



PROCESVERSLAG

STREEKOMROEP WEST-FRIESLAND

JOSSE LUIKEN

1790257

Groepsopdracht; Streekomroep West-Friesland

Introductie

Dit document vormt het procesverslag van de uitgevoerde groepsopdracht voor Streekomroep West-Friesland. In dit verslag wordt stap voor stap inzicht gegeven in de werkzaamheden, keuzes en bijdragen van de student gedurende het project. De documentatie in dit procesverslag dient als onderbouwing van het eindresultaat en laat zien hoe verschillende onderdelen van de opdracht tot stand zijn gekomen. Daarmee kan dit document worden gezien als een bijlage die het werkproces transparant maakt en een volledig beeld schetst van de aanpak, ontwikkeling en uitvoering binnen de groepsopdracht.

Inhoud

Introductie	1
Inhoud	2
Lijst van taken	4
Korte aantekeningen.....	4
Competenties en de opdrachtgever	6
Competentie 1: Nieuwsgaring & research	6
Competentie 2: Journalistieke productie.....	6
Competentie 3: Publieksgerichtheid & verantwoording.....	7
Competentie 4: Ondernemerschap & Innovatie.....	7
Competentie 5: Onderzoek & Reflectie	7
Inleiding en hoofdvraag.....	8
Achtergrond.....	8
Samenwerking.....	8
Doelgroep.....	8
Empathize.....	9
Communicatie naar Erik en redactie	11
Inleiding en hoofdvraag.....	12
Achtergrond.....	12
Samenwerking.....	12
Doelgroep.....	12
Doelgroepen onderzoek.....	13
Interviewopzet;	14
Uitwerking focusgroep 50+	17
Verantwoording	20
Interview protocol.....	20
Verwerking	21
Derde methode	21
Opbouw persona.....	22
Vraagstelling.....	22
Opmaak.....	23
Define	23
Samenvatting 50+ met migratieachtergrond.....	23
Ideate	27
Prototype	30

Prototype	37
Carrouselpost.....	37
Prototype uitwerking	43
Voorbereiding testfase focusgroep.....	43
Voorbereiding testgroep	44
Test.....	47
Algemene Indruk.....	47
Instagram carrouselpost	51
Video/ Expliceer.....	54
Algemene Evaluatie	57
Prototype 2	63
Notities	65
03 september	65
08 september	66
Teamoverleg.....	69
Agenda 23/09.....	70
Feedback t.a.v. groepsopdracht	71
Feedback op ..	71
Just.....	71
Jo-Anne.....	72
Bram.....	73
Anne-Marie	74
Anne	75
Feedback van	76
Bram.....	76
Anne	77
Namens de redactie van streekomroep West-Friesland	78

Lijst van taken

Taak	Competentie
Empathize ; duidelijk hier op papier zetten de inleiding, wat is precies de vraag van West-Friesland?	Competentie 4: Ondernemerschap & Innovatie
Diepte-interviews feedback geven op Anne	Competentie 3: Publieksgerichtheid & verantwoording
Doelgroepen onderzoek ; - 50 plus, Website, Mensen die een migratieachtergrond hebben die gelinkt zijn aan het koloniale verleden. - Focus groepen Middelbare school: Josse Jo-Anne Anne-Marie	
Prototype	Pitch doen voor een geschikt prototype
Ideate	Carrousselpost maken

Korte aantekeningen

Datum;	03-09-2025	Activiteit;	Kennismaking opdrachtgever
Notitie;			
Vandaag zijn we langs geweest bij de redactie van Streekomroep West-Friesland. Tijdens dit bezoek hebben we meer duidelijkheid gekregen over de opdracht.			
Bijdrage aan competentie		Verantwoording	
Competentie 2; Professioneel samenwerken en communiceren		Door de vergadering actief bij te wonen en vragen te stellen. Dit om de opdracht concreet te kijken.	
		Na bespreking met de werkgroep	

Datum;	04-09-2025	Activiteit;	Startvergadering projectgroep
Notitie;			
Vandaag hebben we overleg hoe we het project gaan starten. Ik ben verantwoordelijk gesteld voor de beschrijving van de opdracht met daarin de inleiding, vraagstelling en methode.			
Bijdrage aan competentie		Verantwoording	
Competentie 2; Professioneel samenwerken en communiceren		Door actief support te bieden aan Just – het lijkt mij dat hij veel op zijn schouders neemt voor de research, laat ik zien te willen samenwerken.	

Datum;	08-09-2025	Activiteit;	Eerste redactie dag
Notitie;			
Vandaag de opstelling gemaakt betreft de inleiding, wat is precies de vraag van West-Friesland?			
Bijdrage aan competentie		Verantwoording	

Competentie 1: Nieuwsgaring & research Competentie 3: Publieksgerichtheid & verantwoording	Door de onderzoeksvraag en de inleiding concreet te beschrijven.
---	--

Datum;	10-09-2025	Activiteit;	Feedback op Anne - interviewopzet
Notitie;			
Gekeken naar de opzet die Anne en Just geschreven hebben voor de interviews. Hierbij heb ik feedback gegeven op de vragenlijst en suggesties gedaan voor aanpassingen.			
Bijdrage aan competentie		Verantwoording	
Competentie 2: Journalistieke productie Competentie 3: Publieksgerichtheid en verantwoording		Deskundigheid tonen in de vorm van interview opstellen met daarbij complexe zoekstrategieën gebruiken aan de hand van het interview informatie vergaren. Hierbij publiekgericht te werkgaan. Ook professioneel samenwerken en communiceren.	

Datum;	12-09-2025	Activiteit;	Interview vragen feedback op Anne
Notitie;			
Anne heeft samen met Just interviewvragen opgesteld en gedeeld. Ik heb hier een kritische blik op gegeven en voorzien van feedback.			
Bijdrage aan competentie		Verantwoording	
Competentie 2; Professioneel samenwerken en communiceren			

Datum;	16-09-2025	Activiteit;	Focusgroep interviewen en uitwerken
Notitie;			
Samen met just heb ik een focusgroep geïnterviewd. Samen hebben we de vragenlijst opgesteld. Het was een groep van 9 personen met een nederlandse afkomst in west-friesland			
Bijdrage aan competentie		Verantwoording	
		In het interview hebben we de research gebruikt. Uit dit interview willen we een persona opmaken.	

Datum;	17-09-2025	Activiteit;	Focusgroep interviewen en uitwerken
Notitie;			
Vandaag alle interviews afgenomen met de bi-culturele achtergrond groep. En uitgewerkt			
Bijdrage aan competentie		Verantwoording	
		In het interview hebben we de research gebruikt. Uit dit interview willen we een persona opmaken.	

Competenties en de opdrachtgever

Competentie 1: Nieuwsgaring & research

Beoordelingscriteria:	Hoe kan ik hier in groeien of laten zien?
<i>Complexe onderwerpen selecteren en uitwerken voor een zelfgekozen en/of gegeven publiek en medium.</i>	Onderwerpen onderzoeken en richting geven aan het publiek
<i>Inhoudelijke deskundigheid tonen op een zelfgekozen terrein door onderwerpen in (inter)nationale context te plaatsen.</i>	VOC is een nationale context. Kijken of je hier onderwerpen voor kunt vinden en voor kunt researchen.
<i>Complexe zoekstrategieën gebruiken en betrouwbare en relevante informatie selecteren, ordenen en beoordelen uit diverse complexe (inter)nationale bronnen en eigen waarneming.</i>	Eigenwaarneming oppakken tijdens de groepsopdracht. Kijk of je research mee kunt nemen.
<i>Inhoudelijke en research technische keuzes verantwoorden.</i>	Verantwoorden hoe je de informatie hebt onderzocht
Verantwoording t.a.v. design thinking	
Empathie, het inleven in de doelgroep.	
Periode	
In de eerste twee weken voor het werken met de opdrachtgever.	

Competentie 2: Journalistieke productie

Leeruitkomsten	Hoe kan ik hier in groeien of laten zien?
<i>Verhaal- en vormtechnieken inzetten voor eenvoudige en complexe crossmediale journalistieke producties voor zowel een gegeven als gekozen doelgroep.</i>	Eenvoudige vorm kan voor de opdrachtgever > Prototype
<i>Multimediale en crossmediale keuzes en werkwijze verantwoorden.</i>	Verantwoording schrijven waarom het prototype tot stand is gekomen
<i>Professioneel samenwerken en communiceren</i>	Bewijsmateriaal bijhouden met communicatie met de opdrachtgever.
<i>Reflecteren op zichzelf binnen een journalistieke rol en toont groei aan.</i>	Aan de hand van Pop
Verantwoording t.a.v. design thinking	
Ideeën bedenken en uitwerken	
Periode	
In week 5, 6 en 7 vermoed ik hier veelal mee bezig te zijn.	

Competentie 3: Publieksgerichtheid & verantwoording

Leeruitkomsten	Hoe kan ik hier in groeien of laten zien?
<i>Publieksanalyse maken om een doelgroep te bereiken en contact leggen, onderhouden en interactie met uiteenlopende publieksgroepen.</i>	Persona maken voor de opdrachtgever
<i>Journalistieke kwaliteitsnormen in acht nemen en verantwoording afleggen.</i>	Verantwoorden waarom je eigen verzamelde informatie kunt verantwoorden
<i>Ethische dilemma's herkennen, een standpunt innemen en verantwoording afleggen.</i>	
Verantwoording t.a.v. design thinking	
Definiëren en Empathie fase. Het probleem vast stellen en op basis van de research een persona ontwikkelen	
Periode	
Week 2/3	

Competentie 4: Ondernemerschap & Innovatie

Leeruitkomsten	Hoe kan ik hier in groeien of laten zien?
<i>Het medialandschap overzien en daarin een eigen beargumenteerde positie innemen.</i>	
<i>Ontwikkelingen in het medialandschap benoemen, analyseren en dit toepassen op een eigen product(ie) of dienst.</i>	Reflecteren op groepssamenwerking
<i>Ontwerpen en creëren van een innovatief concept, product of dienst.</i>	Procesverslag bijhouden met betrekking tot de opdrachtgever
Verantwoording t.a.v. design thinking	
De testfase van design thinking	
Periode	
Vermoedelijk in week 8 á 9	

Competentie 5: Onderzoek & Reflectie

Leeruitkomsten	Hoe kan ik hier in groeien of laten zien?
<i>Een praktijkgericht onderzoek uitvoeren en verantwoorden.</i>	
<i>Reflecteren op de maatschappelijke rol van de journalistiek op basis van onderzoek.</i>	
<i>Kritische bijdrage leveren aan het verbeteren van het vakgebied.</i>	
Periode	
Gedurende het tweede blok van het afstudeer semester.	

Inleiding en hoofdvraag

Streekomroep West-Friesland wil een jaarproject door ons laten realiseren rondom het koloniaal verleden. De insteek is een prototype waarop zij kunnen voortborduren. Dit kan een planning zijn met producties die zijn opgebouwd uit research. De producties worden volledig binnen West-Friesland gerealiseerd en moeten bijdragen aan bewustwording en dialoog.

Het doel is om dit complexe en gevoelige onderwerp op een toegankelijke manier bespreekbaar te maken binnen de regio, zonder het debat aan te wakkeren, maar wel met ruimte voor reflectie en verbinding.

Het ontwikkelen van een publieksgerichte strategie en journalistieke formats (zoals documentaires, podcasts en social media-content) die inwoners van West-Friesland actief betrekken bij het onderwerp van het koloniale verleden en migratie.

De producties moeten betrekking hebben tot de verdieping van inhoudelijke kwaliteit met de historische en of maatschappelijke context, waarbij een knipoog naar goed kunnen scoren met het bereik en de impact die de productie met zich mee brengt.

Achtergrond

Hoorn speelde een prominente rol in het Nederlandse koloniale verleden als een van de belangrijkste steden van de Verenigde Oost-Indische Compagnie (VOC). Een van de bekendste figuren uit deze periode is Jan Pieterszoon Coen, geboren in Hoorn. In 1893 werd op de Roode Steen in Hoorn een standbeeld van JP Coen geplaatst. Destijds werd hij gepresenteerd als een held en stichter van Batavia (het huidige Jakarta). In de loop der jaren is dit beeld echter steeds meer onderwerp van discussie geworden. Tegenstanders wijzen op Coens rol in de massamoord op de Banda-eilanden in 1621, waarbij honderden mensen omkwamen. Zij vinden dat het standbeeld een eerbetoon is aan een koloniale dader en pleiten voor verwijdering of hercontextualisering.

Samenwerking

Bij de beantwoording op de vraag vanuit Streekomroep West-Friesland zijn er samenwerkingen mogelijk tussen verschillende partijen om tot de research over de VOC te ondersteunen. Zo kan er gebruik worden gemaakt van het Meertens Instituut met expertise op het gebied van cultuur en identiteit; Reinward Academy als kennispartner voor erfgoed en musea context; het West-Fries Archief als bron voor lokale verhalen en historische data.

Doelgroep

Streekomroep West-Friesland probeert de West-friezen te betrekken door een grote doelgroep aan te slaan. Dit gaat uit van arbeidsmigranten van verschillende generaties tot subculturen.

Ook sluit SG Copernicus Atlas College aan met een onderzoek naar hun eigen leeftijdsgroep. Leerlingen uit 4e en 5e klas havo/vwo (15–17 jaar) voeren doelgroepgericht onderzoek uit binnen de regio West-Friesland. Deze doelgroep is benoemingswaardig door de gemeente Hoorn die het project wilt ondersteunen. Zij hebben als doel om deze doelgroep verder te informeren via beeld.

(Berge, 2023) (Gemeente Hoorn, 2023)

Na het overleg van 15 september is de opdracht herformuleerd en tot het volgende gekomen;

Projectoverzicht – West-Friesland Kolonialisme en arbeidsmigratie

1. Opdrachtgever: Streekomroep West-Friesland, contactpersoon Erik Bout

2. Doel van het project: Streekomroep West-Friesland wil een jaar lang het koloniale verleden van West-Friesland en de verbondenheid met arbeidsmigratie belichten.

Wij creëren een conceptprojectvoorstel met daarin ideeën en prototypes voor formats (zoals: documentaires, podcasts, socials, stadsgesprekken, explainers), die verspreid over 2026 gebracht zullen worden. In de formats ligt de focus op het benaderen van de doelgroep inwoners van West-Friesland met een migratieachtergrond. Met als doel om mensen die SSWF nog niet bereikt te informeren. Belangrijk is dat de producties tractie hebben en fit for purpose zijn voor deze doelgroep.

Empathize

Het doel is om dit complexe en gevoelige onderwerp op een toegankelijke manier bespreekbaar te maken binnen de regio, zonder het debat aan te wakkeren, maar wel met ruimte voor reflectie en verbinding.

Het ontwikkelen van een publieksgerichte strategie en journalistieke formats (zoals documentaires, podcasts en sociale media-content) die inwoners van West-Friesland actief betrekken bij het onderwerp van het koloniale verleden.

De producties moeten betrekking hebben tot de verdieping van inhoudelijke kwaliteit met de historische en of maatschappelijke context, waarbij een knipoog naar goed kunnen scoren met het bereik en de impact die de productie met zich meebrengt.

Streekomroep West-Friesland wil een jaarproject door ons laten realiseren rondom de koloniaal verleden. De insteek is een prototype waarop zij kunnen voortborduren. Dit kan een planning zijn met producties die zijn opgebouwd uit research. De producties worden volledig binnen West-Friesland gerealiseerd en moeten bijdragen aan bewustwording en dialoog.

Hoorn speelde een prominente rol in het Nederlandse koloniale verleden als een van de belangrijkste steden van de Verenigde Oost-Indische Compagnie (VOC). Een van de bekendste figuren uit deze periode is Jan Pieterszoon Coen, geboren in Hoorn. In 1893 werd op de Roode Steen in Hoorn een standbeeld van JP Coen geplaatst. Destijds werd hij gepresenteerd als een held en stichter van Batavia (het huidige Jakarta). In de loop der jaren is dit beeld echter steeds meer onderwerp van discussie geworden.

Tegenstanders wijzen op Coens rol in de massamoord op de Banda-eilanden in 1621, waarbij honderden mensen omkwamen. Zij vinden dat het standbeeld een eerbetoon is aan een koloniale dader en pleiten voor verwijdering of hercontextualisering.

Bij de beantwoording op de vraag vanuit Streekomroep West-Friesland zijn er samenwerkingen mogelijk tussen verschillende partijen om tot de research over de VOC te ondersteunen. Zo kan er gebruik worden gemaakt van het Meertens Instituut met expertise op het gebied van cultuur en identiteit; Reinward Academy als kennispartner voor erfgoed en musea context; het West-Fries Archief als bron voor lokale verhalen en historische data.

Ook sluit SG Copernicus Atlas College aan met een onderzoek naar hun eigen leeftijdsgroep. Leerlingen uit 4e en 5e klas havo/vwo (15–17 jaar) voeren doelgroepgericht onderzoek uit binnen de regio West-Friesland. Deze doelgroep is benoemingswaardig door de gemeente Hoorn die het project wil ondersteunen. Zij hebben als doel om deze doelgroep verder te informeren via beeld.

Streekomroep West-Friesland probeert de West-friezen te betrekken door een grote doelgroep aan te slaan. Dit gaat uit van arbeidsmigranten van verschillende generaties tot subculturen.

HUMAN. (2023, november). *De stad, het standbeeld en het slavernijverleden*.
Geraadpleegd op 9 september 2025,
van <https://www.human.nl/documentaires/artikelen/de-stad-het-standbeeld-en-het-slavernijverleden>

Gemeente Hoorn. (2023). *Onderzoeksrapport slavernijverleden en stadsgesprekken*.
Geraadpleegd op 9 september 2025, van <https://www.hoorn.nl/onderzoek-slavernijverleden>

Verbanden vinden tussen de koloniaal verleden en nu

Demografie van West-Friesland nemen als uitgangspunt

-Verdiepen (jij zelf josse) wat er op papier staat betreft de opdracht –

- Focusgroep > Copernicus

Communicatie naar Erik en redactie

Hi Allen,

Voor ons doelgroepenonderzoek willen we graag mensen interviewen om inzicht te krijgen in het consumptiegedrag rondom producties, met name hoe zij nieuws tot zich nemen. We zijn op zoek naar deelnemers uit verschillende leeftijdsgroepen, zowel mét als zonder bi-culturele achtergrond.

We zoeken in totaal **24 deelnemers**, verdeeld als volgt:

- **Onder de 25 jaar**
 - 4 personen *met* migratieachtergrond
 - 4 personen *zonder* migratieachtergrond
- **Tussen de 25 en 50 jaar**
 - 4 personen *met* migratieachtergrond
 - 4 personen *zonder* migratieachtergrond
- **Ouder dan 50 jaar**
 - 4 personen *met* migratieachtergrond
 - 4 personen *zonder* migratieachtergrond

Als jij contacten hebt die openstaan voor een kort interview over hun nieuwsconsumptie, dan ontvangen we graag hun contactgegevens. Ons doel is om **eind deze week** de interviews af te ronden.

Alvast veel dank voor je hulp!

Inleiding en hoofdvraag

Streekomroep West-Friesland wil een jaarproject door ons laten realiseren rondom het koloniaal verleden. De insteek is een prototype waarop zij kunnen voortborduren. Dit kan een planning zijn met producties die zijn opgebouwd uit research. De producties worden volledig binnen West-Friesland gerealiseerd en moeten bijdragen aan bewustwording en dialoog.

Het doel is om dit complexe en gevoelige onderwerp op een toegankelijke manier bespreekbaar te maken binnen de regio, zonder het debat aan te wakkeren, maar wel met ruimte voor reflectie en verbinding.

Het ontwikkelen van een publieksgerichte strategie en journalistieke formats (zoals documentaires, podcasts en social media-content) die inwoners van West-Friesland actief betrekken bij het onderwerp van het koloniale verleden en migratie.

De producties moeten betrekking hebben tot de verdieping van inhoudelijke kwaliteit met de historische en of maatschappelijke context, waarbij een knipoog naar goed kunnen scoren met het bereik en de impact die de productie met zich mee brengt.

Achtergrond

Hoorn speelde een prominente rol in het Nederlandse koloniale verleden als een van de belangrijkste steden van de Verenigde Oost-Indische Compagnie (VOC). Een van de bekendste figuren uit deze periode is Jan Pieterszoon Coen, geboren in Hoorn. In 1893 werd op de Roode Steen in Hoorn een standbeeld van JP Coen geplaatst. Destijds werd hij gepresenteerd als een held en stichter van Batavia (het huidige Jakarta). In de loop der jaren is dit beeld echter steeds meer onderwerp van discussie geworden. Tegenstanders wijzen op Coens rol in de massamoord op de Banda-eilanden in 1621, waarbij honderden mensen omkwamen. Zij vinden dat het standbeeld een eerbetoon is aan een koloniale dader en pleiten voor verwijdering of hercontextualisering.

Samenwerking

Bij de beantwoording op de vraag vanuit Streekomroep West-Friesland zijn er samenwerkingen mogelijk tussen verschillende partijen om tot de research over de VOC te ondersteunen. Zo kan er gebruik worden gemaakt van het Meertens Instituut met expertise op het gebied van cultuur en identiteit; Reinward Academy als kennispartner voor erfgoed en musela context; het West-Fries Archief als bron voor lokale verhalen en historische data.

Doelgroep

Streekomroep West-Friesland probeert de West-friezen te betrekken door een grote doelgroep aan te slaan. Dit gaat uit van arbeidsmigranten van verschillende generaties tot subculturen.

Ook sluit SG Copernicus Atlas College aan met een onderzoek naar hun eigen leeftijdsgroep. Leerlingen uit 4e en 5e klas havo/vwo (15–17 jaar) voeren doelgroepgericht onderzoek uit binnen de regio West-Friesland. Deze doelgroep is benoemingswaardig door de gemeente Hoorn die het project wilt ondersteunen. Zij hebben als doel om deze doelgroep verder te informeren via beeld.

(Berge, 2023) (Gemeente Hoorn, 2023)

Na het overleg van 15 september is de opdracht herformuleerd en tot het volgende gekomen;

Projectoverzicht – West-Friesland Kolonialisme en arbeidsmigratie

1. Opdrachtgever: Streekomroep West-Friesland, contactpersoon Erik Bout

2. Doel van het project: Streekomroep West-Friesland wil een jaar lang het koloniale verleden van West-Friesland en de verbondenheid met arbeidsmigratie belichten.

Wij creëren een conceptprojectvoorstel met daarin ideeën en prototypes voor formats (zoals: documentaires, podcasts, socials, stadsgesprekken, explainers), die verspreid over 2026 gebracht zullen worden. In de formats ligt de focus op het benaderen van de doelgroep inwoners van West-Friesland met een migratieachtergrond. Met als doel om mensen die SSWF nog niet bereikt te informeren. Belangrijk is dat de producties tractie hebben en fit for purpose zijn voor deze doelgroep.

Doelgroepen onderzoek

In samenwerking met de groepsgenoten is er samen een vragenlijst opgesteld voor het doelgroepen onderzoek.

Voor het doelgroepen onderzoek heb ik 4 kandidaten geïnterviewd;

1 persoon heb ik via contact mee kunnen krijgen. Deze valt binnen de leeftijdsgroep waarvoor ik verantwoordelijk was. 50+ met migratieachtergrond. Deze persoon kende iemand in dezelfde categorie en heeft mij zijn contact gegevens doorgegeven.

De laatste persoon is 75+ met een migratieachtergrond en heb ik tijdens een braderie kunnen aanspreken.

Interviewopzet;

Introductie:

Hoe breng je een themajaar met als onderwerp: Het koloniale verleden van West-Friesland en arbeidsmigratie, onder de aandacht bij de doelgroep die dat thema aangaat – en die de Streekomroep West-Friesland nu deels nog niet bereikt?

TRANSCRIPTIE; In vraag-antwoord structureren! Exacte quotes, maar opgeschoond van uhhtjes en stiltes.

Basisinformatie (voor doelgroepensegmentatie)

1. Leeftijd - wat is je leeftijd?
[49]
2. Woonplaats - waar woon je?
[Wognum]
3. Opleiding/werk – wat voor werk doe je?
[Stichting Netwerk, sociaal werker – kinder en volwassenen]
4. Vrijtijdsbesteding en interesses – welke dingen vind je leuk om te doen?
[Sport als uitlaadklep,]
5. Afkomst – heb je een bi-culturele achtergrond?
[Ouders komen vanuit Marokko]

Bestaande media

Kan je een paar nieuwsorganisaties benoemen die je volgt?

Welke nieuwsorganisaties volg je?

[Facebook, daar haal ik heel veel informatie vandaan. Bewust opzoek. Kijken in groepen. Geen tv-kijker. Zal nooit via tv gaan kijken. Snel overprikkeld. Vaak via telefoon. Nieuws uit Hoorn via facebook. Streekomroep West-Friesland. Prikborden in groepsapps. Wijk facebookgroepen. Geen betaald nieuws, zoals NHD. Dan wordt google gehanteerd en wordt het onderwerp gegoogeld.]

Hoe consumeer je de producties?

Hoe volg je die organisaties? (Krant, radio, tv of socials?)

[Socials. Via de telefoon]

Hoe vaak volg je nieuws (per dag/week/maand)?

Hoe vaak consumeer je nieuws?

[Elke dag. Een kort momentje. Je volgt het via je dashboard. Niet altijd actief opzoek.]

Hoe besteed je er tijd aan? (Even zitten, onderweg, tussendoor)

[Echt even een kort momentje. Hangt ervan af. Tussen een tien minuten, a half uur a uur.]

Wat maakt dat je blijft kijken/lezen/luisteren naar een nieuwsitem?

Waardoor blijf je het product langer bekijken, luisteren of lezen?

[Het onderwerp]

Welke rol spelen foto's, kaarten, of archiefbeelden voor jou in het begrijpen van een verhaal?

Vind je dit versterkend?

[Soms, De titel is belangrijk.]

Praat je met anderen over nieuws dat je ziet/hoort? Waar en met wie?

[Ja, met collega's. Discussie of we daar wat mee moeten als bedrijf zijnde]

Streekomroep West-Friesland

Welke vormen van media trekt je aan? Documentaires, podcasts, thema-uitzendingen op radio, of gewoon artikelen in de krant?

[Nooit naar de radio. Kent ook weinig mensen die naar de radio luisteren. Nee. Kort en krachtig. Podcast moet echt een leuk onderwerp hebben. Ik hou wel van kort en krachtig; hoognodige wil ik te weten komen. Opbouw te langzaam? Dan haak ik af. Niet te lang dradig. Podcast met levenservaring erin. Culturele dingen]

Hoe bekend ben je met Streekomroep West-Friesland? (Op een schaal van 1 tot 5)

[4]

Waarom wel/niet? - Hoe komt dat?

[Dan ben je op de hoogte van wat er allemaal speelt.]

(Welke) Spreken de onderwerpen van SWF je aan?

[Nee, ik kan geen onderwerpen noemen. Evenementen hoe die zijn verlopen. Streekverhalen> Kleine evenementen zoals de kermis. Kerken, natuur vind ik minder boeiend.]

Wat zou jou ertoe brengen om vaker content van Streekomroep WF te volgen?

[Onderwerpen die mij wel aanspreken. Wat ik echt mis is, dat er wel gewoon dingen die spelen; feestjes zie je voorbijkomen. Er wordt weinig over culturele dingen gepubliceerd. Soms met Suikerfeest wordt er wel wat aandacht aan gegeven, maar naar mijn idee te weinig. Carnaval, Nederlandse cultuur. Er mag meer over de bi-culturele achtergrond naar voren komen. Verdiepend. Er mag meer research naar culturele achtergrond komen. Belicht de mensen uit Syrië, toestromen van buitenlanders. Kom eens met ervaringen. Ik vind het heel interessant om die verhalen ook te horen.]

Koloniaal verleden West-Friesland

Hoe belangrijk vind je dat Streekomroep WF aandacht besteedt aan lokaal erfgoed en geschiedenis, zoals het koloniale verleden? (Genoeg, meer of minder?)

[Heel belangrijk. Maar niet alleen over de slavernij. Dat komt wel onder de aandacht, maar er is meer dan alleen dat. – Ik weet het nu wel. Er is zo veel meer, zo veel onwetendheid. Als je die mensen ook wilt bereiken, vertel dan ook wat met die mensen. Ik denk dat hier door meer saamhorigheid komt. Ik wil dat mensen uit de streek hierover meer weten.]

Wat zou jij willen weten over het koloniaalverleden?

[Over de streek, over de mensen. Hoe staat het ertoe in grote steden.]

Welke vraag heb je over dit onderwerp die je graag beantwoord zou willen krijgen in een journalistieke productie?

[Er is natuurlijk heel veel, als je kijkt naar deze streek. Al heb je het over de vluchtelingen. Dan kunnen mensen heel heftig reageren. Passeer dat. Dat moet niet de insteek zijn. Laat het gesloten, zodat mensen er niet op hoeven te reageren. Niet de mensen uitdagen om erop te

reageren. Over de jongeren. Er is echt wel een beweging dat jongeren meer zinvolle en betekenis/zinvol willen voelen. En gaan ergens in geloven. Er bekeren steeds meer jongeren zich. Daar wordt heel weinig over verteld. Stap eens naar de moskee voor een verhaal. Ook Nederlanders die zich bekeren tot de islam.]

(Hoe erg) Ben je geïnteresseerd in het koloniale verleden van West-Friesland? (Schaal van 1 tot 5)

[Niet heel erg geïnteresseerd. Het is wel prima. Veel interessanter om naar de toekomst te kijken. Een 1]

Zijn er lokale verhalen of thema's waarvan je vindt dat ze te weinig aandacht krijgen?

[Kan nu niet zo 1, 2, 3, wat noemen. Er wordt al heel veel aandacht besteed aan verschillende thema's. Zoals landelijke thema's. Hoor verhalen dan liever via andere wegen.]

In welke vorm zou je dit soort verhalen willen zien?

[Ik ken mensen die in grote steden wonen die interviews hebben afgelegd over suïcide. Dat hoor ik dan via via en organisaties. Artikelen. Levensverhalen mag meer over de aandacht komen.]

Welke raakvlakken zie je met hedendaagse thema's zoals arbeidsmigratie of diversiteit in de regio?

[Derde cultuur kinderen. Mensen met een migratieachtergrond.]

Mogen we je nog een keer benaderen over dit onderwerp?

[Ja hoor dat mag!]

Wilt anoniem blijven – Vind het niet nodig – om bij naam genoemd te worden -

Uitwerking focusgroep 50+

AI-verantwoording
- Audio verwerkt tot transcript in Word - Transcript overgedragen aan Copilot - Gevraagd of copilot wilt samenvatten - Aantekeningen vanuit het gesprek meegegeven aan copilot - Gevraagd of samen te vatten in alinea De alinea's zijn verder uitgewerkt tot eigen tekst
Introductie & achtergrond De focusgroep bestond uit negen deelnemers: zes vrouwen en drie mannen, allen woonachtig in West-Friesland. De leeftijden varieerden van 65 tot 83 jaar. Onder hen waren Tini Booms (80+, Hoogkarspel), Marga Wesseling (77, Hoogkarspel), Sjaak Kooij (83, Hoogkarspel), Aad Borreman (73, Lutjebroek), Truus (81, Hoogkarspel), Patty van der Geer (77), Joop (73, Amsterdam → Hoogkarspel), Maria (74, Hoogkarspel) en Joanna (65, Amsterdam → Hoogkarspel). Sommigen zijn geboren in de regio, anderen zijn later verhuisd, maar allen wonen er al tientallen jaren met volle tevredenheid. Gebruik van Streekomroep West-Friesland De meeste deelnemers kennen de omroep via televisie, dat wordt als het meest alledaagse kanaal genoemd. Sommigen kijken wekelijks, anderen af en toe, en een enkeling eigenlijk nooit. Radio wordt door een paar deelnemers dagelijks beluisterd. De website wordt sporadisch bezocht, en sociale media worden nauwelijks gebruikt — hooguit maandelijks. Podcasts worden niet beluisterd door deze generatie, al geven ze aan dat hun kinderen (rond de 50 jaar) dat wel doen. Mediagebruik & beleving De streekomroep wordt vooral ingeschakeld voor nieuws en herkenbare lokale evenementen zoals de draverij en carnaval. Video's worden gewaardeerd wanneer deelnemers zelf bij het onderwerp betrokken zijn geweest. Er is interesse in meer promotie van lokale gebeurtenissen. Wat gemist wordt, is zichtbaarheid in de dorpen zelf. Suggesties zijn onder andere korte video's (shorts), een herkenbare plopkap, een promowagen, flyers op braderieën, dorpsblaadjes en aanwezigheid op evenementen. Veel deelnemers komen via zappen op de zender terecht. Arbeidsmigranten in West-Friesland De deelnemers zijn bekend met de aanwezigheid van mensen met een migratieachtergrond in hun wijken, zoals Poolse arbeidsmigranten en mensen met een buitenlandse afkomst in supermarkten. Er is besef dat migratie al langer speelt, met verwijzingen naar gastarbeiders na de Tweede Wereldoorlog en emigratie naar landen als Nieuw-Zeeland, Canada en Australië. Er wordt geopperd om ook aandacht te besteden aan mensen die vanuit Nederland zijn gemigreerd en nu terugkeren of nog contact houden. Relatie met koloniaal verleden De kennis over het koloniale verleden is beperkt, maar er zijn associaties met de VOC, Bontekoe, slavernij en handel op het oosten. Enkelen noemen dat steden rondom het IJsselmeer hier rijk van zijn geworden. Het onderwerp leeft niet sterk binnen de generatie, maar er is wel interesse in de menselijke kant van het verhaal. Persoonlijk heeft men weinig directe betrokkenheid, maar men vindt het belangrijk dat het verleden niet alleen negatief wordt belicht. Er wordt gepleit voor het benoemen van positieve kanten, zoals de eerste zwarte mensen in Enkhuizen en relieken van de VOC, waaronder boerderijen. Verwachtingen van berichtgeving De deelnemers geven aan dat ze vooral geïnteresseerd zijn in persoonlijke verhalen en positieve invalshoeken. Historische context is welkom, maar niet te zwaar; liever verhalen die laten zien wat het verleden heeft opgeleverd. Ze vinden dat media vaak te negatief zijn en pleiten voor een meer gebalanceerde benadering. Verhalen over lokale integratie en

migratiegeschiedenis worden als waardevol gezien. De regio-krant en het Noord-Hollands Dagblad worden genoemd, maar ook bekritiseerd vanwege een te negatieve toon.

Gewenste producties/ formats

Er is voorkeur voor korte, bondige formats zoals reportages met lokale verhalen, persoonlijke interviews en korte items in nieuwsuitzendingen. Podcasts worden door deze generatie nauwelijks beluisterd, maar ze zien dat hun kinderen dat wel doen. Ruimte voor reacties van inwoners wordt gewaardeerd, mits het positief en herkenbaar blijft. Discussie hoeft niet per se, maar mag wel als het bijdraagt aan het verhaal.

Toekomst & betrokkenheid

De bereidheid om zelf bij te dragen aan producties is aanwezig, mits het onderwerp aanspreekt en men zich voldoende geïnformeerd voelt. Men wil graag meewerken, maar dan wel samen met iemand die er verstand van heeft. De omroep kan hen het beste bereiken via televisie, radio en fysieke aanwezigheid in dorpen en bij evenementen. Als advies geven ze mee om het koloniale verleden te benaderen met persoonlijke, positieve verhalen en duidelijk te maken dat het verleden ook goede kanten had.

Eigen tekst;

Introductie & achtergrond

De focusgroep is een groep van negen mensen waarvan zes vrouwen en drie mannen, allen woonachtig in West-Friesland.

De leeftijden varieerden van 65 tot 83 jaar.

Onder hen waren Tini Booms (80+, Hoogkarspel),

Marga Wesseling (77, Hoogkarspel),

Sjaak Kooij (83, Hoogkarspel),

Aad Borreman (73, Lutjebroek),

Truus (81, Hoogkarspel),

Patty van der Geer (77),

Joop (73, Amsterdam → Hoogkarspel),

Maria (74, Hoogkarspel)

Joanna (65, Amsterdam → Hoogkarspel). S

Gebruik van Streekomroep West-Friesland

De meeste consumenten nieuws van de omroep via televisie en radio. Het gebruik komt het meest voort van dagelijks. Daarna wekelijks vervolgens met maandelijks, en een enkeling eigenlijk nooit.

Radio wordt door een paar deelnemers dagelijks beluisterd. “De radio staat altijd aan” of “In de auto luister ik altijd” Ze zijn op het kanaal gekomen door te zappen.

De website wordt sporadisch bezocht, en sociale media worden nauwelijks gebruikt — hooguit maandelijks.

Podcasts worden niet beluisterd door deze generatie, al geven ze aan dat hun kinderen (rond de 50 jaar) dat wel doen.

Ze geven de suggestie mee dat de omroep zich meer kan presenteren op klein schalige evenementen om zich meer kenbaar te maken.

Mediagebruik & beleving

De streekomroep wordt vooral gebruikt voor nieuws en herkenbare lokale evenementen zoals de draverij en carnaval.

Video's worden gekeken wanneer deelnemers zelf bij het onderwerp betrokken zijn geweest. Er is interesse voor meer persoonlijke promotie van lokale gebeurtenissen.

Wat gemist wordt, is actieve promotie in de dorpen zelf. Suggesties zijn onder andere een herkenbare plopkap en interview op straat, een promowagen, flyers op braderieën, dorpsblaadjes en aanwezigheid op evenementen. Veel deelnemers komen via zappen op de zender terecht.

Arbeidsmigranten in West-Friesland

De deelnemers zijn bekend met de aanwezigheid van mensen met een migratieachtergrond in hun wijken, zoals Poolse arbeidsmigranten en mensen met een buitenlandse afkomst in supermarkten.

Er is besef dat migratie al langer speelt, met verwijzingen naar gastarbeiders na de Tweede Wereldoorlog en emigratie naar landen als Nieuw-Zeeland, Canada en Australië.

Er wordt geopperd om ook aandacht te besteden aan mensen die vanuit Nederland zijn gemigreerd en nu terugkeren of nog contact houden.

De migratie in de directe omgeving zijn op ontmoeting in wijkcentra of 'in de buurt' als burens.

Relatie met koloniaal verleden

De kennis over het koloniale verleden is beperkt, maar er zijn associaties met de VOC, Bontekoe, slavernij en handel op het oosten worden als pijlers genoemd.

Men is zich van het VOC verleden bewust, alleen leeft het niet echt. De meesten noemen het iets van vroeger – op de discussie na. Ook weet men dat steden rondom het IJsselmeer hier rijk van zijn geworden.

Als er producties gerealiseerd worden, moet er een menselijke, verhalende kant aan zitten. Persoonlijk heeft men weinig directe betrokkenheid, maar men vindt het belangrijk dat het verleden niet alleen negatief wordt belicht. Er wordt gepleit voor het benoemen van positieve kanten, zoals de eerste zwarte mensen in Enkhuizen en relieken van de VOC, waaronder boerderijen.

Verwachtingen van berichtgeving

De deelnemers geven aan dat ze vooral geïnteresseerd zijn in persoonlijke verhalen en positieve invalshoeken.

Historische context is welkom, maar niet te zwaar; liever verhalen die laten zien wat het verleden heeft opgeleverd. Ze vinden dat media vaak te negatief. Verhalen over lokale integratie en migratiegeschiedenis worden als waardevol gezien.

De regio-krant en het Noord-Hollands Dagblad worden genoemd, maar ook bekritiseerd vanwege een te negatieve toon.

Gewenste producties/ formats

Er is voorkeur voor korte, bondige formats zoals reportages met lokale verhalen, persoonlijke interviews en korte items in nieuwsuitzendingen.

Geen podcasts, wel audio via de radio. Ruimte voor reacties van inwoners wordt gewaardeerd, mits het positief en herkenbaar blijft. Discussie hoeft niet per se, maar mag wel als het bijdraagt aan het verhaal.

Toekomst & betrokkenheid

De bereidheid om zelf bij te dragen aan producties is aanwezig, mits het onderwerp aanspreekt en men zich voldoende geïnformeerd voelt. Men zou verdieping willen, mits het komt van iemand die er echt verstand van heeft.

Verantwoording

Als eerste zijn de mensen binnen de leeftijdscategorie benaderd.

Vervolgens zijn er afspraken gemaakt over wanneer het interview zal plaatsvinden.

Op het geplande moment is het interview afgenomen en opgenomen.

Tijdens het interview is er met het gegeven antwoord meegeschreven.

De audio is door Word verwerkt tot een transcript.

Dit transcript is met behulp van Microsoft Copilot uitgewerkt en samengevat tot bondige antwoorden.

De samenvatting met daarin de verwerkte notities zijn gebruikt om te plaatsen in het codeerdocument.

Interview protocol

Hoofdvraag; *Hoe breng je een themajaar met als onderwerp: Het koloniale verleden van West-Friesland en arbeidsmigratie, onder de aandacht bij de doelgroep die dat thema aangaat – en die de Streekomroep West-Friesland nu deels nog niet bereikt?*

Uitwerking; Het interview is afgenomen aan de hand van de opgestelde vragen.

Duur; Het interview wordt bij voorkeur in persoon afgenomen. Dit omdat tijdens het interview emoties getoond kunnen worden die mogelijk van toepassing zijn voor het verwerken van de antwoorden. Echter wordt er in het interview en de uitwerking daarvan niet expliciet gekeken naar het emotioneel belang. De plek is een openbare ruimte waar vrij gesproken kan worden zonder storen van anderen.

Uitvoering; Er zijn drie interview telefonisch afgenomen. Twee van deze interviews heb ik zelf uitgewerkt. De derde viel buiten mijn doelgroep en is uitgewerkt door Bram. Er is gekozen voor een telefonisch interview voor de efficiëntie. Op korte termijn was er geen ruimte om in persoon af te spreken met de interviewkandidaten. Telefonisch was er meer ruimte in de agenda en de mogelijkheid om in een comfortabele setting plaats te nemen. De interviews duurde gemiddeld tussen de 30 en de 40 minuten. Ook is er aan de hand van de antwoorden doorgevraagd.

Het vierde interview is afgenomen tijdens een braderie in een grote groepssetting. Het idee was om meerdere tegelijk te interviewen. Hier haakte echter 1 persoon bij aan. Dus werd het een op een interview. De persoon kon vrij open spreken in de rumoerige setting.

Kenmerken van de respondenten; *De doelgroepen zijn verdeeld over de groepsleden. Voor mij werd bepaald dat de doelgroep 50+ met migratieachtergrond geïnterviewd moest worden*

Kandidaten; 1 vrouw van 50+ met Syrische achtergrond. 1 man van 50+ met Syrische achtergrond. 1 man van 75+ met Indische afkomst. 1 vrouw van 50- met Marokkaanse achtergrond.

Data; *De uitwerking van de interviews wordt verwerkt in het codeerboek.*

Verwerking

De data die opgehaald is uit de focusgroepen en doelgroepeninterviews worden verwerkt tot persona's. De persona's zijn de ijkpunten voor de prototypes.

Derde methode

Als derde methode voor het doelgroepenonderzoek is er gebruikgemaakt van focusgroepen.

Voor dit onderdeel heb ik een bijdrage geleverd aan de volgende doelgroepen;

50+ zonder migratieachtergrond; Op de redactie heb ik samen met Just van Westen het interview afgenomen in een halfuur tijd. Op de redactie. De senioren waren samen met +6 en konden samen goed doelgroep vertegenwoordigen.

25- zonder migratieachtergrond; Op de redactie heb ik zes leerlingen geïnterviewd zonder migratieachtergrond. Wederom samen met Just van Westen. Het interview was in een afgesloten ruimte waar de leerlingen open konden praten over hun interesses aan de hand van ons interview. Deze keer stelde Just voornamelijk de vragen en heb ik genotuleerd.

Uitwerking; Tijdens de interviews zijn er opnames gemaakt en getranscribeerd met dezelfde methode als de een op een interviews. De uitwerking is een gemiddeld antwoord en een specifiek gericht antwoord. Dit om een globale indruk te krijgen en gericht te werk te kunnen gaan.

Opbouw persona

Persona wordt gebruikt als ijkpersoon. Voor wie het concept/het probleem/de vraag wordt opgelost. De persona is het eindresultaat van de afgenomen interviews.

Vraagstelling

Dit is naar mijn idee nodig om de persona invulling te geven;

1. Mediagebruik & Informatiebron

- Hoe zoek je meestal naar nieuws of informatie over je omgeving?

[]

- Wat vind je lastig aan het huidige aanbod van nieuwsmedia?

[]

- Wat zou het voor jou makkelijker maken om nieuws te volgen?

[]

2. Betrokkenheid & Beleving

- Wanneer voel je je persoonlijk betrokken bij een nieuwsitem of onderwerp?

[]

- Welke onderwerpen mis je in de media over jouw regio?

[]

- Wat heb je nodig om je meer gehoord of gezien te voelen door lokale media?

[]

3. Technologie & Toegankelijkheid

- Via welke apparaten of platforms volg je het liefst nieuws?

[]

- Loop je tegen technische drempels aan bij het vinden van informatie?

[]

- Welke oplossing zou jou helpen om makkelijker toegang te krijgen tot nieuws?

[]

4. Kennis & Interesse in Erfgoed

- Hoeveel weet je nu over het koloniale verleden van West-Friesland?

[]

- Welke vragen heb je nog over dit onderwerp?

[]

- Op welke manier zou je graag meer willen leren over lokale geschiedenis?

[]

5. Voorkeuren voor Vorm & Presentatie

- Welke vorm van nieuws (video, radio, tekst, sociale media) spreekt je het meest aan?

[]

- Wat maakt dat je een nieuwsitem afkijkt of -luistert?

[]

- Hoe zou een ideale nieuwsproductie er voor jou uitzien?

[]

Opmaak

- Geef je persona een naam, leeftijd, woonplaats en achtergrond

Define

Om tot een samenvatting te komen is er gekeken naar de overeenkomsten. Overeenkomsten in verschillen en gebruiken. Daarna persoonlijke interesse.

Samenvatting 50+ met migratieachtergrond

T.a.v. persona's maken

Nieuwsconsumptie

De 50-plusser van West-Friesland maakt gebruik van zowel lokaal als landelijk nieuws. Zo worden het noord-hollandsdagblad en het NOS-journaal gebruikt. Het consumeren van het nieuws gebeurt veelal via drie hoofdkanalen; radio, krant en sociale media. 's Avonds is het moment dat men er echt voor gaat zitten. Dit is echter niet het enige moment, want tussendoor wordt er nieuws gesnackt via de telefoon met een kopje koffie of de consument onderweg is. Dan wordt er bijvoorbeeld naar de radio geluisterd.

Nieuwsgebruik

Maatschappelijke thema's vinden de 50-plussers het meest boeiend; Wat gebeurt er in het land en welke invloed heeft dat op mijn omgeving? Onderwerpen zoals wetenschap, natuur en politiek wekken extra interesse, vooral wanneer er een persoonlijke connectie is met het verhaal bijvoorbeeld door een kennis in het buitenland of door het leren van een taal. De betrokkenheid groeit wanneer het nieuws niet alleen henzelf raakt, maar ook mensen in hun netwerk.

Beeldende vormen wekt interesse. Infographics, foto's of extra video's geven dimensie aan de berichtgeving. Als een onderwerp in eerste instantie niet boeiend oogt, maar het beeld wel, dan wordt het alsnog geconsumeerd. Een bericht zonder beeld is niet meer van deze tijd.

Sociale context

Nieuws wordt vaak besproken met vrienden, familieleden en soms ook collega's. Podcasts worden als de meest populaire vorm van nieuwsconsumptie genoemd, maar ook thema-uitwerkingen zoals documentaires en talkshows worden gewaardeerd.

De geïnterviewde zijn samen matig bekend met streekomroep West-Friesland. De een kent het format helemaal niet. De ander is erg betrokken bij de stad en kent de streekomroep goed. De ander heeft er wel eens van gehoord, maar doet er niets actiefs mee. Dat zie je terug in het gebruik. Het noord-hollandsdagblad 'stad en streek' wordt als lokaal genoemd. Waar de ander zich geboeid voelt door de interviews met raadsleden en de actualiteit. Waar de ander alleen lokale dingen volgt voor wegafsluitingen.

Beeld en geluid worden als het meest toegankelijk ervaren, bijvoorbeeld in de vorm van een documentaire of een podcast met een educatief karakter. Als het merk Streekomroep West-Friesland bekender zou zijn, zou men graag artikelen terugzien met een persoonlijke insteek en een positieve koppeling tussen lokale en internationale thema's.

Onderwerpen

Het koloniale verleden raakt de 50-plusser niet altijd persoonlijk. Er is dan ook weinig behoefte aan verdere publicatie hierover. De gemiddelde kennis hierover wordt met een 3 beoordeeld. Toch worden er wel gerelateerde onderwerpen genoemd die wél aanspreken, zoals verhalen over de Jappenkampen, sociale thema's als de voedselbank, en mensen die het moeilijk hebben. Als er verhalen over het koloniale verleden worden gemaakt, dan wil men graag dat de positieve kant wordt belicht en dat het in het heden geplaatst wordt.

Er is behoefte aan eerlijke, menselijke verhalen die laten zien hoe het er écht aan toe gaat in de buurt. Thema's als islamisering, integratie en de kloof tussen landelijke beeldvorming en lokale realiteit spelen hierbij een belangrijke rol. Ook verhalen van mensen met een migratieachtergrond, zoals statushouders uit Indonesië, worden gewaardeerd.

Prompt aan AI;

Maak een analyse op basis van de volgende informatie;
Kom met een probleemstelling, oplossing, en thema's

Gegeven antwoord;

Probleemstelling

De lokale nieuwsvoorziening in West-Friesland sluit onvoldoende aan bij de informatiebehoefte van 50-plussers met een migratieachtergrond. Hoewel deze doelgroep dagelijks nieuws consumeert via diverse kanalen, is de betrokkenheid bij lokale media beperkt. Er is behoefte aan inhoud die aansluit bij persoonlijke ervaringen, maatschappelijke betrokkenheid en visuele toegankelijkheid. De huidige berichtgeving mist vaak aansluiting bij de leefwereld van deze groep, waardoor de relevantie en het bereik van lokale media beperkt blijven.

Oplossing

Betrokkenheid vergroten door;

Persoonlijke verhalen: Verhalen waarin inwoners zelf aan het woord komen, met aandacht voor migratie, integratie en sociale omstandigheden.

Thematische verdieping: Aandacht voor onderwerpen die raken aan zowel lokale als internationale contexten, zoals technologische ontwikkelingen, politiek, en sociale ongelijkheid.

Formatdiversiteit: Bied nieuws aan in verschillende vormen zoals talkshows, documentaires, podcasts en shorts, afgestemd op het moment van consumptie (ochtend, pauze, avond).

Thema's

Culturele verbondenheid: Verhalen over herkomstlanden zoals Indonesië en Syrië, gekoppeld aan lokale ervaringen.

Sociale problematiek: Voedselbank, bestaansonzekerheid, sociale cohesie en de rol van lokale organisaties.

Koloniaal verleden: Beperkte interesse, tenzij het onderwerp persoonlijk raakt of in het heden geplaatst wordt. Positieve invalshoeken zijn gewenst.

Migratie en integratie: Verhalen over statushouders, arbeidsmigranten en de kloof tussen landelijke beeldvorming en lokale realiteit.

Samenvatting 50+ West-Friezen

Nieuwsconsumptie

De inwoners en 'echte' west-friezen van 50+ uit Hoogkarspel zijn bekend met het regionale nieuws. Dit komt voornamelijk uit het Noord-Hollands Dagblad en de regiokrant. Daarnaast consumeren ze graag nieuws via de televisie waar ze al tappend bij streekomroep West-Friesland terecht zijn gekomen. Daarnaast is het een generatie die graag via de radio naar het nieuws luistert, want die staat altijd aan. Soms wordt er gebruik gemaakt van de website en sociale media is onbekend terrein.

De bekendheid met stichting streekomroep West-Friesland is schraal. De ouderen zijn ook weinig online actief en moeten al zappend achter de zender komen. Wel worden video's leuk gevonden.

Nieuws wordt dagelijks gevolgd, vooral op vaste momenten waarop men er echt voor gaat zitten. In de auto is de radio een belangrijke bron van actuele informatie. De betrokkenheid bij nieuws groeit wanneer het onderwerp herkenbaar is, zoals een lokaal evenement waar men zelf bij aanwezig was. Korte, bondige formats via audio of televisie zijn favoriet. Podcasts worden niet beluisterd, maar persoonlijke interviews in beeld of geluid wekken wél interesse.

Nieuwsgebruik

De interesse van deze doelgroep ligt bij onderwerpen die dichtbij komen: lokale gebeurtenissen, herkenbare personen en maatschappelijke thema's met een menselijke insteek. Nieuws wordt als boeiender ervaren wanneer er een persoonlijke link is.

Er is weinig behoefte aan abstracte of zwaarbeladen thema's, tenzij deze op een toegankelijke manier worden gebracht. Historische onderwerpen, zoals het koloniale verleden, worden pas interessant wanneer ze gekoppeld worden aan persoonlijke verhalen of lokale context. De toon van berichtgeving is belangrijk: te negatief nieuws wordt vermeden. Positieve, menselijke verhalen hebben de voorkeur.

Sociale context

De bekendheid met Streekomroep West-Friesland beperkt. De meeste ouderen zijn niet actief online en komen alleen via televisie met de omroep in aanraking. De zichtbaarheid van de omroep wordt als laag ervaren.

Er is behoefte aan meer fysieke aanwezigheid van de omroep in het dorp. Suggesties zijn onder andere promotie op kleinschalige evenementen, flyers in dorpsblaadjes en herkenbare verslaggevers met een plopkap voor straatinterviews (voxpop). De betrokkenheid groeit wanneer de omroep zichtbaar is in het dagelijks leven en wanneer inwoners zich herkennen in de onderwerpen.

Ze geven de suggestie mee dat de omroep zich meer kan presenteren op klein schalige evenementen om zich meer kenbaar te maken. Bijvoorbeeld als Promotie op evenementen

Onderwerpen

Er is behoefte aan verhalen die laten zien hoe het eraan toe gaat in de regio. Thema's als integratie, migratiegeschiedenis en lokale identiteit worden gewaardeerd, mits ze positief en menselijk worden gebracht.

Zo is er interesse in verhalen over de eerste zwarte inwoners van Enkhuizen, de invloed van de VOC op het landschap (zoals oude boerderijen), en migratieverhalen van vroeger. Arbeiders na de Tweede Wereldoorlog of emigratie naar Nieuw-Zeeland, Canada en Australië.

De vergelijking tussen migratie toen en nu wordt als leerzaam en relevant gezien. Verhalen over hoe het contact met familie in het buitenland verloopt, of hoe mensen zich hier hebben aangepast, spreken tot de verbeelding. De voorkeur gaat uit naar korte reportages, persoonlijke interviews en items in nieuwsuitzendingen. Podcasts worden overgeslagen, maar radio en televisie blijven belangrijke dragers. Ruimte voor reacties van inwoners wordt gewaardeerd, zolang deze positief en herkenbaar blijven.

Prompt aan AI;

Maak een analyse op basis van de volgende informatie;
Kom met een probleemstelling, oplossing, en thema's

Probleemstelling

De 50-plus doelgroep in Hoogkarspel en omgeving voelt zich onvoldoende aangesproken en bereikt door de huidige communicatie en content van Streekomroep West-Friesland. Ondanks hun dagelijkse nieuwsconsumptie via traditionele kanalen zoals televisie en radio, is de zichtbaarheid van SWF laag, mede door een gebrek aan digitale vaardigheden, beperkte online aanwezigheid van de omroep en een mismatch in toon en thematiek.

Oplossing

Om de betrokkenheid van deze doelgroep te vergroten, moet SWF inzetten op:
Fysieke zichtbaarheid via lokale evenementen, flyers en straatinterviews.
Herkenbare, menselijke verhalen over lokale gebeurtenissen, migratiegeschiedenis en maatschappelijke thema's.
Toegankelijke formats zoals korte reportages, persoonlijke interviews en radio-items.
Positieve toonzetting en aansluiting bij de belevingswereld van de doelgroep, met ruimte voor herkenning en lokale trots.

Thema's voor verdere uitwerking

Dagelijkse consumptie via televisie en radio. Korte audiofragmenten via radio zijn wél effectief. Website wordt sporadisch bezocht. Suggesties: aanwezigheid op kleinschalige evenementen, flyers in dorpsblaadjes, voxpop-interviews op straat. Interesse in menselijke verhalen over migratie, integratie en lokale geschiedenis. Behoeftte aan meer kennis over het koloniale verleden, mits licht en verhalend gebracht. Positieve invalshoeken worden gewaardeerd, zoals verhalen over de eerste zwarte inwoners van Enkhuizen of VOC-reliken. Voorkeur voor korte, bondige formats: reportages, persoonlijke interviews, radio-items. Geen interesse in podcasts, wel in live events en video's. Positieve, herkenbare toon is essentieel; negativiteit werkt afstotend.

Ideate

Agenda

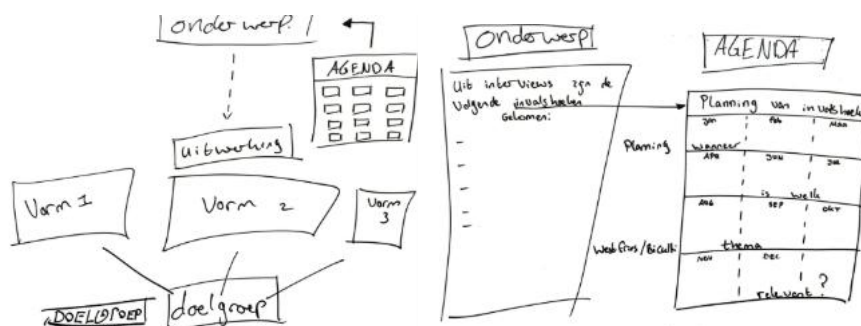
Om tot een themajaar te komen kan er gekeken worden naar de invulling van de onderwerpen. Een onderwerp zo maar inbrengen zonder actualiteit kan leiden tot weinig interesse in het product.

Ieder kalenderjaar zijn er terugkerende thema's, bijvoorbeeld; tussen november en december zal ongetwijfeld de pietendiscussie weer aandacht krijgen.

Maak een kalenderjaar met daarin een overzicht van actualiteiten. Welke thema's zie je per maand terugkeren en ga op basis van die thema's koppelingen en invalshoeken zoeken die bij het koloniaalverleden passend zijn.

Op deze manier kan er worden ingespeeld op actueel nieuws, de interesse van het publiek in combinatie met het koloniaalverleden.

Wanneer je een product wilt gaan maken voor de doelgroepen wordt er als eerst gekeken naar de agenda. Vanuit de agenda komt het onderwerp voort. Dit leidt tot de uitwerking voor het product. Bij de uitwerking wordt er rekening gehouden met cross mediaal denken. Zo wordt iedere doelgroep bediend op de manier waarop zij nieuws consumeren.



Uitwerking behandeling van een themajaar

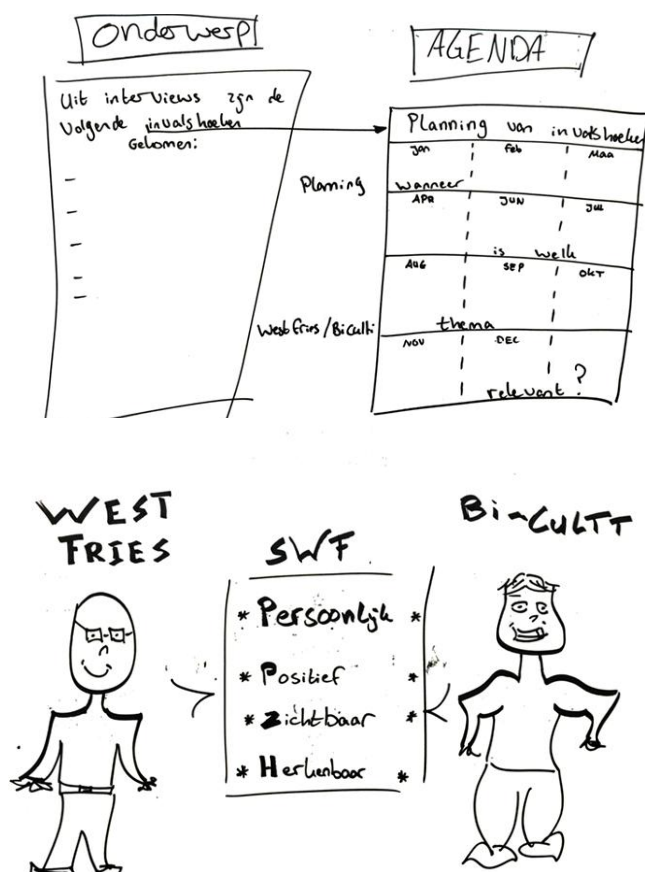
Tijdens overleg met de opdrachtgroep kwam ik tot het volgende idee. Een idee om een themajaar invulling te geven als innovatief ontwerp voor streekomroep West-Friesland (SWF). Hier volgt de uitleg die ik gegeven heb;

Naar mijn idee met het nieuws wat SWF wil presenteren relevant kunnen zijn. Het vinden van een nieuwshaakje is daarbij naar mijn mening belangrijk.

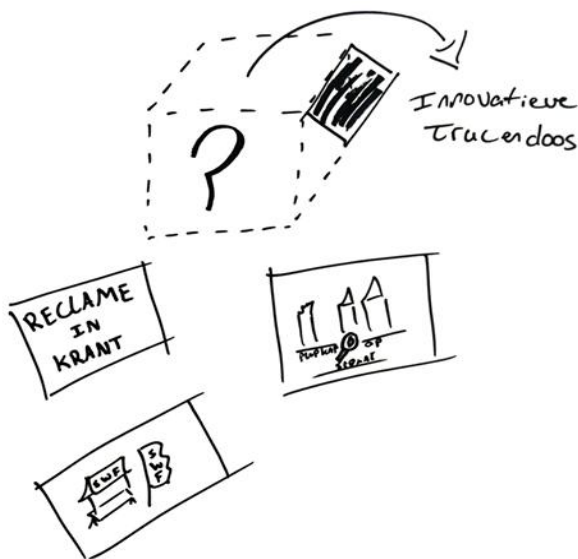
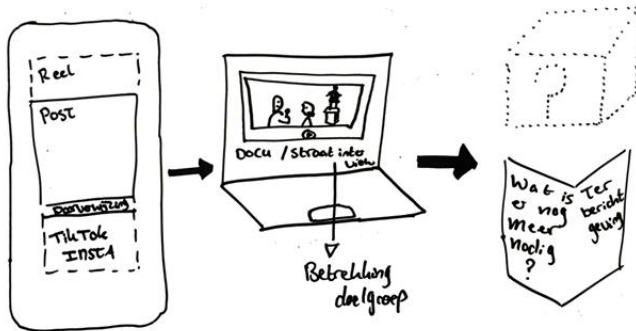
Voor mijn idee komen er bepaalde thema's ieder jaar terug rondom dezelfde tijdsperiode, bijvoorbeeld; Eind oktober – eind december speelt veelal de ~~zwarte~~ pietendiscussie. Januari – maart is er vaak berichtgeving over het Suikerfeest en in mei – juli komt vaak het songfestival onder de aandacht.

Door inzichtelijk te maken wanneer welk thema aangekaart wordt, kan je dat makkelijker koppelen voor een invalshoek over het koloniaalverleden. Mijn hypothese hierop is dat het item gekoppeld aan de agenda met de invalshoek sneller opgepakt zal worden door het publiek. Want het publiek volgt veelal wat onder de aandacht staat.

Daarnaast ben ik in het inzicht gekomen dat het doelgroepen onderzoek heeft geleid tot vier duidelijke pijlers die de doelgroep graag terugziet binnen het prototype. De West-Friese en bi-culture gebruiker wil namelijk dat er positieve verhalen worden gemaakt in een herkenbare stijl met een presentator die zich ook op straat bevindt en de mensen bij het item betreft.



Cross-mediaal
om alle leeftijden te bereiken...



Onderwerpen:

Bi-Cultureel

- ondernemingen & Bedrijven
- Verenigingen & Samenkomst
- Vluchtelingen & opvang
- Gangs & Veiligheid
- Verzetshelden

Als je die vier pijlers aanhoudt, dan kom je tot een grote productie waaruit je drie vormen kunt trekken. Op die manier bedienen je de gehele doelgroep.

De 0-25 met aan carrousel post op Instagram met de invalshoek. Die carrousel post komt voort uit de research van de documentaire voor de 50-plussers. De opnames van de documentaire kunnen hergebruikt worden voor een podcast, radio-uitzending, spraakmaker of Instagram video die de tussengroep van 25 – 50 bereikt.

Op die manier bereik je de hele doelgroep, mits je gebruik maakt van de vier pijlers.

Daarnaast zijn er nog losse flodder ideeën waar SWF ook voor geboeid is; de innovatieve trukendoos.

De onderwerpen waarmee de redactie meteen al wat zou kunnen zijn bijvoorbeeld; ondernemingen en bedrijven, vluchtelingen en opvang, vereniging en saamhorigheid, gangs en veiliger, en als laatst verzetshelden.

Prototype

Radio: Thema-uitzending Spraakmakers

Wanneer je programma's als *Radio Kunststof*, *Spraakmakers – De Mediacast*, *Nieuwsuur* en *Buitenhof* naast elkaar legt, zie je dat ze ondanks hun uiteenlopende formats een gedeelde kern hebben: ze zijn opgebouwd vanuit een duidelijke structuur waarin de mens achter het verhaal centraal staat. Deze benadering zorgt ervoor dat de inhoud niet alleen informatief is, maar ook invoelbaar en herkenbaar. In alle formats is er ruimte voor ondersteunende fragmenten en bronnen, zoals citaten, audiofragmenten of archiefbeelden, die het verhaal verdiepen en visueel of auditief versterken.

Wat deze programma's verder verbindt, is hun gespreksvorm: open, reflectief en gericht op wederhoor. Er is ruimte voor nuance en het toelichten van verschillende perspectieven, vaak via interviews, panelgesprekken of gezamenlijke reflecties. De toon blijft toegankelijk, zonder aan inhoud te verliezen. Door het gebruik van humor, kwetsbaarheid en herkenbare contexten worden ook complexe onderwerpen begrijpelijk gemaakt voor een breed publiek. Deze aanpak sluit aan bij een journalistieke en culturele praktijk waarin betrokkenheid, verdieping en menselijkheid centraal staan.

Programma	Doelstelling	Opbouw	Duur uitzending	Toon	Inhoudelijke focus	Type gasten	Gebruik van bronnen	Persoonlijke insteek
Radio Kunststof	Persoonlijk portret van een culturele gast	Introductie – Interview – Fragment – Afsluiting	± 60 minuten	Open, informeel, reflectief	Kunst, cultuur, persoonlijke drijfveren	Makers, kunstenaar, schrijvers	Fragmenten uit werk, citaten	Centraal in het gesprek
Spraakmakers – De Mediacast	Mediareflectie en actualiteit met betrokkenheid	Opening – Persoonlijke link – Reportage – Gesprek – Nabespreking	± 20–25 minuten (Mediaforum)	Luchtig, actueel, betrokken	Media, journalistiek, maatschappelijke impact	Journalisten, spraakmakers, media-experts	Reportages, verbonden mediafragmenten, reacties	Verbonden spraakmaker
Nieuwsuur	Nieuwsduiding en achtergrond bij actuele thema's	Opening – Item 1/2/3 – Studio-interview – Afsluiting	± 30 minuten	Neutraal, feitelijk, analytisch	Politiek, economie, internationaal nieuws	Experts, analisten, betrokkene	Archiefbeelden, interviews, kaarten	Ondersteunend via reportage of interview

Buitenhof	Politieke en maatschappelijke verdieping – Reflectie – Afsluiting	Opening ± 45 minuten interview	Kritisch, intellectueel, beschouwend	Publiek debat, politiek, filosofie	Politici, denkers, wetenschappers	Citaten, fragmenten, historische context	Minder persoonlijk, meer inhoudelijk
------------------	---	--------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------	-----------------------------------	--	--------------------------------------

Research

Vanaf de volgende pagina worden de uitzendingen van de genoemde programma's verder toegelicht. Opgedeeld per item wat behandeld wordt. Zo is inzichtelijk geworden hoe een spraakmaker is opgebouwd.

Overzicht per uitzending;

Radio Kunststof

Formatintroductie:

Radio Kunststof is een programma dat de tijd neemt. De gesprekken zijn persoonlijk, verdiepend en draaien om de mens achter het werk. Makers, denkers en kunstenaars worden niet alleen geïnterviewd, maar echt bevraagd op hun drijfveren, twijfels en inspiratie. De toon is open, informeel en inhoudelijk sterk — met ruimte voor kwetsbaarheid en humor.

Tijdslijn & behandeling:

- **Introductie (00:00–02:00)**

Presentator introduceert gast

Waarom is hij/zij relevant? → luchtig

Persoonlijke anekdote of actualiteit → grappig of kwetsbaar

- **Diepgaand interview (02:00–52:00)**

Gesprek over werk, leven en visie, inspiratie en levensloop → reflectief

Creatieve processen → informatief

Maatschappelijke betrokkenheid → inhoudelijk

Humor en onverwachte wendingen → luchtig/grappig

- **Fragmenten of citaten (optioneel)**

Audiofragmenten of citaten uit werk → verdiepend

Reactie van gast → persoonlijk

- **Afsluiting (52:00–57:00)**

Samenvatting en vooruitblik

Opvallend moment → reflectief

Persoonlijke boodschap → kwetsbaar

Volgende uitzending → informatief

Spraakmakers – De Mediacast

Formatintroductie:

Spraakmakers is een dynamisch en actueel programma waarin media en maatschappij elkaar raken. De mediacast is het reflectieve hart van de uitzending, waarin journalisten en gasten samen duiden wat er speelt. De toon is luchtig, maar scherp — met ruimte voor wederhoor, nuance en betrokkenheid.

Tijdslijn & behandeling:

- **Opening (00:00–00:45)**

Introductie onderwerp en gasten

Thema van de dag → informatief

Gasten en bronnen → luchtig

- **Persoonlijke verbinding (00:45–02:00)**

Vraag/antwoord over betrokkenheid

Persoonlijke ervaring → kwetsbaar

Relevantie voor gast → expertise

- **Aanleiding (02:00–03:00)**

Reportagefragment

Snippers uit nieuws → informatief

Reactie van gast → luchtig

- **Informatie(f) (03:00–05:15)**

Uitleg en duiding

Wat speelt er? → inhoudelijk

Gespreksvorm → luchtig

- **Gespreksvorm (05:15–13:40)**

Wederhoor en discussie

Verschillende perspectieven → reflectief

Humor en interactie → luchtig/grappig

- **Stukje reportage (13:40–14:00)**

Herhaling actualiteit

Samenvatting → informatief

- **Bredere context (14:00–17:00)**

Nabespreking

Historische of maatschappelijke duiding → inhoudelijk

- **Algemene inhoud (17:00–22:00)**

Gesprek met alle bronnen

Reflectie en afronding → luchtig/informatief

Nieuwsuur

Formatinformatie:

Nieuwsuur is strak, feitelijk en betrouwbaar. Het programma biedt achtergrond bij het nieuws, met ruimte voor analyse en verdieping. De toon is neutraal, maar nooit afstandelijk. Door reportages, studio-interviews en visuele context ontstaat een helder beeld van wat er speelt — lokaal, nationaal en internationaal.

Tijdslijn & behandeling:

- **Opening (00:00–01:30)**

Presentator introduceert uitzending

Thema's van de dag → informatief

Neutrale toon → feitelijk

- **Item 1 (01:30–12:00)**

Reportage en studio-interview

Archiefbeelden → informatief

Interview expert → inhoudelijk

Archiefmateriaal → visueel/feitelijk

- **Item 2 (12:00–20:00)**

Reportage en reacties

Fragmenten → luchtig

Reacties van betrokkenen → reflectief

Gesprek → inhoudelijk

- **Item 3 (20:00–28:00)**

Interview en duiding

Archiefbeelden → informatief

Gesprek met expert → inhoudelijk

Internationale context → reflectief

- **Afsluiting (28:00–30:00)**

Samenvatting en vooruitblik

Belangrijkste inzichten → informatief

Volgende uitzending → luchtig

Buitenhof

Formatintroductie:

Buitenhof is het podium voor het publieke debat. Hier schuiven denkers, politici en experts aan voor gesprekken die ertoe doen. De toon is kritisch, maar respectvol. Er is ruimte voor visie, analyse en verantwoordelijkheid — met aandacht voor de grotere lijnen achter de actualiteit.

Tijdslijn & behandeling:

- **Opening (00:00–01:00)**

Presentator introduceert gast en thema

Gast en onderwerp → informatief

Politieke context → inhoudelijk

- **Onderwerpcontext (01:00–10:00)**

Gesprek over maatschappelijke onrust

Analyse van rollen → inhoudelijk

Reflectie op debat → kritisch

- **Toelichting onderwerp (10:00–20:00)**

Gast licht visie toe

Campagne en beleid → informatief

Persoonlijke motivatie → reflectief

- **Bredere context (20:00–30:00)**

Discussie over migratie en bestuur

Bestuurlijke samenwerking → inhoudelijk

Menselijke maat → reflectief

- **Reflectie op onderwerp (30:00–40:00)**

Analyse van politieke cultuur

Media en framing → kritisch

Democratische waarden → inhoudelijk

- **Afsluiting (40:00–45:00)**

Samenvatting en slotwoorden

Oproep tot samenwerking → reflectief

Vooruitblik verkiezingen → informatief

Programma inhoud;

Als suggestie voor een spraakmaker voor het themajaar rondom het koloniaal verleden is een opzet gegeven hoe een spraakmaker voor streekomroep West-Friesland tot stand kan worden gebracht.

Lokale gebeurtenis als aanleiding

Tijdens de Maand van de Geschiedenis organiseert het West-Fries Archief interactieve rondleidingen over de Zuiderzeesteunwet. Deze activiteit biedt een laagdrempelige ingang tot het koloniale verleden en verbindt lokale erfgoedstukken aan persoonlijke verhalen.

Straatinterview op kleinschalig evenement

Tijdens de Open Dag van het West-Fries Archief op 25 oktober 2025 kunnen straatinterviews worden gehouden met bezoekers. Vragen kunnen gericht zijn op persoonlijke herinneringen, familiegeschiedenis en het belang van herdenken. Hierdoor is de omroep zichtbaar aanwezig met verslaggevers.

Opzet voor straatinterview

Doel: Persoonlijke verhalen ophalen, herkenning creëren, en het onderwerp toegankelijk maken.

Invalshoek: *“Wat weet jij van het koloniale verleden van West-Friesland?”*

Vragen aan voorbijgangers:

“Wist u dat er Friese militairen zijn omgekomen in Nederlands-Indië?”

“Heeft uw familie een link met het koloniale verleden?”

“Wat betekent herdenken voor u persoonlijk?”

“Hoe kunnen we deze geschiedenis op een positieve manier doorgeven aan jongeren?”

Menselijke insteek en positieve toon

Interview met een lokale familie die betrokken is bij de herdenking of archiefonderzoek.

Voorstel voor een lokaal evenement met live-opname

Locatie: West-Fries Archief, Hoorn

Moment: Tijdens de Maand van de Geschiedenis (oktober), bijvoorbeeld op 7 oktober tijdens een rondleiding over de Zuiderzeesteunwet.

Opzet: De omroep is zichtbaar aanwezig met een mobiele studio en verslaggevers met plopap voor straatinterviews.

Programmaopzet;

Hieronder vind je een voorbeeldscript voor een spraakmaker-uitzending over het koloniale verleden van West-Friesland, gebaseerd op de overeenkomsten tussen Radio Kunststof, Spraakmakers – De Mediacast, Nieuwsuur en Buitenhof.

Spraakmaker-uitzending: Het Koloniale Verleden van West-Friesland

Tijdslijn	Behandeling	Suggestie voor bron/expert of persoonlijke bijdrage
Opening (00:00–01:00)	Introductie thema & spraakmaker - Herdenking in West-Friesland → informatief - Persoonlijke link → kwetsbaar - Maand van de Geschiedenis → luchtig	Lokale historicus of persoonlijke anekdote over eerste kennismaking met herdenken
Persoonlijk verhaal (01:00–04:00)	Familiegeschiedenis via archiefonderzoek - VOC-verleden → reflectief - Emotionele impact → kwetsbaar - Verbinding generaties → inhoudelijk	Interview met archivaris of persoonlijke foto/brief uit familiearchief
Reportagefragment (04:00–06:00)	Rondleiding in West-Fries Archief - Archiefstukken → informatief - Bezoekersreacties → luchtig - Historische duiding → inhoudelijk	Fragment uit archiefstuk of toelichting van gids
Panelgesprek (06:00–15:00)	Gesprek met historicus, jongere, museumdirecteur - Herdenken → reflectief - Identiteit & erfgoed → luchtig - Migratiegeschiedenis → inhoudelijk	Dr. Karwan Fatah-Black of lokale jongere met migratieachtergrond
Straatinterview (15:00–17:00)	Voxpop op Open Dag - Koloniaal verleden → informatief - Spontane reacties → luchtig - Herkenbare verhalen → kwetsbaar	Eigen reactie of observatie tijdens Open Dag

Bredere context (17:00–20:00)	Reflectie op migratie & identiteit - Indische roots → inhoudelijk - Vrijheid & veerkracht → reflectief - Herdenken verbindt → luchtig	Stichting Indisch Erfgoed of familieverhaal uit West-Friesland
Afsluiting (20:00– 22:00)	Samenvatting & oproep tot dialoog - Inzichten → informatief - Persoonlijke boodschap → kwetsbaar - Volgende uitzending → luchtig	Eigen reflectie of citaat van gast uit uitzending

Verantwoording van het format

Het gekozen format sluit aan bij de voorkeuren van de doelgroep 50+. Uit onderzoek blijkt dat NPO Radio 1, waar Spraakmakers en Kunststof worden uitgezonden, voor ruim 80% wordt beluisterd door mensen van 50 jaar en ouder. Buitenhof en Nieuwsuur trekken eveneens een ouder publiek, met gemiddeld 380.000 kijkers per aflevering in deze leeftijdsgroep. Deze formats bieden rust, reflectie en inhoud — precies wat deze doelgroep waardeert. Door het koloniale verleden te koppelen aan lokale verhalen en kleinschalige evenementen, ontstaat herkenning en betrokkenheid. De menselijke insteek maakt het onderwerp invoelbaar, zonder het te verzwaren

Prototype

Carrouselpost

Als onderdeel van de prototype fase heb ik een carrouselpost ontworpen. Hierbij heb ik rekeningen gehouden met het stijlboek van SWF en de opgedane research. Aan de hand van de research heb ik de volgende handleiding door AI – Microsoft copilot laten schrijven;

“Maak een 'how to' / 'do it yourself' handleiding voor een carrouselpost aan de hand van de volgende informatie;”

Carrouselpost moeten kort en informatief zijn. Een goed voorbeeld zijn de accounts van @nws.nws.nws en @nrcnl, die dit format op verschillende manieren inzetten.

Nws.nws.nws: Hier functioneren Carrouselpost als zelfstandige nieuwsberichten. In zes dia's ondersteund door infographics, foto's en korte teksten wordt een onderwerp uitgelegd. De opbouw: een pakkende kop, een aanleiding, en daarna de kern van het nieuws. De teksten zijn zo compact mogelijk geformuleerd: vaak niet meer dan drie zinnen per dia. Er wordt niet actief verwezen naar verdiepende artikelen of andere producties.

NRC: Bij NRC hebben Carrouselpost een andere functie. Ze zijn opgebouwd uit korte fragmenten of citaten uit de artikelen van de krant en dienen vooral als promotie van die verhalen. Ook hier worden meestal zes dia's gebruikt. De post bevatten informatieve zinnen of quotes, en verwijzen via de link in bio naar het volledige stuk. Hierdoor creëren de post nieuwsgierigheid bij de lezer.

Doel voor de streekomroep

De Carrousselpost die wij als voorstellen aan de streekomroep sluiten qua informatiedichtheid meer aan bij de stijl van Nws.nws.nws, maar krijgen daarnaast de call to action functie die NRC toepast: ze informeren én stimuleren de lezer om verder te gaan naar de volledige productie.

Verhaal Instagram

De podcast kan ook gepusht worden op de sociale mediakanalen. Aan de hand van korte audiofragmenten in het verhaal te delen, met direct een link erbij worden mensen gemotiveerd de podcast te beluisteren. Dit hoeft niet alleen voor podcast te zijn, dit kan voor delen van radioprogramma's gebruikt worden. Een bekend podcast platform is Podimo, hiervan een voorbeeld:

Hier is een duidelijke en praktische **'How to' / DIY-handleiding** voor het maken van een **carrousselpost** op Instagram, gebaseerd op jouw input en afgestemd op de stijl en doelen van een streekomroep:

DIY Handleiding: Carrousselpost maken voor Instagram

Doel van de carrousselpost

- **Informeren** (zoals @nws.nws.nws)
- **Activeren** (zoals @nrcnl)
- **Verwijzen naar het persoonlijke verhaal of de volledige productie**

1. **Vorbereiding: Bepaal de inhoud**

- **Kies een persoonlijk verhaal** of thema dat centraal staat.
- **Bepaal de kernboodschap:** Wat moet de kijker onthouden of doen?
- **Splits de inhoud op in 6 korte dia's:**
 1. **Pakkende kop** (trigger)
 2. **Aanleiding** (waarom is dit relevant?) 3-5. **Kerninformatie** (compact, max. 3 zinnen per dia)
 3. **Call to action** (bijv. "Luister de podcast via de link in bio")

2. **Visueel ontwerp**

- **Afbeelding met tekst:** Gebruik een sterke Visual als achtergrond, met goed leesbare tekst erboven.
- **Lettertype:** Kies een **duidelijk, modern lettertype** (zoals Montserrat, Inter of Helvetica Neue).
- **Kleurgebruik:** Zorg voor contrast tussen tekst en achtergrond. Gebruik de huisstijlkleuren van de omroep.
- **Consistentie:** Houd de stijl gelijk over alle dia's.

3. **Extra content: Schermopname of audiofragment**

- Voeg een **schermopname** toe van bijvoorbeeld een fragment uit de podcast of een scroll door het artikel.
- Of gebruik een **kort audiofragment** in een Instagram Story met een link naar de volledige productie (zoals op Podimo).
- Voeg ondertiteling toe voor toegankelijkheid.

4. **Plaatsen op Instagram**

- Upload de 6 dia's als carrousselpost.
- Voeg een **korte caption** toe met context en herhaal de **call to action**.
- Gebruik relevante **hashtags** en tag eventueel betrokken personen of organisaties.

• Zet de link naar de volledige productie in de bio (of gebruik een link-in-bio tool zoals Linktree).
5. 🧠 Denk aan de doelgroep • 0-25 jaar: visueel sterk, snel te scannen, eventueel met humor of popcultuurreferenties. • 25-50 jaar: informatief, actueel, met duidelijke verwijzing naar verdieping. • 50+: verwijs via andere kanalen (radio, documentaire) naar het verhaal, maar sluit ze niet uit van sociale media.
🔗 Bonus: Verbind je producties • Laat de carrouselpost verwijzen naar een podcast, artikel of uitzending. • Gebruik dezelfde tone of voice en visuele stijl in alle uitingen. • Zo ontstaat een netwerk van producties die elkaar versterken.
<i>Wil je dat ik een voorbeeldcarrousel voor je ontwerp (visueel of tekstueel)? Of een template in Canva of PowerPoint? Laat het me weten!</i>

Gegeven prompts aan Microsoft Copilot om afbeeldingen te maken voor de carrouselpost;

Maak een portretfoto van een jongvolwassenen met een intergenerationeel trauma Maak een afbeelding van een jongen met een bi-culturele afkomst. Zowel Nederlands als Indonesisch. Laat hem bedroefd uit het raam kijken. De leeftijd van de jongen is 25. Maak de afbeelding nog een keer, maar dan in een setting buiten. In een oude havenstad zoals Enkhuizen

Mijn opa kwam uit Java en is in de jaren 50 naar Nederland verhuisd. Hij was militair. Als kind begreep ik niet waarom hij nooit sprak over zijn jeugd en waarom het stil werd tijdens het avondeten als mijn ouders er over begonnen. Niet meegemaakt, wel de problemen “Ik ervaar nog steeds klachten in het dagelijks leven. Iets wat ik niet zelf heb meegemaakt, maar waarvan ik wel de spanning voel vanuit mijn familiegeschiedenis” Maak op basis van deze achtergrondinformatie een portretfoto van een jongen met een Indonesische/Nederlandse afkomst. Laat de achtergrond lijken op de oude haven van Enkhuizen. Het thema is koloniaal verleden en intergenerationeel trauma. Ik wil een afbeelding waarop de jongvolwassene van 25 volledig is te zien. De achtergrond mag positieve elementen bevatten. De jonge zelf kan er somber of ingetogen uitzien

Goede opzet voor een eerste afbeelding. Laat de jongvolwassene iets optimistischer kijken. Ook wil ik dat de jongen gedraaid staat, maar zijn gezicht wel zichtbaar is. Hij hoeft niet sip te kijken, maar heeft wel een emotie op zijn gezicht. De achtergrond mag zonniger en kleurrijker, alsof het zomer is.

Maak nog een afbeelding van de jongvolwassene. Nu is hij binnen aan tafel. Aan de muur hangt een foto of schilderij die betrekking heeft tot het koloniaal verleden op Java. De jonge is aan het eten met zijn ouders. Ook Nederlands en Indonesische afkomst.

Maak een vergelijkbare afbeelding zoals gegeven. Maar dan als familiefoto met de jonge van 25. Zijn vader en zijn oma.

M365 Copilot

— □ ×

✓

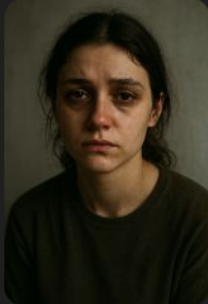
📄 ▼ ...

Woensdag

Maak een portret foto van een jongvolwassenen met een intergenerationeel trauma

 Copilot ⓘ

Hier is een portretfoto van een jongvolwassene die een intergenerationeel trauma draagt. Laat me weten als je specifieke emoties, setting, kledingstijl of culturele achtergrond wilt toevoegen of aanpassen.



Maak een afbeelding van een jongen met een biculturele afkomst. Zowel nederlands als indonesisch. Laat hem bedroefd uit het raam kijken. De leeftijd van de jongen is 25.

 Copilot ⓘ

🔗

Copilot een bericht sturen

+

🎤

➔

Door AI gegenereerde inhoud is mogelijk onjuist

M365 Copilot



Maak een vergelijkbare afbeelding zoals gegeven. Maar dan als familie foto met de jonge van 25. Zijn vader en zijn oma

 Copilot ⓘ

Hier is de gegenereerde familieportret-afbeelding: een jongvolwassene van 25 jaar samen met zijn vader en oma, zittend in een huiselijke setting. De sfeer is warm en intiem, met subtiele verwijzingen naar het koloniale verleden op Java — bijvoorbeeld via een schilderij aan de muur. Laat me weten of je nog iets wilt aanpassen, zoals kledingstijl, gezichtsuitdrukkingen, of de inrichting van de ruimte.







Copilot een bericht sturen

+





Door AI gegenereerde inhoud is mogelijk onjuist

Prototype uitwerking



Intergenerationeel trauma

Pijn die niet stopt bij één generatie

Lees verder



Trauma;

Gedrag wat overblijft na een **nare ervaring**



Gevoel dat na een erge situatie achterblijft

Uiting in gedrag en **handelen**



Inter-Tussen

Generationeel

Familie lagen

-  **Grootouders (groep 1)**
Hebben de pijn mee gemaakt
-  **Ouders (Generatie 2)**
Hun kinderen voelden nog steeds angst en spanning in het gezin.
-  **Kinderen (Generatie 3)**
Hun kinderen voelden nog steeds angst en spanning in het gezin.

Niet mee gemaakt, wel de problemen



"Ik ervaar nog steeds klachten in het dagelijks leven. Iets wat ik niet zelf heb mee gemaakt, maar waarvan ik wel de spanning voel vanuit mijn familiegeschiedenis"

Mijn opa kwam uit Java en is in de jaren 50 naar Nederland verhuisd. Hij was **militair**.

Als kind begreep ik niet waarom hij nooit sprak over zijn jeugd en waarom het **stil** werd tijdens het avondeten als mijn ouders er over begonnen.



Door de stilte aan tafel, heb ik nooit echt open durven zijn over mijn bi-culturele afkomst

Door er open over te zijn en er over te praten heb ik geleerd dat het verleden niet verdwijnt, maar wel draaglijker wordt.

Ik hoef het niet alleen te dragen. In het delen ontstaat ruimte voor begrip, verbinding en heling.



Voorbereiding testfase focusgroep

Om de Carrousselpost te testen is het contact op genomen met het Copernicus Atlascollege. Hierbij heb ik in het mentoruur van Antoon Vreeker 24 studenten met een gemengde afkomst feedbackformulieren laten invullen. Tijdens het invullen heb ik de prototypes laten zien aan de hand van een presentatie.

Voorbereiding testgroep

Invulbare feedbackformulieren
Prototype Evaluatieformulier
Algemene Indruk
Wat is je eerste indruk?

Wat valt je direct op?

Wat vind je goed aan dit prototype?

Zou dit ervoor zorgen dat je naar de website van de streekoproep gaat?
☐ ja ☐ nee
Wat vind je saai of wat kan beter?

Spreken de kleuren aan?

Is de taal duidelijk en begrijpelijk?
☐ ja ☐ nee
Wat vind je van de toon?

Zou je verder kijken/luisteren/lezen?
☐ ja ☐ nee
9b. Waarom wel of niet?

Wanneer zou je afhaken?

Instagram carrousel post
Wat vind je van het ontwerp en de kleuren?

☐ Goede ontwerp ☐ Kan Beter ☐ Het interesseert mij niet
Is de tekst goed leesbaar?
☐ ja ☐ nee
Is de hoeveelheid tekst per slide goed?
☐ ja ☐ nee, wat zou je anders aan de tekst willen zien; _____
Zou je doorklikken naar het artikel?
☐ ja ☐ nee
4b. of verder swipen?
☐ ja ☐ nee
4c. Leg uit;

Wat maakt dat je zou stoppen met swipen?

Wat kan beter aan de visuals of tekst?

Wat vind je van de aantal slides?

☐ 6 is goed ☐ Minder zou fijn zijn ☐ Ik zou er meer willen

Video/ Explainer

Wat is je eerste indruk van de video?

☐ Goede video ☐ Kan Beter ☐ Niet onder de indruk

Hoe lang mag de video zijn?

☐ 00:00 – 01:00 ☐ 00:00 – 02:00 ☐ 02:00 – 05:00

Is het tempo goed te volgen?

☐ ja ☐ nee, wat kan er beter? _____

Moet er een presentator in beeld of niet?

☐ ja ☐ nee

Wat vind je van de visuals en kleuren?

Is de boodschap duidelijk?

☐ ja ☐ nee, Wat is de boodschap; _____

Wat kan er beter?

Op welk platform zou je deze video willen zien?

[_____] – [_____] – [_____]

Algemene Evaluatie

Welke van alle prototypes sprak je het meest aan? Waarom?

Welke het minst? Waarom?

Wat is volgens jou de belangrijkste verbetering?

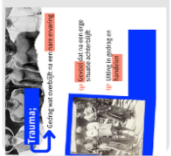
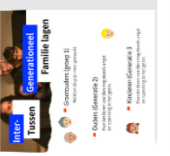
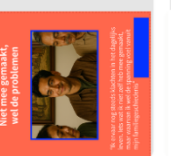
Bij welke productie word je gemotiveerd verder te gaan zoeken naar een 'link in bio' of artikel/podcast?

☐ Allebei ☐ Allebei niet ☐ Carrouselpost ☐ Video

Heb je nog iets toe te voegen?

Leeftijd en woonplaats;

[_____] jaar [_____]

Eerste indruk?	Wat vinden jullie goed?	Verbeterpunten	Wat spreekt aan?	Waar gaat het over?	Zou je meer te weten willen komen?
 Intergenerationeel trauma Pijn die niet stopt bij één generatie					
 Trauma Wat is trauma? Het is een ervaring die een diepe indruk op je maakt en die je leven kan veranderen.					
 Tussen Generaties Familie lagen					
 Nieuw gemaakt Wat de problemen					
 Deel de pijn Wat is de pijn?					
 Deel de pijn Wat is de pijn?					

Test

Prototype Evaluatieformulier

Algemene Indruk

1. Wat is je eerste indruk?

Pakkend (1

Ai (4

Ziet er niet vrolijke uit (4

Moeilijk woord (4

Pakkende tekst (2

Instagram post (1

Wekt nieuwsgierigheid (4

Positief (4

Goede uitleg (2

Kleur blauw (1

Professionele uitstraling (1

Kan interessant zijn (1

2. Wat valt je direct op?

Afbeeldingen (5

Deprimerende tekst (3

Wordt niet serieus genomen door de ai afbeelding (5

Blauwe kleuren (2

Tekst (1

AI-afbeelding (4

Informatie (1

Duidelijk taalgebruik (2

Niet leesbaar (1

De blauwe tekst (1

Het woord trauma (1

Modern (1

3. Wat vind je goed aan dit prototype?

Duidelijk en direct (6)

Tekst en afbeeldingen (6)

Activerende manier gebracht (

Uitleg en markeringen (5)

Oogt professioneel (1

Goede opbouw (1

Kleur en opmaak (1

4. Zou dit ervoor zorgen dat je naar de website van de streekoproep gaat?

☐ ja (6

☐ nee (20

5. Wat vind je saai of wat kan beter?

Tekst in kleur (4

Beetje blanda (1

Geen interesse voor het onderwerp (2

De opening/eerste afbeelding spreekt niet aan (3

Tekst vergroten (2

Gebruik van echte afbeeldingen (2

Te veel tekst (3

Te veel slides (1

Het is te droge tekst (2

Kleur markering lichter maken (4

6. Spreken de kleuren aan?

Ja (15

Nee (9

7. Is de taal duidelijk en begrijpelijk?

☐ ja (23

☐ nee (1

8. Wat vind je van de toon?

Mooi/goed/ professioneel (15

Niet bijzonder (1

Moeilijke woorden (1

Meer humor toevoegen (1

Te veel ai (

Tussen volwassen en kinderlijk in (1

9. Zou je verder kijken/luisteren/lezen?

☐ ja (10

Informatie is duidelijk (3

Interesse is gewekt om door te lezen (2

Interesse is gewekt om meer te luisteren (1

Het is pakkend (3

Onderwerp afhankelijk (1

Niet alles staat op Instagram (1

☐ nee (14

Hou niet van lezen (

Geen boeiend onderwerp (5

Nieuwsontwikkend gedrag (3

Door de AI (2

Saaï/wekt geen interesse (2

10. Wanneer zou je afhaken?

Onderwerp te negatief (1

Wanneer het te langdradig wordt (2

Toen ik AI zag (4

Na de eerste slide (2

Bij nog meer tekst (2

Bij te weinig beeld (

Bij laatste 3 slides (2

Bij het onderwerp (5

Door de tekst (1

Als ik voldoende geïnformeerd ben (

Bij de eerste slide (3

Niet (1

Instagram carrouselpost

1. Wat vind je van het ontwerp en de kleuren?

Onderwerp 'me' (1

Kleur = meer blauw (1

Beter kleurgebruik lichter (5

Te standaard/ saai (1

Te donkere markeringen (2

Rood en blauw werkt niet (1

Prima ontwerp (2

Simpel (1

☐ Goede ontwerp (8

☐ Kan Beter (12

☐ Het interesseert mij niet (1

2. Is de tekst goed leesbaar?

☐ ja (16

☐ nee (9

☐ Soms niet bij de gekleurde teksten (4

3. Is de hoeveelheid tekst per slide goed?

☐ ja (17

☐ nee, (7

Wat zou je anders aan de tekst willen zien;

Korte teksten/ tekst was te lang (7

Dezelfde lengte (1

Meer tekst (1

4. Zou je doorklikken naar het artikel?

☐ ja (8

☐ nee (16

☐ moment afhankelijk (

4b. of verder swipen?

☐ ja (15

☐ nee (9

4c. Leg uit;

Lijkt me niet interessant (7

Interesse wordt gewekt (5

Duidelijke weergave (1

Nieuwsontwikkend gedrag (1

Zit niet op sociale media (2

Alle informatie wordt gegeven (1

Naar de site gaan is te veel moeite (1

Te veel tekst (2

Het is snel en compact (1

5. Wat maakt dat je zou stoppen met swipen?

Ai gebruik (3

Geen interesse (4

Te lui (1

Lege telefoon (1

Te weinig beeld (1

Titel (1

De informatie (2

Openingslide niet pakkend (2

Onderwerp (2

Onderwerp is al bekend (1

6. Wat kan beter aan de visuals of tekst?

Teksten zonder kleur opmaak (3

Meer blauwe teksten (1

Geen ai (5

Ander kleur gebruik (1

Lichtere kleur (1

Kan speelser (1

Minder tekst (1

Beeldgebruik (2

Niks (9

7. Wat vind je van de aantal slides?

- ☐ 6 is goed (16)
- ☐ Minder zou fijn zijn (7)
- ☐ Ik zou er meer willen (1)

Video/ Expliceer

1. Wat is je eerste indruk van de video?

- SWF is beter (1)
 - Slecht hoorbaar (6)
 - Te veel informatie (3)
 - Stem intonatie is saai/kan beter (1)
 - Wil verder kijken (1)
 - Langdradig (1)
 - Geen ai gebruik (1)
 - Te lang (1)
 - Uitleg is goed (1)
 - Haak snel af (1)
 - Netjes (1)
 - Goed onderwerp (1)
-

- ☐ Goede video (6)
- ☐ Kan Beter (13)
- ☐ Niet onder de indruk (3)

2. Hoe lang mag de video zijn?

- ☐ 00:00 – 01:00 (14)
- ☐ 00:00 – 02:00 (10)
- ☐ 02:00 – 05:00 (1)

3. Is het tempo goed te volgen?

☐ ja (21

☐ nee (4

Wat kan er beter?

Saai (1

Emotieloos (1

Langzamer tempo is gewenst (1

Duidelijker articuleren (1

Sneller praten (1

4. Moet er een presentator in beeld of niet?

☐ ja (11

☐ nee (14

5. Wat vind je van de visuals en kleuren?

Prima (7

Spraakbericht onduidelijk (2

Onrustig- gaat alle kanten op (1

Saai (2

Weinig kleur past goed (1

Maakt niet uit (1

Beeld/archief/statistiek gebruik kan beter (2

Brol is goed (1

Te snel gepraat (1

Geluidskwaliteit (2

Meer beweging van de presentator (2

6. Is de boodschap duidelijk?

☐ ja (17

☐ nee, (7

Wat is de boodschap;

Mensen hebben last van trauma's van andere generaties (3

Oorlog Indonesië (

Discriminatie (2

Buitenlanders krijgen geen gelijke kansen (

7. Wat kan er beter?

Veel info wat niet nuttig was (1

Ondertiteling toevoegen (1

Geluid (5

Enthousiasme (4

Minder langdradig (2

Alles (1

Langzamer tempo (2

Kortere uitleg (1

Pakkendere uitleg (1

Tabel (4

Andere stem (1

Minder moeilijke woorden (1

8. Op welk platform zou je deze video willen zien?

Instagram (14

YouTube (6

TikTok (12

Geen (1

Shorts (1

NOS-nieuws (1

Facebook (4

Snapchat (1

Twitter/x (1

Algemene Evaluatie

1. Welke van alle prototypes sprak je het meest aan? Waarom?

Video (5

Carrousel (10

Video van suf (4

2. Welke het minst? Waarom?

Carrouselpost

Gebruik ai (3

Mag vermakelijker zijn (1

Tekst in de slides (1

Kleur gebruik (1

Eigen video

Video (2

Slecht geluid (5

Eentonige stem (5

Visuals (2

Mag vermakelijker zijn (1

SWF

Informatie bleef niet hangen (1

Werd te snel gepraat (1

3. Wat is volgens jou de belangrijkste verbetering?

Maak de video aantrekkelijker (1

Gebruik geen AI (1

Nieuws was niet actueel (1

4. Bij welke productie word je gemotiveerd verder te gaan zoeken naar een 'link in bio' of artikel/podcast?

☐ Allebei (4

☐ Allebei niet (11

☐ Carrouselpost (6

☐ Video (5

5. Heb je nog iets toe te voegen?

Goed gedaan (1

Goed product, verder niet geïnteresseerd in het onderwerp (1

Maak geen gebruik van ai (1

Leeftijd

15 (4

16 (6

17 (9

18 (4

Woonplaats

Beets (1

De Goorn (2

Hoorn (9

Spierdijk (1

Wognum (1

Nibbixwoud (1

Spanbroek (1

Edam (1

Wervershoof (1

Avenhorn (1

Samengevat;

Voor het samenvatten van de gegevens is Copilot van Microsoft gebruikt.
Maak een inhoudsanalyse op basis van het geleverde document. Verwerk de informatie waar mogelijk in statistieken. Maar na iedere vraag een korte samenvatting van de belangrijkste punten. Achter ieder antwoord van een vraag staat '(' met daar achter een cijfer. Het cijfer geeft aan hoe vaak dit antwoord gegeven is. Behandel iedere categorie, bestaande uit; Algemene indruk; Instagram carrouselpost; Video/Explainer; Algemene Evaluatie, apart.
Hier is de inhoudsanalyse van het evaluatieformulier, opgesplitst per categorie met statistieken en een korte samenvatting van de belangrijkste bevindingen:

Algemene Indruk

Korte samenvatting: De algemene indruk is gemengd: de taal wordt als duidelijk ervaren (23x), maar AI-afbeeldingen en de visuele stijl roepen negatieve reacties op. De inhoud wekt nieuwsgierigheid, maar overtuigt niet om door te klikken naar de website (20x nee).

Meest genoemde antwoorden:

- Ja (taal duidelijk en begrijpelijk) — **23**
 - Positief — **4**
 - Moeilijk woord — **4**
 - Ziet er niet vrolijk uit — **4**
 - Wekt nieuwsgierigheid — **4**
 - AI-afbeelding wordt niet serieus genomen — **5**
 - Afbeeldingen vallen op — **5**
 - Duidelijk en direct — **6**
 - Tekst en afbeeldingen — **6**
 - Zou niet naar de website gaan — **20**
 - Ja, kleuren spreken aan — **15**
 - Nee, kleuren spreken niet aan — **9**
 - Mooie/Professionele toon — **15**
 - Zou niet verder lezen/kijken — **14**
-

Instagram Carrouselpost

Korte samenvatting: De carrouselpost scoort redelijk op ontwerp en leesbaarheid, maar roept kritiek op door AI-gebruik en te lange teksten. De meerderheid zou niet doorklikken naar het artikel (16x), maar wel verder swipen (15x).

Meest genoemde antwoorden:

- Kan beter (ontwerp) — **12**
 - Goede ontwerp — **8**
 - Tekst goed leesbaar — **16**
 - Soms niet leesbaar bij gekleurde tekst — **4**
 - Hoeveelheid tekst per slide goed — **17**
 - Te lange tekst — **7**
 - Zou niet doorklikken naar artikel — **16**
 - Zou verder swipen — **15**
 - Stoppen met swipen door geen interesse — **4**
 - Wat kan beter: geen AI — **5**
 - Aantal slides goed (6) — **16**
-

Video/ Expliceer

Korte samenvatting: De video wordt als te lang en slecht hoorbaar ervaren. Wel is het tempo goed te volgen (21x) en de boodschap meestal duidelijk (17x). Instagram en TikTok zijn de populairste platformen.

Meest genoemde antwoorden:

- Kan beter — **13**
 - Goede video — **6**
 - Slecht hoorbaar — **6**
 - Tempo goed te volgen — **21**
 - Video mag max 1 minuut duren — **14**
 - Boodschap duidelijk — **17**
 - Boodschap onduidelijk — **7**
 - Platform voorkeur: Instagram — **14**, TikTok — **12**
 - Wat kan beter: geluid — **5**, enthousiasme — **4**, tabel — **4**
-

Algemene Evaluatie

Korte samenvatting: De carrouselpost wordt het meest gewaardeerd, maar ook het minst als AI en tekstgebruik niet aanspreken. De video scoort laag door technische en inhoudelijke tekortkomingen. De meerderheid voelt zich niet gemotiveerd om verder te zoeken (11x).

Meest genoemde voorkeuren:

- Meest aansprekend: Carrousel — **10**, Video — **5**
- Minst aansprekend: Eigen video (slecht geluid/eentonige stem) — **5**
- Belangrijkste verbetering: Maak video aantrekkelijker, geen AI, actualiteit verbeteren — **1x elk**
- Motivatie om verder te zoeken: Allebei niet — **11**, Carrouselpost — **6**, Video — **5**

Prototype 2

Na de testfase van het prototype is de definitieve carrouselpost tot stand gekomen. Dit eindresultaat is een visuele update als productie waarin de feedback van gebruikers verwerkt is. Iedere aanpassing draagt bij aan een betere leesbaarheid, herkenbaarheid en functionaliteit van de post binnen het bredere cross mediale idee.

Een veelgehoorde opmerking betrof de blauwe tekstvakken: op het digibord bleken deze lastig leesbaar. Daarom is gekozen voor een lichtere achtergrondkleur die de tekst beter laat uitkomen, zonder de visuele identiteit van Streekomroep West-Friesland uit het oog te verliezen. Ook het lettertype is aangepast: het sluit nu volledig aan bij de huisstijl en is vergroot om de toegankelijkheid te verbeteren.

Om de herkenbaarheid van de streekomroep te versterken, zijn logo's toegevoegd die het karakter versterken. Daarnaast is het formaat van het eerste beeld aangepast van vierkant naar rechthoekig, conform de richtlijnen van Instagram. Deze wijziging vroeg om een herschikking van de tekst, waarbij ook de functie van de post bevorderd is. Door termen als 'uitgelegd' en 'het verhaal van...' toe te voegen, krijgt de gebruiker direct een indruk van het type content.

De feedback benadrukte ook de kracht van de tekeningen. Daarom is er bewust gekozen om meer schetsmatige en getekende afbeeldingen toe te voegen, die de emotionele lading en het persoonlijke karakter van de post versterken. Tegelijkertijd is het kleurgebruik aangepast: rood is prominenter aanwezig, terwijl blauw behouden blijft als visuele link naar de streekomroep.

Een ander punt van aandacht was het gebruik van AI in de afbeeldingen. De beelden zijn inderdaad AI-gegenereerd, met oog voor privacy en gebruiksrechten. Dit is een bewuste keuze geweest om ethisch en verantwoord te produceren. Het advies aan streekomroep West-Friesland is om AI gebruik nadrukkelijk te vermeiden.

Tot slot is op de laatste slide een verwijzing toegevoegd naar het bijbehorende artikel op de website. Hiermee wordt de brug geslagen tussen sociale media en longform content, en wordt de cross mediale aanpak inhoudelijk onderbouwd. Om de visuele consistentie te ontwerpen, zijn begeleidingslijnen toegevoegd die zorgen voor een uniforme positionering van logo's, tekst en beeld op elke slide.



Notities

03 september

 Aanwezig • Eva – Sociale media kanalen • Isa – Geschiedenis en verdiepende informatie • Eric – Redactiechef • Thomas – Contactpersoon, verdieping en onderzoek
 Doel van het Project Streekomroep West-Friesland wil een jaar lang publicaties uitbrengen over het koloniale verleden, met focus op de VOC en JP Coen. De insteek is feitelijk en verbindend, met ruimte voor debat en verdieping. De redactie werkt uitsluitend binnen West-Friesland.
 Belangrijke Organisaties & Partners • Meertens Instituut • Reinwardt Academy • Westfries Archief • Lokale subgroepen zoals de Molukse gemeenschap in de Kersenboogerd
 Onderzoek & Aanpak • Gebruik van Design Thinking: • <i>Ideate</i> • <i>Prototype</i> • <i>Testfase</i> • Onderzoeksmethode toepassen om het project goed voor te bereiden • Werkplek beschikbaar op de Pakhuisstraat • Inzicht verkrijgen in gedragingen en meningen van inwoners • Analyse van berichtgeving door de omroep (Thomas heeft hier inzicht in)
 Prototype & Eindproduct • Eindproduct = ideeën + prototype • Prototype moet testbaar zijn bij publiek • Naast script ook tastbaar product • Testpanel beschikbaar bij opdrachtgever • Eindresultaat: beperkte productie + plan van aanpak
 Vervolg vragen & Invalshoeken • Hoe is JP Coen gepositioneerd in het publieke debat? • Held of slachter van Banda? • Wie hanteert welke mening en hoe uit zich dat? • Waarom is het standbeeld van JP Coen opgericht in de 19e eeuw? • Versterking van nationale identiteit • Welke invalshoeken zijn mogelijk? • Veel vrijheid bij redactie • Historische context, lokale verhalen, educatieve formats • Voorbeeld: Pietendiscussie in Stede-Broec als lokale parallel
AI verantwoording; Hand geschreven notities zijn omgezet naar de bovenstaande tekst

 Aanwezig

Isa, Eric, Jo-anne, Anne, Annemarie, Josse

 Betrokken Onderwijsinstelling

Het Copernicus SG wordt betrokken bij het project. Leerlingen uit 4e en 5e klas havo/vwo (leeftijd: 15–17 jaar) kunnen bijdragen aan het onderzoek door doelgroeponderzoek te doen naar hun eigen leeftijdsgroep. Deze leerlingen komen uit heel West-Friesland en zorgen voor een breed bereik.

 Gemeente Hoorn

De gemeente Hoorn werkt mee aan het project en wil jongeren informeren via suggestieve filmpjes.

 Research Ideeën

- Op basis van betrouwbare bronnen zijn de drie historische VOC-steden in West-Friesland: Hoorn, Enkhuizen, Medemblik

Bron; Westfries Archief. (z.d.). De VOC. Geraadpleegd op 8 september 2025, van <https://www.westfriesarchief.nl/verhalen/de-voc/>

Onderzoek de reden waarom het standbeeld van JP Coen op de Roode Steen staat

- Wat is de 19e-eeuwse romantiek en wat staat daarin ter discussie?

 Interessante Subculturen & Onderwerpen

- Grootslagpolder

- Arbeidsmigranten

- Verschillende generaties

- Nu versus de 17e eeuw

- Ervaringen met erkenning van geschiedenis

Deze onderwerpen kunnen worden opgenomen in de jaarplanning, mits onderbouwd met research.

 Prototypes & Redactie

De redactie krijgt richting via prototypes. Dit is onderdeel van de opdracht. Mogelijke prototypes zijn explainers en podcasts.

Inhoud en research worden vergaard via het publiek. Almere is een goed voorbeeld van deze aanpak.

 Actie Ideeën & Suggesties

- Moet het prototype een naam en planning krijgen?

- Er wordt een beeldmerk ontwikkeld. Advies: zorg voor herkenbaarheid, eenvoud en aansluiting bij het onderwerp.

- Enquêtes uitzetten onder doelgroep en subculturen

 Jaarplanning

In de jaarplanning kan rekening gehouden worden met het balanceren tussen goed scoren en inhoudelijke verdieping.

Al verantwoording; Hand geschreven notities zijn omgezet naar de bovenstaande tekst

Notities Anne;

Aantekeningen gesprek 8 september 2025:

Waarom wil de ene hel van hoorn en de andere helft wil hem niet.

Waarom is hij omstreden?

Wanneer is Nederland een koninkrijk geworden

In de franse tijd 1815 is Nederland ontstaan

Waar gaat dit naartoe?

Wie is JP Coen? Romantiseren...

Het Romantiseren van het verleden

Waar staat dit symbool voor?

19e eeuwse romantiek. Hij kijkt op je neer, wat is het symbool

Duidelijk rechter flank gebied, mensen voelen zich achtergesteld

Poldergrootslag, heel arm gebied maar. Eigenlijk heel west Friesland.

Even kaart opzoeken van west Friesland van vroeger

Arbeidsmigranten, maar toch wil west Friesland ze niet. Maar de agrarische sector is super belangrijk. 8 maanden Teelen dus vier maanden gedoe met de arbeidsmigranten. Maar het stemgedrag leidt tot iets anders

Al deze verhalen doen ertoe en wat wij verwachten van het project is heel veel berichtgeving, die allemaal naar de gouden eeuw verwijzen en de vraag, hoe werkt west Friesland. Niet alleen de 17e eeuw maar ook over nu?

Hoe loopt de Molukse gemeenschap langs dat beeld, en wat voor pijn ervaren mensen als ze niet gehoord worden.

Kermis in Stedenbroek, zwarte pietten.

Stadwapen van Hoorn was brandmerk van vroeger.

Verwachten testbare prototypes, wij geven richting in de berichtgeving van de streekomroep.

Podcast over arbeidsmigranten in Venlo met een tasje.

Enquêtes, 1 Almere als voorbeeld

Jorik Simonides**

Het moet herkenbaarheid...



Notulen – Bespreking Focusgroepen & Doelgroepenonderzoek SWF

Datum:

(nog in te vullen)

Aanwezig:

Jasper, Anne-Marie, overige teamleden

1. Verantwoording keuze voor focusgroepen

- **Vraag van Jasper:** *Kunnen we verantwoorden waarom we voor focusgroepen zijn gegaan?*
- **Antwoord/Toelichting:**
 - Stichting Streekomroep West-Friesland (SWF) wil een **zo breed mogelijke doelgroep** bereiken.
 - Door middel van focusgroepen kunnen we **behoeftes en kennisniveaus** van verschillende doelgroepen in kaart brengen.
 - Dit helpt om het **gat in de markt** te ontdekken en een **gericht voorstel** te doen.

2. Doel en effectiviteit van focusgroepen

- **Toetsvraag:** *Wat heeft SWF aan ons focusgroepenonderzoek?*

- **Discussiepunten:**
 - Moeten we het doel herzien? Is het een **testgroep** of een **onderzoeksmiddel**?
 - Jasper vraagt zich af of deze methode het **doel daadwerkelijk bereikt**.
 - **Een-op-een interviews** leveren vaak **gerichtere en eerlijkere informatie** op dan groeps gesprekken.
 - Focusgroepen moeten een **middel zijn om informatie te verzamelen**, niet het einddoel.

3. Inhoudelijke verdieping en kennisniveau

- **Opmerking Anne-Marie:**
 - Mensen zijn vaak **open over bereik**, maar minder over **kennis van het onderwerp**.
- **Belang:**
 - Het **kennisniveau** van de doelgroep bepaalt de **inhoudelijke diepgang** van producties:
 - Hoog kennisniveau → verdiepende onderwerpen.
 - Laag kennisniveau → toegankelijke, laagdrempelige content.

4. Ondersteunende bronnen en bestaande onderzoeken

- **Vragen:**
 - Zijn er **bestaande onderzoeken** die we kunnen gebruiken?
 - Is er al een **doelgroepenonderzoek** gedaan door SWF?
 - Hoe bereiken we **ouderen** en mensen met een **bi-culturele achtergrond**?

5. Innovatie en advies richting SWF

- **Vraag:** *Hoe verantwoorden we dat we innovatief bezig zijn voor SWF?*
- **Advies:**
 - Denk na over **vormen van informatieverspreiding**:
 - Wat werkt op **sociale media**?
 - Wat past op de **website**?
 - Hoe zorgen we voor **traffic**?
 - **Advies mag ook negatief zijn**: als iets niet aanslaat, is dat ook waardevolle feedback.

6. Impact en betrokkenheid doelgroep

- **Vraag:** *Hoe zorg je ervoor dat het onderwerp gaat leven binnen een doelgroep?*
- **Doel:**
 - **Discussie aanwakken**, betrokkenheid creëren.
 - In het **codeboek** opnemen hoe focusgroepen bijdragen aan dit doel.

7. Advies Jasper: interviews als alternatief

- **Overweging:**
 - Maak de **omslag van focusgroepen naar interviews** als dat meer informatie oplevert.

Agendapunten voor vervolg

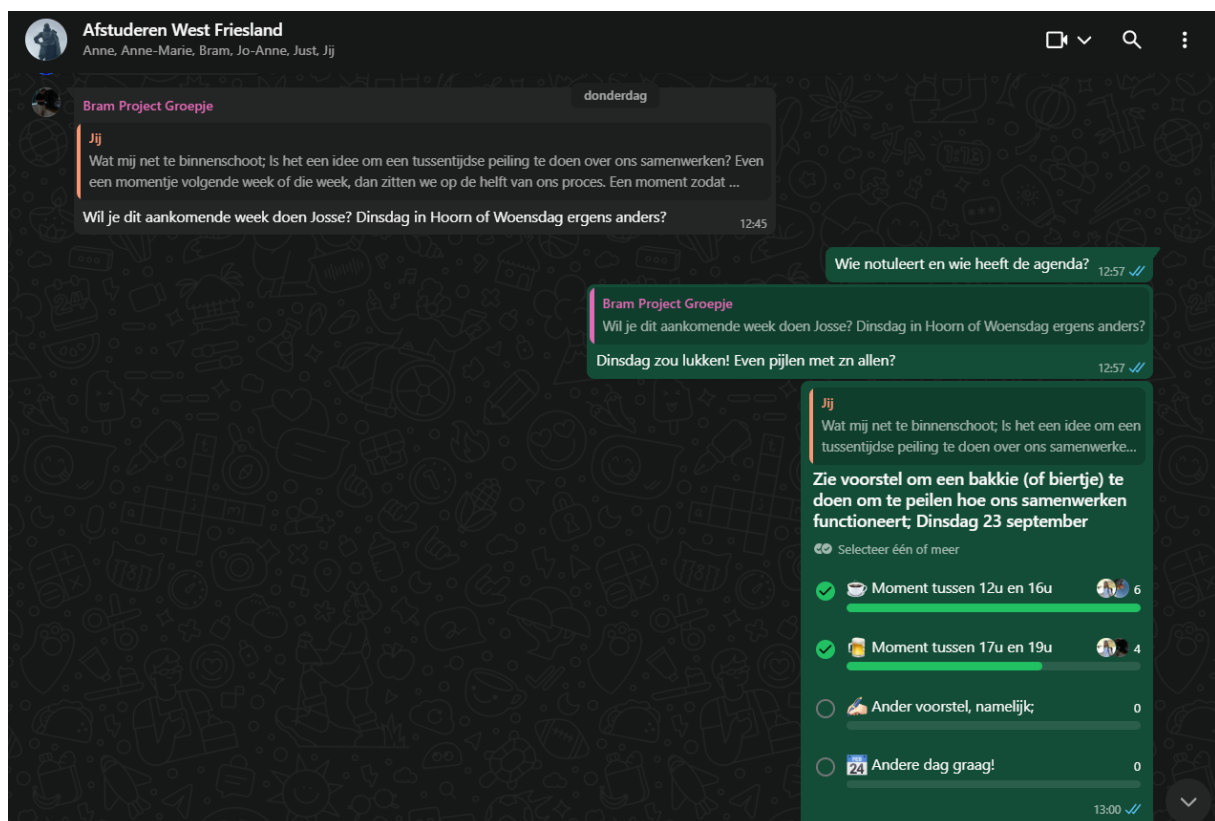
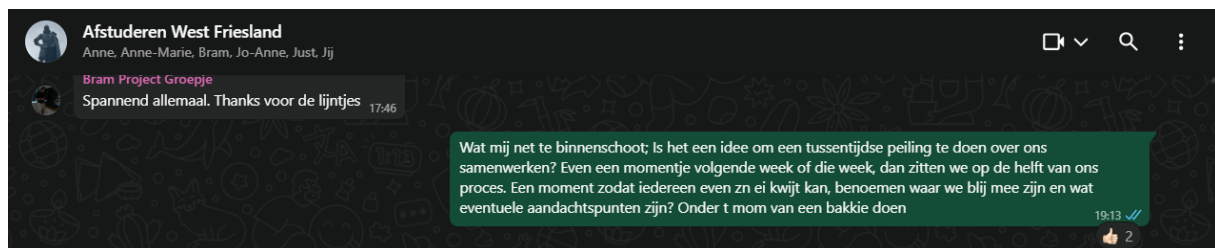
- **Overzichtsdocument maken:**
 - Wat hebben we gedaan?

- Wat gaan we doen?
- Waar werken we naartoe?
- **Planning checken:**
- Lopen we op schema?
- **Documenten herschikken en opschonen** waar mogelijk.

Teamoverleg

Als groepslid heb ik een tussentijdse reflectiemoment geïnitieerd bij de werkgroep. Ervaring leert dat wanneer een groep halverwege het project is, bepaalde elementen laat vallen of elkaars normen en waarden anders begint in te zien. De vernieuwing is er vanaf en dat brengt vaak onrust met zich mee.

Om de onrust en vervalling van het project voor te zijn is het handig om een tussentijdse evaluatie te houden. Dit heb ik op de volgende manier voorgelegd bij de groep;



Om tot een waardevol moment te komen denk ik dat het handig is om gerichte feedbackvragen voor te leggen.

- Bespreken van irritaties
- Korte en bondige feedback op elkaar > Wat gaat goed > Wat kan er beter?

Ik mis een communicatie structuur

* Het is vervelend om te gissen waar men mee bezig is en hoe ver > Kunnen we daar iets op bedenken?

* We hadden de afspraak gemaakt om maandag en dinsdag elkaar te meeten op de redactie. Gebeurd naar eigen invulling > Willen we dat zo houden?

Ook denk ik dat het behandelen van het project aandacht moet krijgen, onder andere aan de hand van de volgende agenda punten;

Agenda en actiepunten

Overzichtsdocument maken:

- Wat hebben we gedaan?
- Wat gaan we doen?
- Waar werken we naartoe?

Planning checken:

- Lopen we op schema?
- Documenten herschikken en opschonen waar mogelijk.

Agenda 23/09

Groepsdynamiek

Kort reflectiemoment;

- Wat gaat goed > Wat kan er beter?
- Bespreken van irritaties
- Communicatie structuur
- Aanwezigheid

Agenda en actiepunten

Overzichtsdocument maken:

- Wat hebben we gedaan?
- Wat gaan we doen?
- Waar werken we naartoe?

Planning checken:

- Lopen we op schema?
- Documenten herschikken en opschonen waar mogelijk.

Feedback t.a.v. groepsopdracht

Feedback op ..

Just

Just

Beschrijf een kwaliteit/talent met onderbouwing

Just toont ondernemerschap en probeert actief betrokken te zijn. Hij maakt tijd vrij om zijn belangstelling te tonen, wat getuigt van inzet en motivatie. Zijn energie is zichtbaar in zijn pogingen om overal bij te zijn, zoals op de redactie.

Noem een ontwikkelpunt met onderbouwing

Soms lijkt Just de draad kwijt te raken, vooral wanneer afspraken niet helder worden vastgelegd. Dit kan verwarring veroorzaken. Reflectie op zijn rol en prioriteiten, bijvoorbeeld door een korte samenvatting van afspraken terug te koppelen zou het team vertrouwen bieden en hem helpen om meer grip te krijgen en zijn bijdrage beter te structureren.

Je kunt nog groeien in het reflecteren op jezelf binnen de praktijk. Kijk goed naar je prioriteiten. Ik denk dat je hier al wel winst mee behaald hebt, maar ook nog te winnen hebt.

Noem een sterke kant van het samenwerken en communiceren

Hij zoekt actief verbinding en probeert overal bij te zijn. Dat getuigt van betrokkenheid en energie, en maakt hem zichtbaar in het proces. Zijn aanwezigheid is fijn, want hij zet zich wel graag in voor de opdracht.

Noem een verbeterpunt qua samenwerken en communiceren

Het heen en weer rennen tussen redacties werkt soms storend. Meer rust en focus, bijvoorbeeld door vaste momenten te kiezen voor overleg, zouden zijn bijdrage krachtiger maken en de samenwerking verduidelijken.

Eventuele overige tips

Laat je betrokkenheid zien in duidelijke lijnen – dat versterkt het vertrouwen en maakt je impact groter. Denk aan het maken van een persoonlijk werkplan als houvast.

Jo-Anne

Jo-Anne

Beschrijf een kwaliteit/talent met onderbouwing

Jo-Anne heeft een scherp oog voor detail en ziet wat anderen over het hoofd zien. Ze brengt haar observaties subtiel in en denkt mee als een betrouwbare assistent. Bijvoorbeeld door te benoemen wanneer een opmerking inhoudelijk sterk is of wanneer een visuele keuze goed werkt. Haar crossmediale inzicht is sterk en ze weet dit zorgvuldig te verantwoorden in haar werk. Daarom denk ik dat je goed bent in crossmediale keuzes en werkwijze te verantwoorden.

Noem een ontwikkelpunt met onderbouwing

Ze mag haar observaties vaker uitspreken. Haar inzichten zijn vaak raak en verdienen een podium. Bijvoorbeeld door tijdens een brainstormsessie haar mening van het product of research te delen, in plaats van alleen het te noemen ook ter discussie te stellen.

Noem een sterke kant van het samenwerken en communiceren

Jo-Anne communiceert zorgvuldig en betrouwbaar. Haar aanwezigheid is ondersteunend en brengt rust in het team. Ze is een stabiele factor die haar afspraken nakomt en inhoudelijk bijdraagt. Daarom denk ik dat je goed bent in het Professioneel samenwerken en communiceren. Ook je artikel heb je netjes verwerkt met een vernieuwende versie. Neemt dat mee in het ontwerpen en creëren van een innovatief concept, product of dienst. Je artikel was goed en de reflectie daarop ook.

Noem een verbeterpunt qua samenwerken en communiceren

Soms blijft ze op de achtergrond, waardoor haar impact minder zichtbaar is. Meer zichtbaarheid, bijvoorbeeld door actief te reageren in groepsgesprekken of een presentatie te leiden, zou haar kracht versterken.

Eventuele overige tips

Durf je stem te laten horen, je hebt veel te bieden en je observaties zijn waardevol. Denk aan het nemen van een actieve rol in een pitch of eindpresentatie. Ik wist precies wat ik aan je had en dat werkte erg fijn!

Bram

Bram

Beschrijf een kwaliteit/talent met onderbouwing

Bram is een energieke en oplossingsgerichte denker die theorie moeiteloos koppelt aan praktijk. Zijn voorbeelden zijn verhelderend en inspirerend. Hij draagt duidelijke ideeën aan en dat werk prettig. Dit motiveert andere om mee te denken.

Noem een ontwikkelpunt met onderbouwing

Soms mogen zijn ideeën iets concreter worden uitgewerkt, zodat ze beter landen en direct toepasbaar zijn. Als je je ideeën concreet maakt en helder beschrijft of pitcht, ben je een nog waardevollere toevoeging.

Noem een sterke kant van het samenwerken en communiceren

Bram is actief in vergaderingen en weet mensen te betrekken, vooral bij het organiseren van focusgroepen. Zijn enthousiasme werkt aanstekelijk en zorgt voor beweging in het team. Je mag trots zijn op het professioneel samenwerken en communiceren, want je bent Actief betrokken op de redactie en op de HU.

Noem een verbeterpunt qua samenwerken en communiceren

Af en toe mag hij zijn enthousiasme iets beter structureren, zodat het team makkelijker mee kan bewegen. Bijvoorbeeld door zijn ideeën vooraf te ordenen en te toetsen op haalbaarheid.

Eventuele overige tips

Blijf je ideeën delen, ze brengen energie en inspireren tot actie. Structuur helpt je om die energie nog krachtiger te laten landen.

Anne-Marie

Annemarie

Beschrijf een kwaliteit/talent met onderbouwing

Annemarie heeft een scherp analytisch vermogen en weet complexe informatie helder en toegankelijk te maken. Ze toont betrokkenheid in haar werk en weet goed te verwoorden wat er binnen een document gebeurt. Haar feedback aan medestudenten is inhoudelijk sterk en constructief, bijvoorbeeld wanneer ze suggesties doet voor het aanscherpen van een argumentatie of het verbeteren van de opbouw.

Noem een ontwikkelpunt met onderbouwing

Die betrokkenheid mag zich vaker fysiek laten zien. Hoewel ze online goed aanwezig is, zou haar fysieke aanwezigheid de samenwerking versterken en haar professionele uitstraling verdiepen. Het prototype dat ze presenteerde was inhoudelijk solide, maar had baat gehad bij meer gezamenlijke afstemming. Je hebt je mening hierin laten horen, maar naar mijn idee had je meer mogen openstaan voor feedback. Je kunt hierin nog groeien voor het inzetten van de technische kant van de productie.

Noem een sterke kant van het samenwerken en communiceren

Annemarie denkt actief mee, stelt scherpe vragen en draagt bij aan inhoudelijke verdieping. Haar vermogen om journalistieke kwaliteitsnormen te bewaken, zoals het helder en beknopt formuleren van een document, tilt het groepswork naar een hoger niveau. Hier laat je in zien dat je de journalistieke kwaliteitsnormen in acht neemt en kunt verantwoorden. Document was helder en beknopt dankzij jou.

Noem een verbeterpunt qua samenwerken en communiceren

Online werken kan afstand creëren. Meer fysieke aanwezigheid zou haar impact vergroten en haar betrokkenheid tastbaarder maken. Bijvoorbeeld door actief deel te nemen aan brainstormsessies op locatie. Daarom denk ik dat je nog kunt groeien in het professioneel samenwerken en communiceren.

Eventuele overige tips

Je inhoudelijke kracht is groot, laat die ook in je aanwezigheid zien. Je hebt veel te bieden, ook in het moment en in de interactie.

Anne

Anne

Beschrijf een kwaliteit/talent met onderbouwing

Anne is een bedachtzame en gestructureerde kartrekker die de planning bewaakt en rust brengt in het team. Haar vermogen om helderheid te scheppen in samenwerking is een fijne en krachtige motor. Ze maakt het werk overzichtelijk en stimuleert het groepsproces, bijvoorbeeld door op natuurlijke wijze momenten aan te dragen waarop het team kan afstemmen. Dat maakt haar tot een stabiele en verbindende factor.

Anne weet complexe onderwerpen zorgvuldig te selecteren en uit te werken. Haar zoekstrategieën zijn doelgericht en oogt naar mijn idee betrouwbaar, waarbij ze relevante bronnen weet te vinden die de research versterken. Denk aan haar aanpak bij het verzamelen van achtergrondinformatie voor een de interviews en focusgroepen, waarbij ze niet alleen de juiste groepen vindt, maar samenwerking heeft laten zien.

Noem een ontwikkelpunt met onderbouwing

Anne mag zichzelf wat vaker centraal stellen en haar grenzen bewaken. Ze biedt anderen veel ruimte en gemak, maar verdient datzelfde comfort ook voor zichzelf. Zeker in de balans tussen online en fysiek werken zou het haar helpen om explicieter aan te geven wat voor haar werkt. Bijvoorbeeld door in een hybride overlegmoment haar voorkeur voor fysieke aanwezigheid te benoemen.

Noem een sterke kant van het samenwerken en communiceren

Anne communiceert helder en gestructureerd, waardoor iedereen weet waar hij of zij aan toe is. Haar overzichtelijke manier van werken – zoals het opstellen van een gezamenlijke planning of het samenvatten van afspraken. Dat helpt het team vooruit en voorkomt misverstanden. Hiermee toont zij aan professioneel te kunnen samenwerken en communiceren.

Noem een verbeterpunt qua samenwerken en communiceren

Soms lijkt Anne zichzelf weg te cijferen ten gunste van het team. Door iets meer ruimte in te nemen en haar eigen visie explicieter te delen, zou haar leiderschap nog krachtiger tot uiting komen. Bijvoorbeeld door bij het verdelen van taken ook haar eigen voorkeuren en grenzen te benoemen.

Eventuele overige tips

Blijf je kracht inzetten. Je bent een betrouwbare en stabiele samenwerkingspartner – maar vergeet jezelf niet in het proces. Je aanwezigheid is waardevol, ook als je jezelf meer laat zien.

Feedback van ..

Bram

Feedback Josse

Beschrijf een kwaliteit/talent met onderbouwing:

Josse gaf op het begin aan dat hij net terugkomt van een burn-out. Ik vind het erg sterk en dapper van hem dat hij alsnog gaat afstuderen en meedoet met het hoge tempo van de groepsopdracht. Het is belangrijk dat Josse zijn eigen grenzen kent en deze aangeeft. Dit heeft hij goed gedaan.

Noem een ontwikkelpunt met onderbouwing:

Josse lijkt tijdens meetings en op de redactie soms afwezig. Ofwel weg te dromen naar andere plekken in zijn hoofd, waardoor hij wat minder bereikbaar lijkt. Wanneer we Josse vragen stellen tijdens de vergaderingen moeten we het geregeld het een paar keer herhalen.

Noem een sterke kant van het samenwerken en communiceren:

We kunnen Josse altijd vragen om feedback. Hij geeft de feedback snel, duidelijk en gemotiveerd terug. Josse zorgt ervoor dat we kunnen reflecteren binnen onze bedachte ideeën en gemaakte opdrachten.

Noem een verbeterpunt qua samenwerken en communiceren:

Josse mag, zoals eerder gezegd, actiever zijn in vergaderingen en lijkt soms het overzicht kwijt te raken. Hij mag eerlijk en sneller vragen wat we allemaal aan het doen zijn. Dit is fijner voor hem en voor het groepje. Aanwezig zijn en aanwezigér zijn.

Eventuele overige tips:

Soms stuurt Josse berichten in de appgroep over de opdracht die aanvoelen als willekeurig. Het zijn vaak goede ideeën en fijne opmerkingen, maar deze mogen duidelijker gecontextualiseerd worden.

Anne

Feedback Josse

Beschrijf een kwaliteit/talent met onderbouwing

Josse heeft een grote bijdrage geleverd aan het leggen van contacten en het organiseren van mensen. Dankzij zijn uitgebreide netwerk in West-Friesland kon hij ons voorstellen aan de juiste personen en zaken voor elkaar krijgen die wij zelf waarschijnlijk veel langer hadden moeten regelen. Hij weet precies wie je waarvoor kunt benaderen, wat het samenwerken een stuk makkelijker en plezieriger maakt. Een concreet voorbeeld hiervan is het regelen van de eerste interviews met mensen van West-Friese afkomst in verschillende leeftijdscategorieën, waarbij Josse actief betrokken was.

Noem een ontwikkelpunt met onderbouwing

Tijdens overlegmomenten is Josse vaak afwezig. Hierdoor heeft hij niet altijd volledig inzicht in waar het overleg over gaat en neemt hij niet altijd actief deel aan de bespreking. Deze overlegmomenten zijn echter belangrijk, omdat er slechts beperkte momenten zijn waarin belangrijke punten worden besproken en besproken moeten worden. Voor toekomstige samenwerkingen zou het fijn zijn als Josse, wanneer er overleg plaatsvindt, actief deelneemt of van tevoren aangeeft wanneer dit niet mogelijk is. Een andere optie is om aan te geven dat er gestart kan worden met de punten die het meest betrekking hebben op zijn werkproces, zodat hij toch alle belangrijke informatie ontvangt. Dit geldt ook voor overlegmomenten tussen de opdrachtgever en de groep. Mogelijk is er een manier die voor Josse het meest praktisch of effectief is.

Noem een sterke kant van het samenwerken en communiceren

Josse is duidelijk in het geven van directe feedback aan anderen. Wanneer hij zich ergens aan stoort, geeft hij dat eerlijk aan. Dit werkt prettig, omdat het de communicatie efficiënt en transparant maakt. Bovendien weten anderen wat Josse van hen verwacht en wat zij van hem kunnen verwachten in de samenwerking. Ook is hij helder in zijn wensen rondom producties en durft hij dit openlijk aan te geven, wat de samenwerking overzichtelijk en prettig maakt.

Noem een verbeterpunt qua samenwerken en communiceren

Een verbeterpunt in de samenwerking is dat Josse iets assertiever kan zijn in zijn aanwezigheid op kantoor. Het is niet zo dat hij vaak afwezig is, maar soms kwam hij te laat of was het onduidelijk wanneer hij aanwezig zou zijn. Als hij dit van tevoren aangeeft, kunnen we er beter rekening mee houden met vergaderingen of overlegmomenten. Uiteraard geldt dit ook voor de rest van de groep, inclusief mezelf; ook wij waren niet altijd even duidelijk over de planning van vergaderingen. Het is dus een aandachtspunt voor iedereen.

Namens de redactie van streekomroep West-Friesland

Feedbackformulier opdrachtgever

Instructie:

De afgelopen weken heeft een groep studenten één of meerdere opdrachten uitgevoerd. Tijdens dit traject hebben de studenten gewerkt aan het ontwikkelen van hun competenties. Graag ontvangen ze feedback van jou op hun werkzaamheden.

- Dit formulier bestaat uit een groepsgedeelte én een individueel gedeelte.
- Vul eerst voor de groep de diverse invulvelden in die zijn gekoppeld aan de Syl-competenties.
- Kopieer daarna dit ingevulde formulier voor iedere student, zodat je de individuele feedback kunt toevoegen per student die je onderaan het formulier vindt.

De student gebruikt deze feedback voor zijn of haar ontwikkeling en neemt dit mee in zijn of haar portfolio.

Naam student: Josse Luiken

Naam opdrachtgever: Streekcomroep West-Friesland

Datum: 8-12-2025

1. FEEDBACK VOOR DE GROEP:

Nieuwsgeving & research van de groep	Feedback:
Als journalist... - Selecteer en werk je complexe onderwerpen uit voor het gegeven publiek en medium. - Toon je inhoudelijke deskundigheid door onderwerpen in een (inter)nationale context te plaatsen. - Gebruik je complexe zoekstrategieën. - Selecteer, orden en beoordeel je relevante en betrouwbare informatie uit diverse bronnen en eigen waarneming. - Verantwoord je je inhoudelijke en researchtechnische keuzes.	Hoe voldeed de groep aan de hiernaast beschreven taakomschrijving? Wat ging goed? De groep wist het brede onderwerp effectief te vertalen naar wat relevant is voor de gegeven projectopdracht van Streekomroep West-Friesland (hierna SWF of Streekomroep). Door de inzet van de methode <i>Design Thinking</i> werd het vraagstuk gestructureerd aangepakt, waarbij de groep goed in staat was keuzes te maken en het onderzoek te richten op de juiste aspecten. Waar is nog groei mogelijk? De groep had gedurende het proces nog beter en regelmatigere communiceren met de opdrachtgever. Dit vooral in de beginfase. Door keuzes, tussenresultaten en verwachtingen vaker af te stemmen, kunnen misverstanden worden voorkomen. In het project ontstonden er desondanks geen grote problemen en had een ander geen negatieve invloed op het eindresultaat. Toch is deze afstemming – met name bij kick off - een van de belangrijkste voorwaarden voor goede samenwerking.
Journalistische productie van de groep	Feedback:
Als journalist... - Zet je verhaal- en vormtechnieken in voor eenvoudige en complexe crossmediale journalistieke producties voor de gegeven doelgroep. - Verantwoord je je multi- en crossmediale keuzes en werkwijze. - Werk je professioneel samen. - Communiceer je professioneel. - Reflecteer je op jezelf binnen je journalistieke rol en toon je groei aan.	Hoe voldeed de groep aan de hiernaast beschreven taakomschrijving? Wat ging goed? De groep heeft een concreet en haalbaar crossmediaal plan ontwikkeld, gebaseerd op onderzoek naar de huidige werkwijze van de Streekomroep en naar de behoeften van de doelgroep(en). De gemaakte keuzes zijn helder en goed onderbouwd met behulp van focusgroepen en interviews. Waar is nog groei mogelijk? De onderlinge communicatie binnen de groep leek soms suboptimaal. Verschillende interpretaties van de opdracht leidden enkele keren tot misverstanden, bijvoorbeeld bij het maken van de prototypes. De groep - bij monde van woordvoerders Bram en Anne - hebben dit overigens wel benoemd tijdens een redactiebijeenkomst. Dat was nodig en constructief voor het finaliseren van de productproducten. Aanbeveling: Ook hier had de groep pro-actiever kunnen communiceren om proceskeuzes eerder onderling af te stemmen.

Publieksgerichtheid & Verantwoording van de groep	Feedback:
Als journalist... - Maak je een publieksanalyse van je doelgroep om hen te bereiken. - Leg je contact met uiteenlopende publieksgroepen, onderhoud je dit contact en zet je interactie op. - Neem je journalistieke kwaliteitsnormen in acht en leg je hier verantwoording over af. - Herken je ethische dilemma's, neem je een standpunt in en leg je daar verantwoording over af.	Hoe voldeed de groep aan de hiernaast beschreven taakomschrijving? Wat ging goed? De groep heeft op zorgvuldige wijze publieksanalyses uitgevoerd, onder meer via interviews en focusgroepen. Er is niet alleen gekeken naar het actuele mediagebruik in het werkgebied van SWF, maar ook naar wensen en verwachtingen van het publiek. De resultaten werden op degelijke en goed voorbereide wijze gepresenteerd. Vervolgens werd feedback verwerkt bij verdere ontwikkeling van prototypes en zijn deze opnieuw voorgelegd aan de doelgroep. De daarna uitgewerkte person's waren representatief, helder en goed onderbouwd en vormden een duidelijke basis voor de keuzes die in het traject zijn gemaakt.
Ondernemerschap & Innovatie van de groep	Feedback:
Als journalist... - Overzie je het medialandschap en kun je daar een beargumenteerde positie innemen. - Kun je ontwikkelingen in het medialandschap benoemen, analyseren en dit toepassen op een eigen product(ie) of dienst. - Ontwerp en creëer je een innovatief concept, product of dienst.	Hoe voldeed de groep aan de hiernaast beschreven taakomschrijving? Wat ging goed? De groep heeft duidelijk gekeken naar het medialandschap en hebben dit als inspiratie gebruikt om tot bruikbaar, afgewogen en gericht advies te komen. Ze hebben goed geanalyseerd waar innovatie mogelijk is en hebben hiervoor passende concepten ontwikkeld. Het project heeft Streekroep West-Friesland zeer waardevolle inzichten gebracht, bijvoorbeeld voor het bereiken van bijzondere doelgroepen met een ouderwetse informatiekrant.

1. INDIVIDUELE FEEDBACK

Welke feedback heb je voor deze student? Je kunt hierbij denken aan feedback op het gebied van:	Wat ging goed bij de student?
- Onderwerpen aandragen - Research doen - Verhalen produceren - Samenwerken & communiceren - Publieksanalyses doen - Journalistische kwaliteitsnormen nastreven - Het medialandschap analyseren - Mediaconcepten uitwerken	Josse was veel aanwezig op de redactie en toonde betrokkenheid bij het project. Dankzij zijn lokale binding met het onderwerp kon hij waardevolle input leveren bij het aandragen van relevante thema's en invalshoeken. Voor SWF was het niet altijd goed in te schatten wat zijn rol in het project was, maar wij hebben Josse wel leren kennen als een intelligente en goed analyserende journalist. Daarom zijn wij ook blij dat hij bij SWF een vervolgoopdracht waarbij hij zich op individueel niveau kan manifesteren. Cijfer: een comfortabele 7,5. Waar zie je nog kansen voor ontwikkeling bij de student? Josse kan groeien in zijn communicatieve vaardigheden. Zijn interpretatie van de opdracht kwam niet altijd overeen met die van de rest van het team, wat soms leidde tot misverstanden. Daarnaast was hij niet altijd goed op de hoogte van gemaakte afspraken of geplande bijeenkomsten. Door vaker actief af te stemmen met de groep kan hij effectiever samenwerken. Heb je eventueel nog andere opmerkingen?