowel de lezers als de niet-lezers zegt later een abonnement te nemen op de krant. Het Nederlands Dagblad en het Reformatorisch Dagblad gaan aan kop. Voor het Friesch Dagblad is het afhankelijk van de financiële- en de woonsituatie. Andere mogelijkheden om het nieuws te volgen zijn: regionale dagbladen, internet, televisie, NRC Next of het AD.

Andere christelijke media die door jongeren tussen de 16 en 25 jaar worden gelezen zijn de Visie (omroepblad van de EO), Ronduit Inside (jongerenblad van de EO) en [X]ist in Christ (opinieblad voor christelijke jongeren). Andere niet-christelijke bladen worden nauwelijks gelezen. Diverse programma's van de EO worden bekeken, waarbij het programma '40 dagen zonder seks' vaak wordt genoemd. Christelijke websites worden ook regelmatig bezocht.

Ook nu weer spreken de onderwerpen aan die dicht bij de jongere zelf staan. Praktisch geloven en levensvragen komen ook naar voren. De ondervraagden willen leren van de andere jongeren. Deze verhalen willen ze ook graag terugzien in de krant.

3.2 Conclusies

De hoofdvraag van dit onderzoek luidt:

“Wat moeten christelijke dagbladen in Nederland inhoudelijk (blijven) doen om jonge christenen tussen de 16 en 25 jaar als lezers aan zich te binden?”

Eerst even dit. Rien van den Berg, redacteur van het Nederlands Dagblad, noemde in zijn interview:

“Jongeren willen iets lezen waarvan ze denken ‘dit gaat over mij’. Het maakt dan niet uit hoe lang of hoe kort de tekst is.”

Dit is een zeer beknopte conclusie die ik ook uit het onderzoek heb getrokken. Als we gedetailleerder gaan kijken, kom ik op de volgende twaalf punten:

- Het Reformatorisch Dagblad heeft veel onderzoek gedaan en is een gerichte koers ingezet richting jongeren. Het Nederlands Dagblad houdt zich wel met jongeren bezig en heeft ook een duidelijke filosofie over het ‘hoe om te gaan met’. In dit stadium is nog onduidelijk waar dit precies toe zal leiden, maar vermoedelijk blijft de krant gewoon zoals hij is. Het Friesch Dagblad doet wel wat voor jongeren, maar heeft nog weinig inzicht in de doelgroep aan sich. Er is door het enige regionale dagblad in dit (nog) geen onderzoek gedaan. Ook over het gebruik van de websites zijn weinig gegevens bekend.
- Kijkend naar de cijfers blijkt dat het Reformatorisch Dagblad en het Nederlands Dagblad relatief jonge lezers te hebben (vergeleken met andere betaalde dagbladen), terwijl het Friesch Dagblad juist bijna de meest oude lezers in haar bestand heeft.
- Bij het ‘richten op jongeren’ wordt er door de drie kranten vooral gemikt op de doelgroep tot achttien jaar en vaak zelfs nog wat jonger. De doelgroep daarboven, tot 25 jaar is minder over bekend of wordt minder voor gedaan.
- De duidelijkheid waarmee het nieuws gebracht wordt, wordt bij alledrie de kranten over het algemeen als positief gezien. Dit komt naar voren in de koppen, maar ook in de opbouw van de pagina’s.
- Het meest unieke aan de christelijke, jongere, doelgroep is dat ze langer de krant lezen dan hun gemiddelde leeftijdsgenoten. Ook zeggen ze diepgang te zoeken en herkenning. Lange verhalen mogen best van de jongere. Die verdieping vinden ze onder meer in het lezen van bijlagen bij de krant. Het maakt daarbij niet uit of het om een jongerenbijlage of om een andere bijlage gaat.
- De krant lezen vanwege het nieuws, scoort ook hoog. Alle soorten actualiteit komen naar voren op politiek, economisch, sociaal maar vooral op religieus gebied.
- De christelijke kranten doen goede zaken met hun speciale jongerenbijlage of jongerenpagina. Althans: door de jongeren die de kranten nu al lezen wordt dit zo benoemd. In het geval van het Reformatorisch Dagblad is zelfs aantoonbaar bekend dat jongeren de rest van de krant daardoor ook gaan lezen. Dit succes is een uitzondering op de regel te noemen omdat over het algemeen de jongerenbijlagen bij andere kranten floppen of niet het gewenste resultaat

opleveren. Christelijke jongeren zeggen zelfs meer speciaal voor hen te willen. Hier is dus winst te halen voor het christelijke dagblad.

- In mindere mate geldt dit voor het jongerendeel van de website. De wisselwerking tussen de papieren krant en de website komt nog onvoldoende op gang. De totale website wordt als naslagwerk gebruikt voor school of geloofsvragen en deels ook als platform om anderen te ontmoeten. Voor jongeren is het belangrijk dat er structuur in de website zit, zodat ze snel wat kunnen vinden.
- De christelijke jongere is over het algemeen geïnteresseerd in christelijk nieuws. Door de lezers zelf wordt het eigenlijk altijd gelezen. Ze zijn tevreden over de manier waarop hiermee wordt omgegaan, alleen bij het Reformatorisch Dagblad wordt door de niet-lezer gezegd dat het te veel is.
- Specifiek zijn jongeren op dit gebied geïnteresseerd in persoonlijke verhalen van gelovigen, praktisch geloven (seks voor het huwelijk, homofilie) en, iets minder, over gospelartiesten, films en muziek.
- Er wordt in de onderwerpkeuze een bepaalde herkenning gezocht. Het moet over iets gaan, wat bij de belevingswereld van de jongere past, anders wordt het niet gelezen. Dus: 'Ik lees een verhaal over hooikoorts omdat ik hooikoorts heb.' Het wordt lastig om hier een opsomming van onderwerpen te noemen, maar school en internet worden door jongeren vaak genoemd als favoriete onderwerpen. Ook 'nieuws uit de buurt' wordt vaak genoemd en in het geval van het Friesch Dagblad nog boven de onderwerpen over religie geplaatst.
- Positief nieuws voor het Reformatorisch Dagblad en het Nederlands Dagblad: zowel door de christelijke lezers als de niet-lezers zijn later geïnteresseerd in een abonnement. De gemiddelde leeftijd voor deze twee kranten ligt laag. Maar, het Friesch Dagblad wordt niet meteen gezien als een medium waar de jongere later voor wil gaan betalen.

3.3 Aanbevelingen

Naar aanleiding van bovenstaande conclusies, heb ik voor de drie christelijke kranten de volgende aanbevelingen:

1. Zorg voor een up-to-date vervolgonderzoek voor wat betreft de eigen achterban, als de jongere die nog bereikt moet worden. Met name de categorie 18 tot 25 jaar verdient aandacht omdat daar in intern eigen onderzoek weinig over is terug te vinden. Vragen die in dit onderzoek aan de orde kunnen komen zijn:
 - o Hoe staat het met het bezoek van de website van de krant van de jongeren?
 - o Zijn de jongerenpagina's daadwerkelijk een manier om jongeren aan de krant te binden, voor de langere termijn?
 - o Staan alle neuzen omtrent het jongerenbeleid intern dezelfde kant op?
2. Zorg dat de duidelijkheid van nu, gewaarborgd blijft. Dit kan bijvoorbeeld naar voren komen in onder andere meer bijlagen.
3. Blijf voorlopig doorgaan met het maken van de jongerenpagina. Deze wordt goed gelezen. Ook daarvoor geldt: zorg ervoor dat je op de hoogte blijft van wat jongeren graag willen lezen.
4. Wees niet bang om lange verhalen te schrijven. De verhalen moeten passen bij de belevingswereld van de jongere. Het is lastig om in hapklare brokken te zeggen wat daar bij past, maar bovenaan staat voor de christelijke jongere religie met daarbij geloofsvragen en persoonlijke verhalen van andere christenjongeren. Internet en school passen ook bij de belevingswereld.
5. De wisselwerking tussen de site (of andere soorten media) en de papieren versie van de krant kan beter. Praktisch gezien betekent dit dat er voor 'verdieping' bij een artikel in de krant verwezen kan worden naar de website, omdat jongeren deze meer gebruiken als naslagwerk.

Bronnenlijst

Boeken

- Costera Meijer, I. (2006). *De toekomst van het nieuws*. Amsterdam: Otto Cramwinckel.
- Beck H. en Wiegers H (2005). *Religie in de krant. Een eerste kennismaking met de godsdienstwetenschap*. Nijmegen: Valkhof Pers.
- Boschma J. en Groen I. (2005). *Generatie Einstein, slimmer, sneller, socialer, communiceren met jongeren in de 21^{ste} eeuw*. Amsterdam: Pearson Education.

Rapporten

- SPOT (2007). *Alles over tijd, tijdbestedingsonderzoek 2006*. Amstelveen: SPOT.
- Bruijn C. de (2003). *Jongeren en media*. Apeldoorn: Reformatorisch Dagblad.
- Kooi, B. van der (2007). *De krant is koning?* Ongepubliceerde scriptie.
- Nationaal onderzoek multimedia (2002). *NOM printmonitor 2002*. Amsterdam: Nationaal onderzoek multimedia.
- Heuw, G. ten (2004). *Onderzoek naar Clue*. Barneveld: Nederlands Dagblad.
- Sociaal Cultureel Planbureau (2005). *'Tijdbestedingonderzoek 2005'*. Den Haag: CPB.
- Pekaar, W. (2006). *'Magneet, Yord, Reflits. What's next? Jongeren en het Reformatorisch Dagblad, (g)een combinatie ?!'*, ongepubliceerde scriptie.

Lezingen

- Roeland, R. (2007). *Op zoek naar authenticiteit*. Studiedag 'On speaking terms'.

Interviews

- A. Bakker, Leeuwarden, 24 januari 2008.
- R. Berg, van der, Dronten, 8 februari 2008.
- L. Brink, Putten, 8 januari 2008.
- M. Broer, Assen, 8 januari 2008.
- S. Bruijn, de, Apeldoorn, 29 januari 2008.
- J. Dijkgraaf, Elspeet, 8 januari 2008.
- N. Feenstra, Joure, 8 januari 2008.
- Henrieke, Amersfoort, 8 januari 2008.
- R. Logtmeijer, Enschede, 8 januari 2008.
- JJ. Mouthaan, Dordrecht, 8 januari 2008.
- S. Prins, Ureterp, 8 januari 2008.

Websites

- <http://www.blikopnieuws.nl/bericht/16067> (21 januari 2008).
- http://www.denieuwereporter.nl/wp-content/JongerenenmediagebruikP_Bakker.pdf (10 februari 2008).
- <http://www.emerce.nl/nieuws.jsp?id=426210> (21 januari 2008).
- <http://www.frieschdagblad.nl> (11 februari 2008).
- <http://www.ikonrtv.nl/kerknieuws/nieuws.asp?old=9725> (23 januari 2008).
- <http://www.ikonrtv.nl/kerknieuws/nieuws.asp?IStrAction=&old=5964> (23 januari 2008).
- http://www.mediadebat.nl/index.php?option=com_content&task=view&id=97&Itemid=33 (21 januari 2008).
- <http://www.mediawijzer.nl/opinie.php?ID=39> (11 januari 2008)
- <http://www.nd.nl> (11 februari 2008).
- <http://www.ndlite.nl> (11 februari 2008).

- <http://pers.cjp.nl/templates/persberichten.asp?page=A9BFEF60-18A3-4134-B387-20302CCBD7EE&id=045613E7-9576-416A-9299-A729E6F8EF6C> (23 januari 2008)
- www.persmonitor.nl (9 februari 2008).
- www.refdag.nl (11 februari 2008).
- <http://www.trouw.nl/hetnieuws/nederland/article24780.ece/Jongere+wil+in+krant+en> (23 januari 2008).
- <http://www.yord.nl> (11 februari 2008).

Panelleden:

- J. Dijkema, Zwolle, 25 januari 2008.
- Marjolein Kouwen, Zwolle, 25 januari 2008.
- Kornelis Krieke, Zwolle, 25 januari 2008.
- Ester Schaaf, Zwolle, 25 januari 2008.
- William Vos, Zwolle, 25 januari 2008.
- Coby de Vries, Zwolle, 25 januari 2008.
- Joanne de Vries, Zwolle, 25 januari 2008.

BIJLAGE 1: Interview met Arjen Bakker, redacteur van het Friesch Dagblad

Doelgroep

We houden bij het maken van de krant altijd één bepaald fictief persoon in gedachten: een vrouw, gepensioneerd of huisvrouw, die MAVO heeft gedaan. Ze woont ergens in een dorp in Friesland. De meeste jongeren hebben in elk geval wel MAVO-niveau, dus die begrijpen de tekst in elk geval wel.

De jongeren zijn voor ons niet specifiek een speerpunt. Het overgrote deel van onze doelgroep is volwassen en misschien zelfs wel aan de oude kant. Het is dan lastig om je te richten op jongeren zonder daarbij de huidige lezer uit het oog te verliezen.

Nieuwsselectie

Wat betreft de selectie van het nieuws richten we ons zowel op de oudere als de jongere doelgroep. Op de regio-redactie zit bijvoorbeeld een redacteur met de portefeuille 'jongeren' maar ook eentje met 'ouderen'. Die kijken naar onderwerpen die deze doelgroepen interesseren. Een redacteur is bijvoorbeeld bezig met trends en nieuwtjes omtrent internet. Ik heb daarbij wel het vermoeden dat daarbij onderwerpen aan bod komen die voor jongeren al bekend zijn. Ouderen lezen dan meer 'waar de jongeren zich mee bezig houden op het web'. De sportredactie heeft niet een speciaal beleid voor jongeren en de overige redacties ook niet.

Jongerenpagina

Meer dan vijf jaar geleden hadden we een pagina, genaamd 'Zwetsj', speciaal voor jongeren. Deze pagina stond wekelijks in onze weekendbijlage. De artikelen waren over en met jongeren. Dus, er kwamen bijvoorbeeld jongeren aan het woord die in een bandje zaten of die op reis gingen. Het was echt een pagina met zaken die jongeren bezighouden.

Nu staat er in de zaterdagbijlage nog altijd een jongerenpagina, 'Youthsquirel'. Deze pagina gaat uitsluitend over geloofszaken, bijvoorbeeld gospelmuziek. Er komen niet veel jongeren zelf aan het woord. Deze pagina wordt door twee redactieleden geschreven en twee externe jonge mensen helpen mee. Het zijn twee studenten aan de opleidingen PABO en Theologie.

Toekomst

We hopen dat het Friesch Dagblad als merk (dus niet alleen als papieren krant) en als nieuwsorganisatie ook in de toekomst bekend blijft en nieuwe lezers krijgt. Uit een onderzoek wat vorig jaar is uitgevoerd, blijkt inderdaad ook dat we de jongere doelgroep missen. Uit dit onderzoek zijn een aantal aanbevelingen gekomen waar we mee aan de slag zijn gegaan.

Er is bijvoorbeeld een brainstormgroep samengesteld die over het aanschrijven van een nieuwe doelgroep nadenkt. Deze groep bestaat uit de staf (directie), een aantal redacteurs en de advertentieafdeling. We hebben al over verschillende dingen nagedacht, vooral om de krant meer multimediaal te laten zijn. Te denken valt aan informatieverbreiding via email of podcast. Deze plannen zitten nog in een brainstormfase.

We willen ook jongeren zelf bij deze ontwikkeling betrekken. Het belangrijkste is dat jongeren in het Friesch Dagblad betrouwbaar medium zien; iets wat betrouwbaarder is dan Geenstijl.nl of nu.nl.

Dat jongeren tussen de 16 en 25 jaar op dit moment maar weinig abonnee zijn van het Friesch Dagblad is niet zo verwonderlijk. Jongeren worden vanzelf ouder en meer geïnteresseerd in nieuws. Daar hoort ook een krant bij. We vertrouwen erop dat jongeren dan wel zullen komen. Wel proberen we ons op een zo breed mogelijke doelgroep te richten.

We gooien de deur natuurlijk niet dicht richting jongeren, maar zullen blijven nadenken over verjonging. Trouwens, onze huidige lezersgroep is er de komende dertig jaar nog wel. Die moet je niet meteen afschrijven.

Inhoud

In de zomer van 2006 kreeg de krant een nieuwe opmaak. Uitgangspunt was dat de teksten korter moesten. We werken nu bijvoorbeeld meer met kaders. Dit is niet specifiek voor jongeren gedaan, het is een algemeen gegeven dat iedereen kortere teksten wil. Mensen van elke leeftijd zijn veel visueel ingesteld dan vroeger.

Wat je altijd merkt is dat jongeren het leuk vinden om zelf in de krant te staan, nog veel meer dan met een filmpje op internet. Ze zullen de krant dan kopen.

Internet

We hebben hier geen aparte internetredactie. Elke redactie zet per dag een aantal leuke stukjes uit de krant op de website. Deze artikelen vormen een dwarsdoorsnede van wat er in de krant staat (human interest, hard nieuws, achtergrond etc.). Verder is het via de website mogelijk om op verhalen te reageren of door te sturen naar vrienden. Het is voor ons mogelijk om dit te bekijken, maar hebben hier eigenlijk nog nooit echt gericht onderzoek naar gedaan.

De website is niet echt een middel om jongeren aan ons te binden, maar meer een online plek om artikelen van ons te vinden. Er staat dezelfde informatie als in de krant. We hebben het er hier wel eens over om meer met de website te doen, maar er spelen nog een aantal hiaten een rol. Geld is een belangrijke factor om dit niet te kunnen uitbreiden. Voorlopig is de krant het hoofdproduct. Wat we verder met de website willen zit nog in een brainstormfase.

BIJLAGE 2: Interview Steef de Bruijn, adjunct-hoofdredacteur Reformatorisch Dagblad

Wij hebben al jarenlang bewust aandacht voor jongeren. Om onderzoek te kunnen doen hebben we een goede band met scholen. De scholen waar we contact mee hebben, passen bij de principes van de krant. Het zijn bijvoorbeeld Reformatorische scholen of Protestants Christelijke scholen. Daardoor wordt het contact met jongeren makkelijker. Praktisch betekent dit dat we de scholen bezoeken en vaste contactpersonen op de scholen hebben.

De scholen maken ook veel gebruik van onze website als naslagwerk. Momenteel zijn we bezig om samen met docenten een database op te stellen met boekverslagen. Deze kunnen via een inlog gebruikt worden door de scholieren. De artikelen die hier bij horen komen vaak uit onze krant of verwijzen naar de krant. We hopen dat jongeren dan door zullen klikken naar de gewone site van het Reformatorisch Dagblad. Voor deze functie hebben we contact met zeven Reformatorische scholen en enkele scholen voor protestants-christelijk onderwijs. Op deze scholen zitten in totaal 50.000 leerlingen.

Vijf jaar geleden hebben we besloten de aandacht voor jongeren te versterken. De redenen hiervoor zijn dat we jongeren 'in een turbulente tijd, in aanraking willen brengen met Reformatorische beginselen.' We zien deze doelgroep als potentiële lezers. Door de ontleding verdienen ze juist extra aandacht. De groep waar we ons vooral op richten zijn jongeren tussen de twaalf en negentien jaar. De groep daarboven hebben we wat minder de aandacht op gevestigd, hoewel we dat in de komende tijd meer willen uitbreiden. We hebben wel voor studenten bijvoorbeeld een studentenabonnement, maar ze zijn geen gerichte doelgroep.

In 2003 hebben we intensief onderzocht hoe jongeren gebruik maken van media. Dit onderzoek hebben we gedaan door een rondje langs de scholen te maken met de vragen: welke onderwerpen vind je leuk, wat mis je? Dan zie je dat er een bepaalde trend zichtbaar wordt. Het is opvallend aan onze achterban te zien dat 70% geen tv heeft, maar wel veel gebruik maakt van internet. We hebben op verschillende manieren onze achterban en de redactie willen 'triggeren' om aandacht te vragen voor jongeren. Zij kijken anders aan tegen jongeren.

Er zijn diverse acties geweest naar aanleiding van dit onderzoek. Zo zijn er twee jongerenredacteurs aangenomen en is er een speciaal jongerendeel op de website gekomen. Een werkgroep heeft gekeken naar wat er in de papieren krant mogelijk is om jongeren meer aandacht te geven.

Jongerenpagina's

Al circa vijftien jaar maken we een jongerenpagina in de zaterdagkrant: de Magneet. We hebben wel eens een aantal dingen aangepast, maar de basisformule is altijd hetzelfde gebleven. We merken ook aan de reacties die erop komen dat deze pagina door mensen van alle leeftijden wordt gelezen. De Magneet bestaat uit een strip, interview (jongeren aan het woord) en nog een aantal zaken.

Naar aanleiding van het onderzoek vijf jaar geleden is, naast de Magneet, een dagelijkse jongerenpagina ontstaan. In eerste instantie was het de bedoeling dat er een jongerenkatern (fullcolour) zou komen, maar vanwege praktische zaken kon dit niet doorgaan. Vanaf 26 september 2005 staat er dagelijks een jongerenpagina op de achterkant. Deze pagina heet 'de Achterkrant'. Deze is samengesteld naar aanleiding van onderzoeken op de scholen en enquêtes. De onderwerpen op de achterkrant zijn:

- Lezersfoto's (door jongeren zelf ingestuurd);
- Dagkraker: een spreuk
- Flashback: Wat gebeurde er in het verleden op de dag van vandaag?

- Ff serieus: vragen van lezers zelf over inhoudelijke onderwerpen. In eerste instantie hadden we niet verwacht dat hier bijvoorbeeld vragen over het geloof bij zouden zitten. Juist daarover krijgen we veel vragen. Ook relaties en uiterlijk zijn belangrijke onderwerpen. Twee theologen en twee meer 'relatiedeskundigen' geven antwoorden op de vragen. Er komen enorm veel reacties op, met name via de website.
- Er staat een column op de achterkrant;
- Een sudokupuzzel. Deze wordt veel gemaakt;
- De nieuwsflits; dit is een dagelijkse rubriek waarin we een verwijzing doen naar een nieuwsbericht in de krant zelf. Het gaat dan vaak om nieuwsberichten die passen bij wat de jongeren willen. Deze berichten worden door elke redactie aangeleverd en door de jongerenredactie geplaatst;
- Check: een rubriek met praktische tips over van alles en nog wat. Soms letterlijk van een website gehaald;
- Mijn domein: een jongere vertelt over 'iets' van zichzelf. Dat kan zijn slaapkamer zijn, maar ook zijn/haar interesse;
- Uitbinker: een positief nieuwsbericht;
- Kielzog: vertellen over ouders
- Duopinie: een voor- en een tegenstander (jongeren) van een bepaalde stelling geven hun mening
- Pastory: twee predikanten vertellen over het pastorale leven. Dit wordt ook door veel ouderen gelezen;
- Vergezichten: jongeren elders in de wereld vertellen over hun leven.

Proefnummer

Ook om erachter te komen wat jongeren interessant vinden hebben we een proefnummer van een jongerenkrant genaamd Reflits gemaakt en die gratis verspreidt. Deze werd erg gewaardeerd. In deze krant werden 'traditionele' onderwerpen op een vernieuwende manier gebracht. Een werkgroep gaat hier verder mee aan de slag.

Samenstelling redactie

Op de binnenlandredactie zit ook de jongerenredactie bestaande uit twee vaste redacteuren. Deze redacteuren krijgen hulp van de binnenlandredactie, maar soms helpt ook buitenland (bij bijvoorbeeld 'Vergezichten'). Op de internetredactie houden twee mensen zich bezig met de jongerenpagina Yord.

Website jongeren

Het jongerendeel van de website van het Reformatorisch Dagblad heet Yord (Your RD). Dit deel van de site bestaat nu drie jaar en is bedoeld voor jongeren tussen de twaalf en achttien jaar. De inhoud loopt parallel met Magneet. We merken dat deze leeftijd ook wel iets daalt; tien en elf jarigen brengen ook regelmatig een bezoek aan de site. Dit komt deels ook omdat we hierbij ook contact zoeken met basisscholen. Zij moeten via een methode; klikwereld op zoek gaan naar informatie, onder andere op Refdag.nl.

Over het algemeen zijn we tevreden met Yord. Wellicht willen we meer de verwijzing maken van internet naar de krant. Ook willen we de mogelijkheid dat jongeren zelf reageren gaan uitbreiden. Wel doen we dit ook al; de poll op Yord staat bijvoorbeeld op de Magneet en via Yord kunnen jongeren reageren op Magneet. Maar deze wisselwerking willen we gaan verbeteren en uitbreiden.

Toekomst

In ons strategisch plan voor de komende jaren spelen jongeren een belangrijke rol. We willen doelgroepen meer apart gaan aanspreken. Dan krijg je dus de groepen 6-12 jaar, 12 – 16 jaar, 16 – 19 jaar en 19 tot 25 jaar. Een ander uitgangspunt is dat we meer producten gaan aanbieden die passen bij de doelgroepen. Denk bijvoorbeeld aan radio (meer bij

ouderen) en internet (meer bij jongeren). We willen de doelgroepen hier actief bij betrekken en veel de interactie zoeken met hen.

Onderzoek

Het Reformatorisch Dagblad heeft in mei en juni van 2006 een enquête gehouden over de Achterkrant. Deze enquête is zowel schriftelijk als elektronisch afgenomen. In totaal waren er 435 respondenten. In het rapport noemt het Reformatorisch Dagblad deze respons laag. Er is onderzoek gedaan in de leeftijdscategorieën tot 15 jaar, 16 tot 20 jaar, 21 tot 34 jaar, 35 tot 49 jaar en 50 +. Ook de oudere doelgroep is meegenomen dus. Het grootste deel van de respondenten ligt echter in de jongste doelgroep.

Globale beoordeling

Over het algemeen geven de lezers een positieve reactie op de Achterkrant. Het eindoordeel was een 7,7. Verder blijkt uit het onderzoek dat 53 procent van de respondenten de Achterkrant dagelijks leest en 81 procent minstens drie keer per week. Verder komt in het onderzoek naar voeren dat jongeren tot 15 jaar en jongeren van 16 tot 20 jaar de Achterkrant het meest lezen. Ook blijkt dat bijna iedereen die in deze jonge doelgroep de Achterkrant leest, ook de rest van de krant leest.

Van de groep onder de 15 jaar die de Achterkrant leest, begint 32 procent met het lezen van de Achterkrant, 27 procent leest de Achterkrant na de voorpagina. In de categorie 16 tot 20 jaar leest 16 procent eerst de Achterkrant. 27 procent uit die groep leest eerst de voorpagina en dan de Achterkrant. Bij de oudere groep is het lezen van de voorpagina dus populairder, maar de Achterkrant wordt toch nog veel gelezen. Bij 20-plussers neemt dit af. Deze groep leest voor 56 procent eerst het voorkatern en dan de achterkrant. Conclusie: jongeren lezen met het lezen van de Achterkrant ook de rest van de krant.

Beoordeling per onderwerp

Nieuwsflitsen, een korte tekst die verwijst naar een artikel in de krant: erg populair, met name in de jongste groep. Dit is te verklaren omdat deze beginnen met de Achterkrant. Bij de categorie 16 tot 20 jaar leest 55 procent de nieuwsflitsen regelmatig. Op de vraag of ze door de Nieuwsflitsen andere pagina's vaker zijn gaan lezen, antwoorden oudere lezers dat dit niet zo is. Deze mensen lezen ook eerst al de hele krant, voordat ze bij de Achterkrant uitkomen. Bij de categorie 16-20 geeft 35 procent wel eens door te lezen vanaf de Achterkrant.

De vijf meest populaire rubrieken bij de categorie 16 tot 20 jaar:

6. Flitzend: Losse, thematische nieuwsfoto (91 procent)*
7. Bijschrift foto (90 procent)
8. Dagkraker; spreuk van de dag (80 procent)
9. Duopinie; een voor- en tegenstander reageren op een stelling (59 procent)
10. Mijn Domijn; human interestverhaal over een hobby, passie van jongere (57 procent)

De vijf minst populaire rubrieken bij de categorie 16 tot 20 jaar:

6. Uitblikker; opmerkelijk nieuwsfeit: (31 procent)
7. Vergezichten: verhalen over jongeren op een andere plek op de wereld (33 procent)
8. Blauwe maandag: diepgaande column (35 procent)
9. Pastory; over het pastorale leven (36 procent)
10. Flashback; wat gebeurde er een aantal jaren geleden op deze datum? (40 procent).

Er is niet te zeggen of met de Achterkrant ook een groep nieuwe lezers met de krant in aanraking is gekomen.

BIJLAGE 3: Interview Rien van den Berg, redacteur Nederlands Dagblad

De doelgroep van het Nederlands Dagblad is van stratenmaker tot hoogleraar. Onze achterban is constant in beweging. Dit komt deels door de grote verschuivingen in christelijk Nederland. Dat is niet anders voor de jongeren. Er gaan veel abonnees weg, maar er komen er ook weer veel voor terug.

Dat betekent dat we een brede krant moeten maken. Er moet veel diversiteit in je nieuws zijn, op elke pagina een goede mix. We maken een dunne krant. We moeten hierdoor strak selecteren op nieuws. We willen zoveel mogelijk een originele invalshoek. Soms betekent dat dat je een paar dagen later met iets komt; maar wel met een insteek die onze lezer bevalt. We willen erop inspelen dat we steeds meer zo gaan werken. Dus steeds meer eigen verhalen. Redacteurs die met eigen ideeën komen, stimuleren we daar altijd in.

Jongerenbijlage

“Wij geven als Nederlands Dagblad de Clou uit. Deze bijlage zit om de twee weken op donderdag bij de krant en is fullcolour. Twee hoofdartikelen over jongeren zijn de dragers van de bijlage. Het zijn persoonlijke verhalen van jongeren, soms over het geloof. Verder staan er veel rubrieken in zoals een agenda en het meest opzienbarende nieuws. Ook zijn er een aantal recensies van christelijke boeken en CD's te vinden. Clou is gericht op jongeren van veertien tot zeventien jaar. Het doel van deze bijlage is dat we ook deze groep iets willen bieden in onze krant. Deze bijlage hebben we al jaren.

Zes jaar geleden hebben we voor het laatst onderzoek gedaan naar hoe Clou gelezen wordt. We waren toen behoorlijk tevreden over het resultaat. Jongeren zeiden toen hem goed te lezen en hem bijvoorbeeld ook wel eens mee naar school te nemen. Laat ik zo zeggen: we stonden van het bereik te kijken. Binnenkort gaan we weer onderzoek doen naar Clou.

Internet

Het Nederlands Dagblad heeft altijd voorop gelopen met het gebruik van internet. We waren zo'n beetje de eerste krant met een online editie. Dit was vanaf het begin een groot succes. Een nieuwsdienst houdt de site bij en voorziet de digitale versie van de krant van nieuws. We zetten meestal onze eigen verhalen op de site. De eindredacteur maakt de beslissingen welke artikelen er wel en niet op komen. Het bezoek aan onze website is trouwens enorm gestegen. Verder is er ook een digitale versie van de papieren krant in PDF-formaat te downloaden. We willen er naartoe dat er zoveel mogelijk links in die krant komen naar andere websites. Verder is er op de site ook een radiozender. Hier zijn op ieder tijdstip interviews en andere programma's te beluisteren.

Op de site hebben we ook een apart jongerendeel: NDlite.nl De naam alleen al. Dat deel zal straks, als het nieuwe beleid er ligt, waarschijnlijk als eerste sneuvelen. Het wordt niet goed door jongeren bezocht. Er is niet een aparte redactie voor de jongerenversie van de website.

Toekomst

Het bestaan van de Clou staat nog steeds ter discussie. Het kost namelijk een hoop geld om hem te maken. Maar, het kan best wezen dat blijkt dat de Clou juist heel goed werkt. Dan blijkt hij. We willen het evenwicht tussen nieuws en achtergrond strak houden. Dat geldt trouwens voor de hele krant.

Momenteel doen we intensief onderzoek naar jongeren. Deze werkgroep bestaat uit een aantal redacteurs dat affiniteit hebben met de jeugd, de uitgever en een aantal ouders met pubers. De werkgroep bestaat nu driekwart jaar en we hebben bijna ons onderzoek afgerond.

Onderzoeken

De conclusie die we uit de onderzoeken tot nu toe halen zijn dat we vooral een nieuwsmedium moeten blijven. We moeten geen gekke knievallen te doen om jongeren aan ons te binden. Jongeren prikken namelijk vrij snel door alle marketingtrucjes heen, zo blijkt. Jongeren willen serieus genomen worden en niet als aparte doelgroep benoemd. Jongeren blijken veel meer voor inhoud te gaan en willen serieus genomen worden. Jongeren hebben namelijk zoveel te kiezen dat ze op zoek zijn naar de waarheid. Eerder moesten de teksten kort en bondig, maar ik geloof daar niet in. Jongeren willen iets lezen waarvan ze denken 'dit gaat over mij'. Het maakt dan niet uit hoe lang of hoe kort de tekst is. De christelijke jongere van nu zoekt niet naar autoriteit, maar naar authenticiteit. Ze willen de echte waarheid weten en tegelijk ook zeggen wat ze ervan vinden.

Wat het concreet betekent is dat we jongeren niet als aparte doelgroep willen aanschrijven, maar gewoon de krant blijven maken. Het jongerenbeleid is geen speerpunt, maar we nemen de jongere wel serieus. Verstrooiing blijft er natuurlijk wel in zitten. Jongeren lezen de krant natuurlijk voor plezier. Maar we willen bijvoorbeeld de toon van de verhalen constant houden; geen populaire taal. Daar prikt de jongere doorheen omdat ze met zoveel verschillende genres aan teksten temaken heeft op internet. De krant wordt zo voor de jongere, en voor de volwassene een verdieper. Er komen meer ondersteunende verhalen in bijvoorbeeld.

BIJLAGE 4: Interview Janice Dijkgraaf, lezer van het Reformatorisch Dagblad

Leeftijd: 16 jaar
Opleiding: HAVO
Kerk: PKN-kerk
Woonsituatie: thuiswonend

Algemene vragen over het lezen van de krant:

"Ik bekijk eigenlijk elke dag wel even de krant. Ik bekijk de voorpagina en bekijk het weer. Daarna lees ik pagina 2, dat is de pagina met onderwerpen over het geloof. Vervolgens bekijk ik de krant helemaal door de koppen te lezen. Als het onderwerp me interesseert, lees ik verder. Ik lees de krant ongeveer een kwartier per dag. Mijn ouders zijn lid. In het openbaar vervoer lees ik de Spits.

Waarom lees je de krant?

Vooraf omdat mijn ouders hem ook lezen en we geen andere krant hebben. Ik lees hem omdat ik graag wil weten wat er allemaal in de wereld speelt. Het is een christelijke krant, dat vind ik prettig. De toon is begrijpelijk en er staan geen grof taalgebruik in. Dat vind ik fijn.

Welke onderwerpen spreken je aan in het Reformatorisch Dagblad?

Naast het actuele nieuws, vind ik het leuk om achtergronden te lezen. Als ik snel iets wil weten ga ik wel naar nu.nl, die is dan toch het meest actueel. Verder lees ik erg graag de pagina over godsdienst. Dat het maar één pagina is, vind ik weinig. Het mag best een paar bladzijdes meer zijn. De foto's vind ik niet altijd goed gekozen. Het verhaal gaat bijvoorbeeld over een persoon. Die staat dan wel op de foto, maar je ziet niet wat het opgeleverd heeft. De diepgang ontbreekt dus op de foto.

Wat vind je positief aan het Reformatorisch Dagblad?

De artikelen zijn altijd actueel en gaan over onderwerpen die me aanspreken (bijvoorbeeld gospel). De indeling van de krant is erg goed. Als je bijvoorbeeld iets over economie zoekt, vindt je dat snel. Er staan verder geen wereldse dingen in (seks, drugs, geweld, red.). Dat vind ik prettig. Je bent toch een christelijke krant en het is goed dat ze dat er dus ook niet in plaatsen. Dat vind ik omdat ik zelf christelijk ben.

Wat zijn verbeterpunten voor het Reformatorisch Dagblad?

Ten eerste moet het een kleiner formaat zijn, zo groot als de Spits (tabloid). Deze is trouwens ook aantrekkelijker vormgegeven met meer plaatjes. Je ziet sneller waar een onderwerp over gaat. Als het Reformatorisch Dagblad eruit zou zien als de Spits, maar dezelfde onderwerpen bracht, was het de perfecte krant geweest. Dat is veel makkelijker lezen. Ook zou het mooi zijn dat er een aparte bijlage komt voor jongeren. De magneet is 1 pagina en dat is wel wat weinig.

Wat vind je van de website?

Ik kom eigenlijk nooit op de website. Zoals gezegd lees ik vaak nu.nl voor het snelle nieuws.

Zou je, als je uit huis bent, zelf abonnee worden van het Reformatorisch Dagblad?

Ja, ik denk het wel. Ik ben met die krant opgegroeid en ik ben blij dat hij christelijk is. De krant is wat mij betreft goed genoeg.

BIJLAGE 5: Interview Gert-Jan Klompenmaker, lezer Reformatorisch Dagblad

Leeftijd: 18 jaar

Opleiding: MBO

Kerk: Gereformeerde gemeente

Woonsituatie: thuiswonend

Algemene vragen over het lezen van de krant:

“Ik lees elke dag de krant. Ik lees de voorpagina, de advertenties en het binnenlandse nieuws. Daar doe ik ongeveer een kwartier over. Mijn ouders delen het abonnement van de krant samen met iemand anders. We hebben geen andere krant. Alleen een huis-aan-huis-krant met lokaal nieuws. Die lees ik ook altijd. Als ik zo af en toe met het openbaar vervoer reis, lees ik de Metro en de Spits. Ik lees verder geen andere christelijke media en ik kijk ook niet specifiek naar de EO.”

Waarom lees je de krant?

“Zo kan je een beetje bijhouden wat er in de wereld gebeurt en ben je op de hoogte van wat er speelt. Ik lees niet specifiek het Reformatorisch Dagblad omdat het een christelijke krant is maar meer omdat mijn ouders hem lezen. Wel denk ik dat de krant, in vergelijking met bijvoorbeeld de Spits, beter bij mij past vanwege de christelijke identiteit omdat ikzelf christen ben.”

Welke onderwerpen spreken je aan in het Reformatorisch Dagblad?

“Ik vind economisch nieuws interessant. Ook lees ik graag over binnenlands nieuws omdat dat dichtbij is. Ik vind dat het kerkelijke nieuws zat aan de orde komt in de krant. Ik kijk er meestal eventjes naar of ik het boeiend vind en af en toe lees ik een heel verhaal. Daarin vind ik het bijvoorbeeld interessant om te lezen of er ergens een nieuwe dominee is gekomen. Ik vind het verder niet echt interessant.

Over het algemeen bekijk ik vooral de koppen en de foto's. Ik ben meer iemand die plaatjes kijkt. Als ik het een interessant onderwerp vindt lees ik het hele verhaal. Het aantal foto's en de grootte ervan vind ik prima. De foto's zijn helder en duidelijk.”

Wat vind je positief aan het Reformatorisch Dagblad?

“Op zaterdag staat er altijd een speciale jongerenpagina in de krant. Deze lees ik altijd helemaal. Als de hele krant gevuld zou zijn met deze onderwerpen zou ik de krant helemaal lezen. Verder bekijk ik ook graag de advertenties in de krant.”

Wat zijn verbeterpunten voor het Reformatorisch Dagblad?

“Het overzicht zou beter kunnen. Dus dat je sneller ziet waar de onderwerpen over gaan. De koppen zouden beter en helderder kunnen. Nu lees ik er vaak overheen omdat ik niet in één oogopslag kan zien waar het over gaat. Het kan dus wat aansprekender.”

Wat vind je van de website?

“De website bekijk ik vier keer per maand ongeveer. Op de site staat dezelfde artikelen als in de krant. De stukken zijn wel iets beknopter, maar het blijven lange verhalen. De site vind ik vrij onduidelijk. Je moet lang zoeken om iets te vinden. Het zou verbeteren als je alles beter in één oogopslag zou kunnen zien. Qua onderwerpen hoeft er niks toegevoegd.”

Zou je, als je uit huis bent, zelf abonnee worden van het Reformatorisch Dagblad?

“Nee, ik denk het niet. Ik kan ook gewoon op internet, het journaal of op teletekst kijken als ik nieuws wil zien. En de huis-aan-huiskranten bieden me informatie over de regio.”

BIJLAGE 6: Interview Henrieke, lezer Reformatorisch Dagblad

Leeftijd: 16 jaar

Opleiding: 4 Havo

Kerk: gereformeerde gemeente

Woonsituatie: bij ouders, soms elders.

Algemene vragen over het lezen van de krant:

“Ik lees van elke dag de krant, ik doe daar ongeveer een kwartier tot een half uur over. Mijn ouders lezen het Reformatorisch Dagblad, zij hebben er dus eigenlijk voor gekozen en ik niet. We hebben verder geen andere krant. Heel af en toe lees ik wel die gratis kranten in het openbaar vervoer.

Ik begin met het scannen van de voorpagina. Dan blader ik door naar achter, naar de jongerenpagina.”

Waarom lees je de krant?

“Dit is toch vooral vanwege de christelijke identiteit. Ik luister bijvoorbeeld ook wel eens Radio 1, Met het Oog op Morgen, en dan mis ik toch die christelijke visie. Ik vind het belangrijk dat de krant een open visie heeft en heel duidelijk de christelijke achtergrond naar voren brengt.

Ik lees ook een enkele keer wel de gratis kranten in de trein. Daarin gaat het vaak over bekende Nederlanders en filmsterren en zo. De diepgang die in het Reformatorisch Dagblad vind, is daar niet in te vinden. Daarom vind ik het Reformatorisch Dagblad ook beduidend beter.”

Welke onderwerpen spreken je aan in het Reformatorisch Dagblad?

Eigenlijk lees ik alles. Ik vind het vooral leuk om over Nederlandse dingen te lezen. Ik vind het leuk als er een sociale invalshoek wordt gekozen; die over mensen gaat. Er is voldoende aandacht voor het christelijk geloof. Ik mis geen onderwerpen. De toon van de berichtgeving is goed. Het is goed om via de krant met een christelijke visie de wereld in te kijken. De foto's in de krant vind ik niet altijd goed gekozen. Bijvoorbeeld bij oorlogsfoto's zie je alleen een soldaat. Het zou beter zijn om ook de gevolgen van een oorlog te laten zien want die zijn eigenlijk veel erger. Over het algemeen is het interessant om over emoties van mensen te lezen.”

Wat vind je positief aan het Reformatorisch Dagblad?

Ik vind dat het Reformatorisch Dagblad goede aandacht biedt aan jongeren. Er wordt niet alleen over jongeren gesproken op een negatieve manier, maar de jongere komt ook zelf aan het woord. Dit is dan wel op een aparte pagina in de krant. Je zou in de rest van de krant jongeren misschien ook meer aan het woord moeten laten, maar ook niet te veel. Dat zou de rest van de krant niet ten goede komen.

Verder merk ik dat eigenlijk alle kerkverbanden binnen de gereformeerde gezindte goed aan bod komen. Ze komen allemaal aan het woord en dat vind ik belangrijk.

De indeling van de krant vind ik ook erg goed. Met één blik op het papier weet je wat je wilt gaan lezen en wat niet.

Wat zijn verbeterpunten voor het Reformatorisch Dagblad?

Er staan veel advertenties in. Ze zouden kleiner moeten en minder schreeuwerig. Zo krijg je meer ruimte. Vriendinnen zeggen nog dat het misschien iets vrolijker kan, met meer kleur. Het papier zou ook beter kunnen omdat de krant kan al niet meer gelezen worden als hij nat is geweest door de regen.

Wat vind je van de website?

Drie tot vier keer per week bezoek ik de website. Er is een aparte afdeling voor jongeren op die site waar ik alles wil lezen. Er staan artikelen op en die voor jongeren zijn uitgelicht. Verder is het in begrijpelijke taal geschreven en ook hier komen de jongeren weer aan het woord. Wat er leuk is dat je ook zelf kan reageren. Dat kan richting de redactie, maar je kan ook met andere jongeren in contact komen. Dat doe ik zelf ook wel eens. Er staan geen saaie dingen op. Ook kan je er spelletjes doen, er is een fotowedstrijd, een poll en een mailbox. Het is dus een heel uitgebreide website.

Zou je lid worden van het Reformatorisch Dagblad als je op jezelf woont?

Als ik op mezelf ga wonen, dan kies ik wel voor het RD. Om dezelfde reden dat ik hem nu lees: omdat ik het belangrijk vind om een krant te lezen met een christelijke visie op nieuws.

BIJLAGE 7: Interview Jan-Jaap Mouthaan, lezer van het Reformatorisch Dagblad

Leeftijd: 18 jaar

Opleiding: MBO Bouwkunde

Kerk: gereformeerd vrijgemaakt

Woonsituatie: bij ouders.

Algemene vragen over het lezen van de krant:

“Ik kijk de krant gewoon een beetje door. Wat ik pakkend of interessant vind lees ik. Ik doe er ongeveer een half uur over om de krant te lezen. De bijlages lees ik ook altijd goed door. Naast het Reformatorisch Dagblad lees ik ook nog de gratis kranten. Hierin staat ook shownieuws en sport, iets dat niet in het RD te vinden is. Ik vind dit wel geinig om te lezen, maar mis het niet echt in het RD. Het RD vind ik daarom de beste krant omdat deze beter bij mij aansluit. Wel vind ik het prettig aan de gratis kranten dat ze op tabloidformaat zijn. Maar thuis is een grote krant ook wel weer lekker.

Waarom lees je de krant?

“Mijn ouders hebben natuurlijk min of meer de krant voor me gekozen. Ik pak hem dan toch omdat de krant past bij mijn gedachten en bij mijn wereld. Het staat daarnaast duidelijk op papier. De krant is erg overzichtelijk.

Welke onderwerpen spreken je aan in het Reformatorisch Dagblad?

Pagina 2 – dat is de pagina over kerk en geloof – vind ik interessant om te lezen. Er wordt bijvoorbeeld wel eens geschreven over predikanten. Dat vind ik leuk. Er wordt voldoende over geschreven en ook de kwaliteit is goed. Verder lees ik ook graag de actuele onderwerpen. Ook lees ik graag over internet en bepaalde trends daarbij en hoe de krant daar tegenover staat. Het is voor een heel breed publiek. Ook lees ik graag buitenlands nieuws, bijvoorbeeld over de missie in Afghanistan. De jongerenpagina op zaterdag lees ik vaak vluchtig door. Ik mis geen onderwerpen in de krant. Achtergrondverhalen en opiniestukken in de bijlagen vind ik ook erg goed. Vooral de bijlage ‘Accent’ met achtergronden bij grote nieuwsitems vind ik goed.

Wat vind je positief aan het Reformatorisch Dagblad?

De opiniëpagina vind ik heel sterk. Het is interessant om te lezen hoe bepaalde deskundigen over een bepaalde zaak denken. Je kunt ook je mening geven over bepaalde vraagstellingen. Ik heb dat zelf ook wel eens gedaan. Verder vind ik erg goed dat aan het eind van grote artikelen een aantal punten op een rijtje staan met waar het verhaal over gaat. Ik lees meestal eerst de kop, dan de lead en daarna die korte punten. Daarna besluit ik of ik het verhaal helemaal wil lezen.

Wat zijn verbeterpunten voor het Reformatorisch Dagblad?

Misschien, maar ik denk niet dat dit mogelijk is, zouden ze zich wat meer op lokaal nieuws kunnen richten. Bijvoorbeeld wanneer er ergens een ongeluk is gebeurd of een brand is geweest, vind ik dat interessant om te lezen.

Wat vind je van de website?

Ik bezoek de website niet zo heel vaak. Een enkele keer, als er een verwijzing naar de website bij een foto staat, dan kijk ik wel even. Verder lees ik soms wat na in oude artikelen. Je zou kunnen zeggen dat ik de website vooral als naslagwerk gebruik. Andere sites die ik bezoek zijn nu.nl, Reformatorische omroep en Hyves.

Zou je, als je op jezelf woont een abonnement nemen op het Nederlands Dagblad?

Als ik een abonnement op een krant neem dan is dat op het Reformatorisch dagblad. Wellicht kies ik voor een internetversie, maar een papieren versie is toch ook wel weer lekker.

BIJLAGE 8: Interview Lineke Brink, lezer van het Nederlands Dagblad

Leeftijd: 16 jaar

Opleiding: VWO

Kerk: gereformeerd vrijgemaakt

Woonsituatie: bij ouders.

Algemene vragen over het lezen van de krant:

“In het weekend lees ik de krant helemaal. Door de week lees ik alleen de voorpagina. Dat laatste kost me ongeveer vijf minuten. De reden dat ik de krant maar zo kort lees is omdat ik maar weinig tijd heb.

Ik lees verder nog af en toe de Stentor en de NRC. Wat ik bij beide kranten vind is dat je duidelijk kan merken dat het geen christelijke kranten zijn. Het NRC schrijft bijvoorbeeld over Atheïsme. Bepaalde basiswaarden van het christelijke geloof komen niet terug. De Stentor heeft dat ook. Bovendien vind ik de artikelen in de Stentor van een niet zo hoge kwaliteit en niet zo diepgaand. Het wordt vaak van ANP af geplukt volgens mij.

Waarom lees je de krant?

“Dit is vooral om de christelijke identiteit en omdat mijn ouders hem lezen. Ik lees hem ook omdat ik op de hoogte wil zijn van het nieuws. Het is een betrouwbare krant en daarom lees ik hem.

Welke onderwerpen spreken je aan in het Nederlands Dagblad?

Pagina 2 – dat is de pagina over kerk en geloof – spreekt me heel erg aan. Het is leuk om bepaalde achtergronden te lezen. Dat zijn soms best leuke dingen. Wat ik verder interessant vind zijn stukken over internet en zaken waar ik toevallig op dat moment zelf mee zit.

Bijvoorbeeld over de doop en geloven. De basisachtergronden van het geloof dus.

Onderwerpen die vaak wat minder vind zijn verhalen die óver jongeren gaan. Dus slecht nieuws, alles wat ze verkeerd doen en zo. Dan denk ik ‘hallo, jongeren lezen ook die krant’. Ze zouden meer voor jongeren moeten schrijven. Ik mis verder eigenlijk niks in de krant. Er is voldoende aandacht voor het geloof in de krant. Op de opiniepagina gaat het ook vaak over geloof.

Wat vind je positief aan het Nederlands Dagblad?

De jongerenpagina in de krant vind ik erg goed. Het zijn leuke berichten en ook leuk voor jongeren. De pagina staat alleen niet zo vaak in de krant; eens in de twee weken. Daarnaast vind ik ook de website van het Nederlands Dagblad erg goed. Die bezoek ik ongeveer eens per week. Omdat ik niet veel tijd heb om de krant te lezen denk ik soms: ‘dan kijk ik toch even op de site?’

Wat zijn verbeterpunten voor het Nederlands Dagblad?

Wat ik al zei: er moet meer voor jongeren en niet over jongeren worden geschreven. Verder zou ik wat meer achtergronden willen lezen. Dus, bijvoorbeeld over geschiedenis en aardrijkskunde. Maar ja, daar zullen ze wel niet altijd tijd voor hebben, denk ik.

Wat vind je van de website?

Ik bezoek de website eens per week. Er staat meer in de krant dan op de site, heb ik het idee. Wat ik erg positief vind is dat er dossiers zijn te vinden over verschillende onderwerpen. Het deel voor jongeren bezoek ik ook af en toe. Dat is best leuk, maar wordt niet zo snel geüpdate. Dat vind ik jammer. Misschien zou ik nog wat meer willen zien dat je kunt doorklikken naar andere sites als je over een bepaald onderwerp iets leest. Nu staan er alleen advertenties van auto's op en dat schiet dus ook niet echt op.

Zou je, als je op jezelf woont een abonnement nemen op het Nederlands Dagblad?

Dat is afhankelijk van mijn financiële situatie dan. Als ik het nieuws wil weten kan ik natuurlijk ook snel even op internet kijken. Maar aan de andere kant, de 'christelijke' berichtgeving zou ik dan wel weer missen. Ik denk dat ik het wel zou doen, maar het hangt een klein beetje van mijn situatie dan af.

BIJLAGE 9: Interview Margreet Broer, lezer van het Nederlands Dagblad

Leeftijd: 19 jaar
Opleiding: MBO verpleegkunde
Kerk: PKN-gemeente
Woonsituatie: bij ouders.

Algemene vragen over het lezen van de krant:

“Ik bekijk de krant in elk geval iedere dag. Meestal blader ik de krant een beetje door en bekijk ik de onderwerpen die ik interessant vind. Door de week doe ik daar ongeveer 5 minuten over, in het weekend lees ik de krant veel uitgebreider. Dan heb ik ook tijd om me daar mee bezig te houden. Mijn ouders zijn lid van de krant. Ik lees ook wel het AD en de Telegraaf af en toe. Die geven meer de grote lijnen weer en het Nederlands Dagblad kiest meer diepgang.

Waarom lees je de krant?

“De christelijke identiteit spreekt me erg aan, aan de krant; het past bij wie ik ben. Mijn visie spreekt door alle artikelen heen. Verder zijn de opiniestukken ook vanuit de christelijke identiteit beschreven, dat spreekt me erg aan. Er worden interviews gedaan met mensen uit je eigen achterban.

Welke onderwerpen spreken je aan in het Nederlands Dagblad?

Het nieuws vind ik altijd erg interessant om te lezen. Verder ben ik erg geïnteresseerd in politiek, dus dat lees ik ook altijd. Daarnaast vind ik het ook leuk om achtergrondverhalen te lezen. De onderwerpen over het christelijke geloof spreken me ook erg aan. Hier wordt voldoende aandacht aan besteed. Dat verwacht je ook als lezer van een christelijke krant. De jongerenbijlage lees ik wel af en toe. Het is inhoudelijk niet iets wat me meteen aanspreekt. Ik bekijk meestal de foto's en lees een stuk wat me boeit.

Wat vind je positief aan het Nederlands Dagblad?

Ik merk heel erg dat je hetzelfde gedachtegoed hebt. Toch is de berichtgeving nog wel redelijk objectief. Naar het 'normale' nieuws wordt niet met een speciale bril op gekeken. Het nieuws is te vergelijken met wat er in het AD staat. De opmaak ziet er ook goed uit, maar dat is misschien maar net wat je gewend bent.

Wat zijn verbeterpunten voor het Nederlands Dagblad?

Ik heb geen verbeterpunten. Misschien zou er nog wat meer over de zorg in kunnen, maar ik denk dat dit vooral komt omdat ik daar zelf geïnteresseerd in ben.

Wat vind je van de website?

Het is een tijd geleden dat ik op de website ben geweest. Hier was ik om stukken te zoeken die ik nodig had voor school. Ik gebruik de website vooral als naslagwerk en niet om het nieuws te volgen. De functionaliteit van de website laat soms te wensen over. Ik kan soms niet heel snel iets vinden zoals stukken en foto's. Anders sites die ik bezoek zijn Nursing.nl (verpleegkundige site, red.), nieuwsbrief van de jeugdvereniging, Hyves, tweedekamer.nl zo af en toe. Internet gebruik ik vooral als handigheid.

Zou je, als je op jezelf woont een abonnement nemen op het Nederlands Dagblad?

Als het financieel uitkomt, zou ik het wel doen. Als ik een abonnement neem, dan neem ik het Nederlands Dagblad.

BIJLAGE 10: Interview met René Logtmeijer, lezer van het Nederlands Dagblad

Leeftijd: 19 jaar

Opleiding: HBO Economie

Kerk: Gereformeerd vrijgemaakt

Woonsituatie: bij ouders

Algemene vragen over het lezen van de krant:

“Mijn ouders zijn lid van de krant. Het verschilt nogal hoe vaak ik de krant lees. Soms is dat drie keer per week en soms is het drie keer per maand. Vaak heb ik er geen tijd voor omdat ik het druk heb met school. Als ik dan de krant lees doe ik er ongeveer een half uur over. Naast het ND lees ik ook de regionale krant Tubantia. Dit is meer een zakelijke krant en gericht op de regio. Als ik moet kiezen tussen die twee, dan kies ik voor het Nederlands Dagblad omdat het een christelijke krant is en nieuws op een meer menselijke manier brengt. Ook is de opmaak beter.”

Waarom lees je het Nederlands Dagblad?

“Mijn ouders zijn lid en dat maakt dat ik de krant automatisch ook wel eens pak. Verder vind ik veel stukken van de kerk terug. De stukken gaan vaak over zorg voor mensen. Dus de emotie en de menselijkheid komt erg naar voren. Dat spreekt me erg aan.”

Welke onderwerpen spreken je erg aan in het Nederlands Dagblad?

“De artikelen die gaan over de kerk en over geloven vind ik boeiend. Ook vind ik het interessant om over jongeren te lezen. Dus artikelen over de jongerencultuur, hoe het met de jongeren gaat en bijvoorbeeld over het internetgedrag van de jongeren. Ik mis eigenlijk geen onderwerpen. Het christelijke aspect krijgt voldoende aandacht. Het is precies goed en het wordt op een aasprekende toon gebracht.”

Wat vind je positief aan het Nederlands Dagblad?

“Ten eerste spreekt de krant me aan omdat het een christelijke krant is. Daarnaast vind ik het ook goed dat het niet erg zakelijk is, maar dat er in de verhalen altijd wordt gezocht naar de emotie bij een verhaal. Als laatste heeft de krant een duidelijke indeling; je kunt gemakkelijk iets vinden als je wat zoekt.”

Wat zijn verbeterpunten voor het Nederlands Dagblad?

“Het enige wat ik kan bedenken is dat de jongerenpagina op zaterdag, Clue, meer uitgewerkt zou kunnen. Die zou er van mij wel vaker in mogen staan.”

Wat vind je van de website?

“De website bezoek ik heel soms. Ik gebruik de site enerzijds om te kijken naar actueel nieuws als ik even geen tijd heb om de krant erbij te pakken. Daarnaast gebruik ik de site als naslagwerk. Er staan op de site handige dossiers. Als ik dan over een specifiek onderwerp iets wil weten, is het gemakkelijk zoeken. Maar verder vind ik de site niet heel erg super of zo.

Andere sites die ik bezoek zijn Hyves, ik check natuurlijk mij email en sites die ik moet bezoeken voor mijn opleiding. Daarnaast bekijk ik ook regelmatig de site van Boer zoekt Vrouw, gewoon om te kijken naar nieuwtjes. Wat betreft christelijke sites bezoek ik wel eens Ronduit.nl. Daar zoek ik naar antwoorden op mijn geloof. Die punten hoef ik niet persé in de krant terug te vinden. Daar is een website meer geschikt voor, in de krant moet het vooral gaan over nieuws.”

Zou je, als je op jezelf woont een abonnement nemen op het Nederlands Dagblad?

“Ja, dan zou ik wel een abonnement nemen op het ND. Misschien niet meteen, maar als ik een krant moet kiezen, kies ik voor die.”

BIJLAGE 11: Interview Nynke Feenstra, lezer van het Friesch Dagblad

Leeftijd: 17 jaar

Opleiding: VWO

Kerk: Gereformeerd

Woonsituatie: bij ouders.

Algemene vragen over het lezen van de krant:

"Ik lees het Friesch Dagblad een paar keer per week. Hij ligt bij ons op tafel en als ik dan een interessante foto of een leuk artikel zie, dan pak ik hem. Als ik hem dan lees, die ik er ongeveer een kwartier over. Eens per week zit er ook een cultuurbijlage bij. Hier doe ik wat langer over omdat dat me heel erg interesseert. Andere kranten die we hier thuis lezen zijn de Jouster Courant (streekkrant), gratis huis-aan-huisbladen. Verder lees ik soms de spits. Ik vind dit leuk omdat de stukken korter. Wat ik leuk vind zijn verhalen over bekende mensen. Het zijn dan meestal gewoon roddels en erg flauw. Ook die kranten blader ik alleen een beetje door. Ik heb niet zoveel tijd om de krant te lezen.

Waarom lees je de krant?

"Ik vind het leuk om nieuws te lezen dat hier in de buurt afspeelt. Verder speelt ook de christelijke identiteit een rol. Dit komt voldoende naar voren. Ik lees de kerkpagina niet meteen als eerste, maar vind het wel belangrijk dat dit er in staat. Op een christelijke basisschool verwacht je ook dat docenten iets over de bijbel vertellen. Dat hoort ook bij een christelijke krant. Het Friesch Dagblad ken ik gewoon erg goed en hij ligt op tafel.

Welke onderwerpen spreken je aan in het Friesch Dagblad?

Cultuuronderwerpen. Verder bekijk ik ook graag de voorpagina. Dat is het belangrijkste nieuws. Daarnaast lees ik ook graag onderwerpen die dichtbij mezelf liggen. Dat zijn dingen die over jongeren gaan. Dan denk ik bijvoorbeeld aan onderwijs en over het halen van je rijbewijs. Dat zijn zaken die bij mij passen. De cultuurpagina lees ik zoals gezegd altijd. De jongerenpagina heb ik eigenlijk nog nooit bekeken.

Wat vind je positief aan het Friesch Dagblad?

Ik vind het goed dat Friesland veel aandacht krijgt. Regionaal nieuws vind ik leuk om te lezen omdat het dichtbij gebeurt. Soms zie je zelfs bekenden voorbijkomen in de krant. Dat is grappig. Verder vind ik dat ze veel aandacht besteden aan onderwijs.

Wat zijn verbeterpunten voor het Friesch Dagblad?

Ik zou het eigenlijk niet weten. Misschien dat sport er wel uit zou kunnen, maar dat heeft meer met mijn persoonlijke interesse te maken.

Wat vind je van de website?

De website heb ik nog nooit bekeken. Misschien heb ik er ooit een artikel af moeten halen voor school, maar verder zou ik het niet weten. Oh ja, ik heb ook eens een boek besteld via de site. Andere sites die ik graag bezoek zijn youtube, modesites, Wikipedia.

Zou je, als je op jezelf woont een abonnement nemen op het Friesch Dagblad?

Dat is moeilijk te zeggen. Ik zou zeker niet voor het Friesch Dagblad kiezen omdat het een christelijke krant is. Ik zou evengoed voor de Leeuwarder Courant kunnen kiezen. Als ik een abonnement neem, dan kies ik ervoor omdat het regionaal nieuws is. Maar het is daarbij ook afhankelijk van waar ik woon.

BIJLAGE 12: Interview met Sandra Prins, lezer van het Friesch Dagblad

Leeftijd: 24 jaar

Opleiding: HBO SPH

Kerk: PKN -Kerk

Woonsituatie: bij ouders

Algemene vragen over het lezen van de krant:

“Mijn ouders zijn lid van de krant. Elke dag pak ik hem wel even. Het hangt er vanaf hoe vaak ik hem doorlees. Als er bijvoorbeeld een groot schaatstoernooi is geweest, dan lees ik die verhalen helemaal. Ik hou zelf van schaatsen, dus vandaar dat ik het graag lees. Meestal kijk ik even naar de voorpagina en ook naar de voorpagina van het regionieuws. Ik lees de krant in gemiddeld een kwartiertje uit.

Naast het Friesch Dagblad, lees ik ook streekkranten en soms de Spits of Metro. Als ik moet kiezen, kies ik het liefst voor de Spits of Metro. Daar staan dezelfde verhalen in die ik graag lees. Wel mis je dan bepaalt Fries nieuws, wat ik ook wel leuk vind om te lezen.

Waarom lees je het Friesch Dagblad?

“Omdat ik graag het nieuws wil lezen. Ik lees de krant niet omdat hij christelijk is. Veel vriendinnen hebben ook de Leeuwarder Courant en eigenlijk zie ik niet zoveel verschil tussen die twee. Het is puur toevallig dat ik het Friesch Dagblad lees. Wel vind ik het belangrijk dat een krant die christelijk is zich ook zo laat zien. Aan het soort artikelen kan je dat wel een beetje zien.”

Welke onderwerpen spreken je erg aan in het Friesch Dagblad?

“Zoals gezegd lees ik graag over sport en dan specifiek schaatsen. Ik zou het niet fijn vinden als dat niet meer in de krant zou staan en vind het dan ook erg positief. Verder lees ik het grote nieuws. Oh ja, in het regionieuws staan soms ook persoonlijke verhalen van mensen bijvoorbeeld als ze op reis gaan of iets bijzonders hebben meegemaakt. Dat zijn leuke verhalen. Wel vind ik dat hier veel oudere mensen in staan.

Wat vind je positief aan het Friesch Dagblad?

“Het regionale nieuws is een goede toevoeging. Daarnaast vind ik ook dat de artikelen heel duidelijk zijn. Je begrijpt snel waar het over gaat. Dat de krant de christelijke identiteit heeft vind ik goed. Gewoon, wel stoer dat ze zichzelf blijven.

Wat zijn verbeterpunten voor het Friesch Dagblad?

“Het handige van de Spits vind ik het formaat. Dat zou ik aanpassen, als ik het Friesch Dagblad was. Verder zou ik wat meer verhalen met jongeren willen zien. Dus van die persoonlijke verhalen. Ook vind ik dat de verhalen op de kerkpagina meer voor jongeren kunnen zijn. Schrijf bijvoorbeeld eens over een bekende gospelartiest voor jongeren of iets dergelijks.

Wat vind je van de website?

“Ik heb nu een paar keer op de website gekeken omdat ik daar toevallig via Google opkwam toen ik voor school een onderwerp nodig had. Wat ik me er nog van kan herinneren is dat ik het eigenlijk een hele saaie site vond. Er was weinig kleur en inhoud. Bovendien waren de verhalen precies hetzelfde als in de krant. Je kon moeilijk iets vinden. Wel vond ik dat de opmaak overeenkwam met de krant. Het was niet met kinderachtige kleurtjes en zo. Voor het nieuws bezoek ik vaak nu.nl en nos.nl.

Zou je, als je op jezelf woont een abonnement nemen op het Friesch Dagblad?

“Ik denk het eigenlijk niet. Ik denk dat ik voor een landelijke krant zou kiezen, bijvoorbeeld NRC.next. Dat is een leuke krant. Voor het Friese nieuws ga ik wel naar omroepfryslan.nl.

BIJLAGE 13: Interview Sytse van der Meer, lezer van het Friesch Dagblad

Leeftijd: 22 jaar
Opleiding: HBO Bedrijfskunde
Kerk: Baptist
Woonsituatie: bij ouders.

Algemene vragen over het lezen van de krant:

“Als ik thuis kom en tijd heb dan pak ik het Friesch Dagblad er even bij. Goed dat het een middagkrant is. Ik doe er ongeveer een kwartier tot twintig minuten over; het hangt er maar net vanaf wat ik leuke stukjes vind. De zaterdagbijlage pak ik er ook graag wat uitgebreider bij. Daar staan leuke, lange verhalen bij waar je in het weekend voldoende tijd voor hebt om ze te lezen. Als ik naar school reis, dan lees ik altijd de Spits of de Metro. Er zit niet zoveel verschil tussen die twee. Ik vind dat ze allebei meer aandacht geven aan sport, dat lees ik graag. Verder lees ik nog wat van die lokale gratis krantjes.

Waarom lees je de krant?

“Het is leuk om te lezen over Friesland, wat er hier allemaal is gebeurd. Vooral het wat meer kleine nieuws vind ik leuk. Als ik een dag ervoor in de buurt sirenes heb horen loeien, wil ik graag weten wat er is gebeurd. Dat is interessant. De kerkpagina lees ik ook af en toe. Die lees ik wanneer ik op de voorpagina van de krant, in zo'n klein blokje (teaser) iets zie wat me interesseert. Die pagina scan ik altijd even door. Het is voor mij wel belangrijk dat het Friesch Dagblad christelijk is. Je merkt het gewoon aan de manier van schrijven. Ook heb ik het idee dat ze meer aandacht geven aan persoonlijke verhalen die wat dieper gaan dan de verhalen in de Metro en de Spits.

Welke onderwerpen spreken je aan in het Friesch Dagblad?

Zoals gezegd hou ik van sport. Het voetbal op maandag, daar ben ik erg blij mee. Verder lees ik graag het nieuws uit de buurt en persoonlijke verhalen van mensen die iets bijzonders hebben gedaan. Het is vooral leuk om dan te lezen hoe ze met een bepaald probleem zijn omgegaan. Vaak denk ik ook: 'oh ja zo zou ik daar zelf denk ik ook mee om zijn gegaan.' Ik lees vaak over internet en soms staan er nog wel leuke feitjes over in het Friesch Dagblad.

Wat vind je positief aan het Friesch Dagblad?

Het is een krant die bij me past. Ik weet niet hoe ik het moet uitleggen. Ik zie veel van mezelf terug. Je zult niet snel een verdiepend verhaal over een geloofsonderwerp in een andere krant vinden. Het christelijke aspect speelt dus zeker een rol. Daarnaast is het ook erg fijn dat het een regionale krant is. Omdat ik ook veel op pad ben in de provincie zie ik ook vaak bepaalde plaatsnamen of specifieke plekken die ik ken terug in de krant. De krant is verder erg overzichtelijk en netjes. Geen zogenaamd mooie plaatjes, maar een paar goede foto's die de boel wat ophelderen. Je weet ongeveer waar je wat voor soort verhalen kunt verwachten.

Wat zijn verbeterpunten voor het Friesch Dagblad?

Het is natuurlijk best een groot formaat. Laatst wilde ik een verhaal lezen in de krant en had ik hem meegenomen. Dat was een heel gedoe om hem uit te vouwen. Verder heb ik soms het idee dat de krant een tikkeltje ouderwets is ofzo. Als je die foto's bekijkt zie ik redelijk vaak een grijs gezicht. Jongeren krijgen niet heel veel aandacht.

Wat vind je van de website?

Uhh, ik heb eigenlijk nog nooit naar de website gekeken, ooit eens om te zien wat een abonnement eigenlijk kost. Volgens mij is hij blauw (hij is inmiddels wit). Oh kijk, zolang ben ik dus al niet geweest.

Zou je, als je op jezelf woont een abonnement nemen op het Friesch Dagblad?

Waarschijnlijk blijf ik niet in Friesland wonen. Het is mooi hier, maar in de Randstad is meer werk te vinden. Daarom denk ik niet een Friesch Dagblad-lid te worden. Als ik toch in Friesland blijf, dan kies ik denk ik wel voor het Friesch Dagblad omdat het een betrouwbare krant is.

BIJLAGE 14: Document vragenlijst testpanel

Hallo,

Leuk dat je mee wilt werken aan dit onderzoek. Voor je ligt het document waar je straks de antwoorden op gaat invullen. Dit doe je in twee groepen. Je krijgt drie kwartier de tijd per onderdeel. Daarna wisselen we.

Jij begint met het onderdeel **algemeen en internet**. Spreek hiervoor onderling een volgorde af wie achter de laptop gaat zitten om de drie verschillende websites te bekijken, wederom aan de hand van een vragenlijst. Voor het bekijken van de website heb je een kwartier de tijd. Verder worden er nog een aantal andere vragen gesteld.

Als je klaar bent met dit onderdeel ga je verder met het onderdeel **christelijke dagbladen**. Hiervoor ga je het Reformatorisch Dagblad, het Nederlands Dagblad en het Friesch Dagblad van gisteren kritisch beoordelen. Spreek in je groep af welke krant je als eerste gaat lezen. Je mag natuurlijk met elkaar overleggen, als je dat wilt. Het handigst is dat je per krant de vragen beantwoordt (dus eerst alle vragen voor het Reformatorisch Dagblad, dan voor de volgende krant enzovoorts).

Let op! Probeer zo kritisch mogelijk te kijken; foute antwoorden bestaan niet!

Wil je, voordat je begint, onderstaande gegevens even invullen?

NAAM (mag wel, hoeft niet):
GESLACHT:
LEEFTIJD:
OPLEIDING:
KERK:

Vragen? Stel ze gerust!

De gegevens uit dit onderzoek worden gebruikt voor een onderzoeksrapport.

Onderdeel: christelijke dagbladen

1. Blader alledrie de kranten eenmaal goed door. Welk artikelen spreken je op het eerste gezicht het meest aan? Waarom spreken die jou het meest aan?

Nederlands Dagblad:

Reformatorisch Dagblad:

Friesch Dagblad:

2. Wat mis je qua onderwerpen in de kranten? Welke onderwerpen zouden volgens jou meer aandacht kunnen krijgen?

Nederlands Dagblad:

Reformatorisch Dagblad:

Friesch Dagblad:

3. Lees 1 artikel wat je interesseert. Schrijf de kop van het artikel op. Waarom spreekt je dat aan? (denk aan persoonlijke interesse, 'blijf'/'serieus nieuws', achtergrond, lengte van het verhaal enzovoorts).

Nederlands Dagblad:

Reformatorisch Dagblad:

Friesch Dagblad:

4. Wat vind je van het taalgebruik in het artikel en in de krant in het algemeen? (denk aan: grof, saai, beledigend, moeilijk/makkelijk enzovoorts).

Nederlands Dagblad:

Reformatorisch Dagblad:

Friesch Dagblad:

5. Geef antwoord op de volgende stelling: De krant geeft wel/geen voldoende aandacht aan de christelijke identiteit omdat...

Nederlands Dagblad:

Reformatorisch Dagblad:

Friesch Dagblad:

6. Geef antwoord op de volgende stelling: De krant geeft wel/niet op een manier die mij aanspreekt aandacht aan de christelijke identiteit omdat...

Nederlands Dagblad:

Reformatorisch Dagblad:

Friesch Dagblad:

7. Ben je van plan om ooit een abonnement te nemen op één van deze kranten? Waarom wel/niet?

Bedankt voor het invullen van dit deel!

Onderdeel: algemeen en internet

A. Internet

Bij dit onderdeel bezoek je de drie websites van de drie christelijke kranten. Bekijk ze goed en beantwoord de vragen.

1. Wat vind je van de onderwerpen die op de website staan? Waarom vind je dat?

www.nd.nl

www.refdag.nl (www.yord.nl is jongerendeel)

www.frieschdagblad.nl

2. Waarom wel of waarom niet is de website een goede aanvulling op de papieren krant?

www.nd.nl

www.refdag.nl

www.frieschdagblad.nl

5. Heb je verder nog opmerkingen, ideeën of aanbevelingen voor de websites van deze drie kranten?

www.nd.nl

www.refdag.nl

www.frieschdagblad.nl

B. Andere media

Beantwoord de onderstaande vragen.

Algemeen

1. Lees je wel eens christelijke tijdschriften? Zo ja, welke tijdschriften lees je? Zo nee, welke andere tijdschriften lees je?

2. Welke onderwerpen spreken je aan in deze (christelijke) tijdschriften?

3. Bekijk je ook wel eens programma's van de EO of Family 7? Welke zijn dat?

4. Bezoek je ook wel eens christelijke websites? Zo ja, welke zijn dat en wat vind je daar leuk om te lezen of om te doen?

5. Welke onderwerpen die je bij vraag 2 of 4 hebt ingevuld zou je ook wel willen teruglezen in een krant?

Bedankt voor het invullen van dit deel!

BIJLAGE 15: Overzicht deelnemers onderzoekspanel

Hieronder de gegevens van de deelnemers aan het onderzoekspanel voor het beantwoorden van de vragen voor paragraaf 2.4 en 2.5.

1. Kornelis van der Krieke
17 jaar
Opleiding: VWO
Kerk: gereformeerd vrijgemaakt.
2. William Vos
23 jaar
Opleiding: sport en bewegen
Kerk: Evangelische kerk
3. Jasper Dijkema
17 jaar
Opleiding: VWO
Kerk: gereformeerd vrijgemaakt
4. Coby de Vries
24 jaar
Opleiding: MBO
Kerk: Baptistenkerk
5. Marjolein
19 jaar
Opleiding: Havo
Kerk: Vrije evangelische kerk Zwolle
6. Ester Schaaf
18 jaar
Opleiding: VWO
Kerk: gereformeerd vrijgemaakt
7. Joanne de Vries
16 jaar
Opleiding: Havo
Kerk: PKN