

Doelgroep-test-onderzoek  
Clingendael Spectator  
op Instagram



Instagram

Annemarie Thönissen - [annemarie.thonissen@student.hu.nl](mailto:annemarie.thonissen@student.hu.nl)

Janine Vink - [janine.vink@student.hu.nl](mailto:janine.vink@student.hu.nl)

Valérie Hilgersom - [valerie.hilgersom@student.hu.nl](mailto:valerie.hilgersom@student.hu.nl)

## Inleiding en probleemanalyse

Dit onderzoek wordt uitgevoerd in opdracht van de Clingendael Spectator (de Spectator). Dit is onderdeel van een grotere opdracht en bedoeld om het beoogde concept goed uit te kunnen voeren. Een onderdeel van de opdracht was het kijken naar de mogelijkheden van een Instagrampagina voor de Spectator om een nieuwe en grotere doelgroep aan te spreken. Tot september had de Spectator geen Instagrampagina en bijbehorende strategie. Het opgeleverde eindresultaat mag in de uitvoering voor de redactie niet te veel tijd of geld in beslag nemen. Volgers kopen is dan ook geen optie, omdat dit buiten het budget valt en in strijd is met de ethiek die zij voor ogen hebben. Vanwege beperkingen in tijd, geld en expertise in Instagram is er gekozen voor een format wat uniformiteit uitstraalt en een lage moeilijkheidsgraad heeft. Het format en de Instagrampagina moeten net als Clingendael een informatieve, nette, overzichtelijke en strakke uitstraling hebben.

Om het format te kunnen ontwikkelen is research gedaan naar vergelijkbare media en profielen. Er is zowel gekeken naar sociale media, als naar de websites en inhoud hiervan. Na het doen van research is er met de opdrachtgever overlegd over waar hun voorkeur naar uit gaat qua invulling van de posts op Instagram. Er zijn verschillende concepten gemaakt, naar aanleiding van de briefing en het doen van research, en deze zijn vervolgens gepresenteerd aan de opdrachtgever. Samen is er een 'favoriet' concept gekozen. Dit concept en alle andere stappen en tips die bij Instagram komen kijken, zijn verwerkt in een zelfgeschreven Instagram handboek voor gebruik door de redacteuren van de Spectator. Het doel van het concept is: de posts stralen eenheid en samenhang uit, ze sluiten aan bij de artikelen, ze trekken de aandacht van Instagrammers zodat ze posts liken, het account volgen of het artikel lezen.

Om erachter te komen of het concept daadwerkelijk aanslaat, wordt dat getest (Coopr, 2017). De Spectator wil graag een grotere (doel)groep aanspreken: van een professor in Utrecht, tot de geschiedenisdocent in Almelo en een student in Groningen. Omdat Instagram een medium is voor 'jonge' mensen is dit doelgroeponderzoek gefocust op jonge mensen, dit is tevens ook een deel van de beoogde doelgroep van de Spectator. Met dit onderzoek wordt getest wat er mogelijk nog anders kan of moet, binnen het budget van de Spectator. Voor het onderzoek zijn 10 Instagrammers, 10 politiek actieve/geïnteresseerde jongeren (de beoogde doelgroepen en voornaamste Instagramgebruikers) en 11 volgers van de Spectator een vragenlijst voorgelegd over de Instagrampagina van de Spectator.

Door middel van doelgerichte vragen kon getest worden in hoeverre de hypothese, ofwel het concept, aansluit bij de eisen van de beoogde doelgroep. De gestelde conclusie is dat dit grotendeels ook het geval blijkt te zijn. Toch zijn de ondervraagden ook kritisch en moet de Clingendael Spectator nog meer doen dan alleen incidenteel posten om aan hun behoeftes te kunnen voldoen. Anders zullen zij volgers moeten inleveren. Groeien is hierbij het antwoord. Met name bij Instagram is het belangrijk om op te vallen door een eigen stijl te ontwikkelen, zodat volgers het account kunnen onderscheiden en herkennen binnen dit diverse medialandschap. Ook wordt er meer waarde gehecht aan eigen gemaakte posts, zoals een datavisualisatie waardoor de Clingendael Spectator en grotere doelgroep kan genereren.

## Inhoudsopgave

|  |    |
|--|----|
| Inleiding en probleemanalyse .....                                 | 2  |
| Theorie .....  | 4  |
| De Clingendael Spectator .....                                     | 4  |
| Algemene informatie.....   | 4  |
| Sociale mediakanalen van Clingendael Spectator .....               | 4  |
| Verdienmodel Clingendael Spectator.....                            | 5  |
| Vergelijkbare media .....  | 5  |
| New Scientist .....  | 5  |
| Filosofie Magazine.....  | 6  |
| Sociologie .....   | 6  |
| Foreign Affairs .....  | 6  |
| Parlement.nl .....   | 6  |
| Traditionele nieuwsmedia op sociale media.....                     | 7  |
| De Volkskrant .....  | 7  |
| Trouw.....   | 7  |
| NRC.....   | 7  |
| Instagramgebruikers.....   | 7  |
| Methode.....   | 9  |
| Verantwoording van het onderzoek .....                             | 10 |
| Representativiteit van de steekproef.....                          | 10 |
| Validiteit .....   | 10 |
| Betrouwbaarheid.....   | 10 |
| Triangulatie.....  | 11 |
| Resultaten .....   | 12 |
| Conclusie .....  | 14 |
| Discussie .....  | 15 |
| Bijlage 1: Vragenlijst 1 .....                                     | 16 |
| Bijlage 2: Vragenlijst 2 (volgers) .....                           | 17 |
| Bijlage 3: Inge vulde vragenlijsten.....                           | 18 |
| De ingevulde vragenlijsten van politiek geïnteresseerden .....     | 18 |
| De ingevulde vragenlijsten van Instagramgebruikers .....           | 29 |
| De ingevulde vragenlijsten van Spectatorvolgers op Instagram ..... | 41 |
| Bijlage 4: Bronnenlijst.....                                       | 53 |

## Theorie

Voor de test uitgevoerd kon worden, werd verkennende research uitgevoerd naar de Clingendael Spectator en naar vergelijkbare media wiens doelgroep aansluit bij de Clingendael Spectator. Ook de algemene Instagramgebruiker werd onder de loep genomen om een duidelijk beeld te krijgen van de te bereiken doelgroep op Instagram.

### De Clingendael Spectator

#### Algemene informatie

Sinds 1947 biedt de Clingendael Spectator achtergronden en analyses van de internationale verhoudingen op het snijvlak van wetenschap en journalistiek (anders gezegd: tussen de mainstream media en de academische journals). Tot eind 2014 verscheen het tijdschrift tien keer per jaar op papier, waarna in 2015 is overgegaan op digitale edities en dossiers. Sinds medio 2017 is de Clingendael Spectator een tweetalig online magazine ook een internationale doelgroep te bedienen met de broodnodige duiding van actuele ontwikkelingen op het wereldtoneel, al dan niet vanuit een Nederlandse invalshoek. De website kent een voor zover bekend unieke constructie in het medialandschap waarbij de lezer met een Nederlandstalige browser zowel de Engels- als Nederlandstalige artikelen ziet via <https://spectator.clingendael.org/nl>, terwijl de bezoeker met een browser in iedere andere taal zich in een volledig Engelstalige omgeving bevindt via: <https://spectator.clingendael.org/> en De Clingendael Spectator is een onafhankelijke uitgave van het Nederlands Instituut voor Internationale Betrekkingen Clingendael. De missie van de Clingendael Spectator is om met kwalitatief hoogwaardige artikelen zowel nationaal als internationaal een bijdrage te leveren aan onafhankelijke meningsvorming over internationale vraagstukken.

De redactie bestaat uit een parttime redacteur, eindredacteur, hoofdredacteur en redactie-stagiair. Zij zetten gezamenlijk artikelen (van max. 2000 woorden) uit bij deskundigen doorgaans verbonden aan denktanks, universiteiten, ngo's, media of politieke partijen. Zij schrijven in het Nederlands of Engels (de Spectator is tweetalig in de zin dat sommige artikelen in het Engels worden gepubliceerd en andere in het Nederlands). Het budget van de Spectator is dermate beperkt dat auteurs geen honorarium ontvangen. De Spectator publiceert wekelijks twee tot drie gratis toegankelijke analyses/columns/besprekingen die worden verspreid via een tweewekelijkse nieuwsbrief en Facebook-, Twitter- en LinkedIn-accounts.

#### Sociale mediakanalen van Clingendael Spectator

De Clingendael Spectator heeft naast een website en nieuwsbrief, een Twitter-account, Facebookpagina en een LinkedIn-account. Ze hebben op Twitter meer dan 2.300 volgers. Dat is een aanzienlijk aantal volgers, maar de interactie met hun tweets zijn beperkt. Zo re-tweeten ze bijvoorbeeld wel tweets van auteurs die stukken schrijven voor op hun website, maar krijgen ze op hun eigen tweets niet veel respons en zijn er maar een paar likes. Het komt meestal niet boven de tien. Ditzelfde is zichtbaar op zowel LinkedIn als Facebook. Er is wel een netwerk van volgers, maar de posts blijven vaak beperkt tot hier en daar een like. Hier is nog wel een uitdaging weggelegd, maar dat door middel van een strategie hier zeker verandering in kan worden gebracht. Op Facebook zijn er 1.962 vind-ik-leuks en 2.043 volgers. Bijna hetzelfde als op Twitter. Als je kijkt naar de berichten, de reacties eronder of vind-ik-leuks, dan zijn er zelfs sommige posts zonder interactie. Berichten waar de Clingendael Spectator in wordt getagd, doen het vaak beter dan de originele posts. Bij zowel Twitter als Facebook wordt er veelvuldig gebruikgemaakt van foto's. Video's daarentegen zijn beperkter en op één hand te tellen. Op LinkedIn zijn er 1.924 volgers. Ook daar is er haast geen interactie van de volgers. Op alle sociale media-accounts promoten ze met name hun stukken of vertellen ze over opkomende evenementen. Wel trekt het tweetalige online magazine rond de

10.000 bezoekers per maand en de Nederlandse variant 16.000 tot 18.000. Samen met de abonnees van de nieuwsbrief en volgers op sociale media, komt dit samen neer op ongeveer 10.000 volgers.

### Verdienmodel Clingendael Spectator

Tijdens een briefing op dinsdag 29 september via Microsoft Teams gaf de opdrachtgever toelichting op de vraag waar hun geld vandaan komt. Zo ontvangt het Clingendael Instituut (waar het internationale online magazine de Spectator deel vanuit maakt) een vast bedrag aan subsidie van het Ministerie van Buitenlandse Zaken. Een substantieel gedeelte daarvan gaat naar de Spectator. De opdrachtgever geeft als toelichting dat de Spectator tot stand is gekomen, doordat het kennisinstituut Clingendael een platform wil bieden waar debat wordt gevoerd over internationale betrekkingen en waar iedereen aan mee kan doen. Zij vinden het dus belangrijk dat de Spectator wordt gefinancierd. Dit betekent niet dat zij afhankelijk te werk gaan, Clingendael heeft geen zeggenschap over de stukken en bijdrages die worden geleverd. De redactie van de Spectator, bestaande uit vier personen inclusief stagiairs, is bepalend voor de koers die zij afleggen.

De behoefte om te groeien en meer mensen te bereiken is daarom dus ook niet een wens van Clingendael of door ontevredenheid van het management, maar komt van de Spectator zelf. Zo was het online magazine in eerste instantie een papieren editie, waar sinds vijf jaar geleden de knoop over is doorgehakt om voortaan alleen nog maar online verder te gaan. In het laatste jaar van het papieren tijdperk, was er een oplage van 1.000 magazines. Nu hebben ze 20.000 unieke bezoekers per maand, maar willen ze liever groeien en zien dit in hun ogen via sociale media nog te weinig terug. De website en desbetreffende stukken die erbij staan zijn geheel toegankelijk. Er zit geen paywall constructie achter. Voorheen was het papieren magazine wel via een abonnement, mensen moesten dus betalen om te kunnen lezen. Dat is nu niet meer het geval. Ze bieden de artikelen nu gratis aan, in de hoop om meer mensen aan te trekken, alleen blijft de groei in hun ogen nog gestaag. Toch heeft dit geen invloed op de hoogte van het bedrag dat zij ieder jaar ontvangen.

### Vergelijkbare media

#### New Scientist

De New Scientist is een wetenschappelijk tijdschrift dat ook onderwerpen als de politiek aansnijdt. De New Scientist verdiept zich niet alleen in de politiek maar in bijvoorbeeld de ruimte. In die zin is het misschien niet helemaal hetzelfde als de Spectator, maar het overlapt bijvoorbeeld wel met hoe de website eruitziet en sommige onderwerpen. Toch richt het zich aanmerkelijk meer op de wetenschap: <https://www.newscientist.nl/> .

The New Scientist laat zich zowel zien op een internationaal (315K volgers) als op een Nederlands (bijna 2000 volgers) Instagram kanaal. Op de Nederlandse versie laten ze zich veelal zien bij andere media/mensen/congressen zien en daarnaast maken ze reclame voor boeken/lezingen etc. De internationale variant laat voornamelijk plaatjes zien met een interessante kop die de lezer trekt naar de link in de bio om het desbetreffende artikel vervolgens te lezen. Op Facebook (internationaal 3,5 miljoen volgers en NL 8300 volgers) doet de internationale pagina minder met die teksten boven de foto's, maar publiceren ze wel hun artikelen met mooie foto's erbij. De Nederlandse pagina doet het mooier op Facebook dan op hun Instagram qua foto keuze; het ziet er professioneler en strakker uit. Op Twitter doen beide redelijk hetzelfde als op hun Facebook (internationale: 189 Volgend en 3,7 mln. Volgers, en NL: 1.887 Volgend en 8.213 Volgers). De internationale versie is vele malen professioneler en aantrekkelijker.

## Filosofie Magazine

Naast de wetenschappelijke kant, heb je ook de filosofie en dan specifiek de politieke filosofie. Daarvoor bestaat dit magazine: <https://www.filosofie.nl/>. Dit magazine heeft betaalde artikelen, hier is dus echt sprake van een verdienmodel. Ze publiceren echter niet super veel politieke stukken.

Filosofie Magazine trekt op Instagram (bijna 3000 volgers) vooral de aandacht door het gebruik van mensen (gezichten) en kunstzinnige foto's. Op Facebook (bijna 28.000 volgers) delen ze hun artikelen ook met foto's. Deze foto's zijn minder aantrekkelijk en het overzicht zoals je dat op Instagram hebt heb je niet bij Facebook. Op Twitter (488 Volgend en 10,4K Volgers) doen ze het redelijk hetzelfde als op Facebook.

## Sociologie

Een online magazine dat wellicht wel meer in de buurt komt van de doelen die de Spectator ook uitstraalt is het Tijdschrift Sociologie: <https://sociologie.scholasticahq.com/>. Het is grappig dat het uiterlijk van de website Engels is, terwijl de bijdragen in het Nederlands zijn. Het richt zich met de bijdragen op de maatschappij en behandelt daarin ook vraagstukken zoals over de sociale rol van muziek in tijden van corona. Ook qua website heeft het overeenkomsten met de Spectator, zoals de verschillende categorieën waar je uit kan kiezen en waaronder de artikelen zijn gerangschikt.

Tijdschrift Sociologie is niet te vinden op Facebook en Instagram. Wel op Twitter (605 volgend en 514 volgers), toch ziet dit er niet heel aantrekkelijk uit.

## Foreign Affairs

Internationaal is er een tijdschrift dat veel raakvlakken heeft met de Spectator: Foreign Affairs <https://www.foreignaffairs.com/>. Het is een Amerikaans tijdschrift over de internationale betrekkingen dat zes keer per jaar wordt uitgegeven. Qua website is het erg vergelijkbaar met de Spectator, je kan namelijk ook hier onderscheid maken tussen de verschillende topics en gebieden. Als je bovendien op een artikel klikt, krijg je gelijk een pop-up scherm of je je in wil schrijven voor de nieuwsbrief. Verder hebben de artikelen ook rond de 1.500 tot 2.000 woorden. Naast veel tekst is er één afbeelding. Onderaan de artikelen staan andere artikelen die gaan over hetzelfde onderwerp. Ook zijn er onderaan allemaal iconen waar ze actief zijn op sociale media: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Reddit, YouTube en Flipboard. Dit zijn er gelijk al aanmerkelijk meer en dit is een goed voorbeeld om te vergelijken met de Spectator.

Foreign Affairs heeft Facebook (1,3 miljoen volgers) en Instagram (56,6K volgers) en Twitter (2.002 Volgend, en 774K Volgers). Op Instagram delen ze veel kunstzinnige/strakke/moderne foto's/plaatjes/animaties, de link van het artikel is vervolgens terug te vinden in de bio. Op Twitter delen ze foto's waar je direct benieuwd door raakt en ze posten veel berichten. Op Facebook doen ze vrijwel hetzelfde als op Twitter.

## Parlement.nl

Een andere website die zich eigenlijk alleen richt op politiek is: [www.parlement.com](http://www.parlement.com). Zij leggen met name dingen uit over bepaalde politieke begrippen en over de Kamerleden, maar zij schrijven geen diepgaande stukken. Het is heel laagdrempelig en je kan er veel informatie vandaan halen.

[www.parlement.com](http://www.parlement.com) heeft Facebook (ongeveer 500 volgers) waar ze artikelen op plaatsen en pollen. Ze krijgen niet veel likes/reacties en het ziet er statisch en saai uit. Op Twitter (1.172 Volgend en 6.018 Volgers) doen ze vrijwel hetzelfde al zijn hier geen polls en laten ze soms wat foto's voorbijkomen van politici. Het Parlement.com heeft geen Instagrampagina.

## Traditionele nieuwsmedia op sociale media

### De Volkskrant

De Volkskrant deelt op Facebook (244K volgers) haar artikelen, maar niet alle artikelen. Op Instagram (93,7K volgers) delen ze vaak weer net andere artikelen dan via Facebook. Het valt op dat er op Instagram meer perfecte plaatjes en kunstzinnige beelden worden gedeeld. Er staat dan ook in de bio dat ze hun mooiste (beeld)verhalen delen op Instagram; dat is terug te zien, het zijn vaak achtergrondartikelen. Op Twitter (1.510 Volgend en 761,4K Volgers) zijn weer andere artikelen en foto's te zien dan op de Instagram. Dit zijn wat meer snelle artikelen.

### Trouw

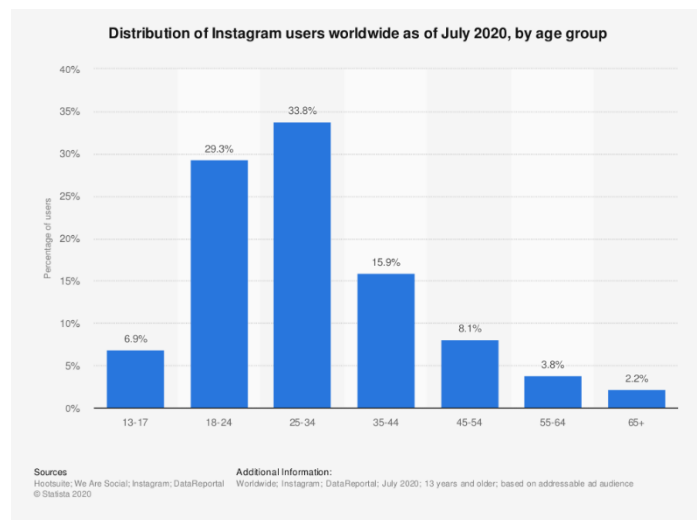
Dagblad Trouw deelt op Facebook (ongeveer 55K volgers) best veel artikelen met hier en daar een goede opvallende foto. Facebook en Twitter lijken op elkaar maar toch lijkt de Facebook van Trouw ook soms weer op hun Instagram. Op Instagram (bijna 7000 volgers) delen ze veel verhalen met mensen in beeld, dit trekt de aandacht, maar soms zijn het wel erg algemene foto's. En op Twitter (144,9K volgers) delen ze veel artikelen, de foto's die ze erbij laten zien zijn vaak een beetje saai/te algemeen, het trekt niet per se de aandacht.

### NRC

Het NRC zit ook op Facebook (ongeveer 200K volgers), het lijkt op de Twitterpagina. Facebook en Twitter linkjes zijn 'more clickable' (dan Insta) omdat de foto zo lekker groot is en daardoor krijg je meer de neiging om erop te klikken. Toch is de Instagrampagina veel mooier. Op Instagram (ongeveer 50K volgers) delen ze veel foto's/illustraties met tekst. Het trekt de aandacht, het is herkenbaar en je voelt je aangesproken, alsof ze het tegen jou hebben. Op Twitter (272 Volgend en 601,7K Volgers) delen ze minder goede foto's, maar nog steeds trekt het je aandacht.

## Instagramgebruikers

Voor het verkrijgen van (meer) volgers/likes op Instagram moet er gekeken worden naar de gebruikers van Instagram, om daar vervolgens op de juiste manier op in te spelen. In juli 2020 maakten de leeftijdsgroepen 18-24 jaar (29,3%) en 25-34 jaar (33,8%) het grootste deel uit van de Instagramgebruikers (Clement, 2020). Voor de Spectator is het dan ook verstandig om vooral proberen in te spelen op die leeftijdscategorieën, om op deze manier de meeste interactie te verkrijgen.



Uit de MediaMonitor van 2020 blijkt ook dat jongeren tussen 18 en 34 jaar oud gebruiken sociale media om nieuws te volgen. De laatste jaren is het gebruik van sociale media om nieuws te vinden en lezen, gestegen. Vooral Facebook stijgt er met kop en schouders bovenuit, maar ook Instagram doet een grote inhaalslag. Maar sociale media worden over het algemeen nog meer gebruikt voor het algemene gebruik, in plaats van als nieuwsbron. Wat meteen opvalt, is dat jongeren veel vaker op sociale media in contact komen met nieuws dan ouderen. Vergeleken met het aandeel 18- tot 34-jarigen die een bepaald netwerk hebben gebruikt, is het aandeel dat op het netwerk nieuws gebruikt voor bijna alle diensten hoger. Jongeren halen nieuws van YouTube, Facebook en Instagram, ouderen vooral van Facebook en WhatsApp (Reuters, 2020)

### Voornaamste nieuwsmediatype per leeftijdsgroep (in procenten)

Gebruik sociale media afgelopen week voor nieuws per jaar (in procenten, filter: alleen >2 procent in een van de jaren)

|              |                    | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--------------|--------------------|------|------|------|------|
| Televi       |                    |      |      |      |      |
| Print        | Facebook           | 32   | 29   | 28   | 28   |
| Radic        | WhatsApp           | 15   | 17   | 18   | 20   |
| Onlin social | YouTube            | 14   | 14   | 14   | 15   |
| Social       | Instagram          | 4    | 5    | 6    | 9    |
|              | Twitter            | 8    | 7    | 7    | 7    |
|              | Facebook Messenger | 4    | 3    | 4    | 5    |
|              | LinkedIn           | 3    | 5    | 4    | 4    |
|              | Snapchat           | 2    | 2    | 2    | 3    |
|              | Pinterest          | 2    | 2    | 2    | 2    |
|              | Geen voor nieuws   | 44   | 45   | 44   | 41   |



## Methode

Een onderdeel van de opdracht vanuit Clingendael Spectator is het maken van een Instagramaccount met een plan van aanpak. Om een Instagramaccount succesvol te maken is er grondige research gedaan naar sociale media, Instagram, de doelgroep, de Spectator en mogelijkheden.

Uit het research gedeelte is gebleken dat nieuwsmedia gebruik maken van een vaste lay-out. Dit kan zijn door middel van foto's met balkjes of met animaties of tekeningen en balkjes. In overleg met de opdrachtgever is er uiteindelijk gekozen voor een basis lay-out en concept die in te vullen is door de redacteur die op dat moment iets wil posten.

Na het doen van de research is er een Instagramconcept ontstaan en werd de probleemanalyse opgesteld. Slaat het Instagramconcept aan bij de beoogde doelgroep? Om antwoord te krijgen op deze vraag is het onderzoeksontwerp opgesteld. Er is gekozen voor een enquête om de hypothese, het concept in dit geval, te toetsen aan de werkelijkheid. Een vragenlijst met 22 vragen is verzonden naar 10 jonge Instagramgeïnteresseerden en naar 10 jonge politiekgeïnteresseerden en een vragenlijst met 22 vragen is verzonden naar 11 jonge volgers van het Instagramaccount @ClingendaelSpectator. Dit zijn de beoogde doelgroepen en de voornaamste Instagramgebruikers. Voor het verzamelen van de data is in dit empirische onderzoek gebruik gemaakt van een (half) gestructureerde kwantitatieve methode met ook kwalitatieve vragen (Verhoeven, 2014). Er is gekozen voor een combinatie, omdat naast de cijfermatige resultaten de toch net wat uitgebreidere mening van de deelnemers ook interessant kunnen zijn, waarbij de vragen zo gesteld zijn dat er zowel kwalitatieve als kwantitatieve informatie uit kan worden gehaald (Koetsenruijter & Hout, 2018).

Aan de hand van de resultaten die hieruit komen, kunnen conclusies worden getrokken per subcategorie en algeheel. Daarnaast kan er een discussie worden opgesteld en een eindadvies worden gegeven.

In deze vragenlijst komen alle facetten van de Instagrampagina aanbod. De vragen die beantwoord moeten worden zijn vragen als: Kan de doelgroep zich herkennen in het concept? Hoe wordt de boodschap ervaren? In hoeverre wordt de boodschap begrepen? Wat spreekt aan en wat spreekt minder aan? Welke verbeteringen zouden kunnen worden doorgevoerd? Is de boodschap relevant voor de doelgroep? Communiceert het concept belangrijke productvoordelen? Is het concept likeable? Heeft het concept invloed op houding en gedrag van de doelgroep? Realiseert je concept de verwachte doorverwijzing naar het magazine? (Survey Monkey, 2020).

Voor de vragenlijst 1, zie bijlage 1 of deze link;

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdxJ5KCKu3FsRn89e6XmA0m0GIhjYWoolu0xIWgiZqm0dTsAA/viewform> .

Voor de vragenlijst 2, zie bijlage 2 of deze linkjes;

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf8QxTgMS700kEnyA6nilpseRaxGz\\_yZfyAPb0P-F7QjuOgg/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf8QxTgMS700kEnyA6nilpseRaxGz_yZfyAPb0P-F7QjuOgg/viewform) (Nederlandse variant) en

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeEB4AuQ3PJZ6lyqHYyqoymXbJQvMjXD4H4qhCXQ-powbo29g/viewform> (Engelse variant).

De vragenlijst is online afgenomen omdat het gemakkelijk te verspreiden is onder veel deelnemers, de antwoorden zijn gemakkelijk te ordenen en verwerken en er is een verminderde kans op sociaalwenselijke antwoorden. Er is bewust voor gekozen om de leeftijd op te vragen omdat alleen antwoorden worden meegenomen die passen binnen het profiel van een Instagramgebruiker.

## Verantwoording van het onderzoek

### Representativiteit van de steekproef

Bij dit onderzoek is gebruik gemaakt van een aselechte steekproef. De ondervraagden komen uit de beoogde doelgroep van Instagram, ofwel gebruikers tussen 18 en 34 jaar oud, en zijn willekeurig gekozen. Het gaat dus om een willekeurige, aselechte steekproef.

Deze steekproef is vervolgens gestratificeerd. De onderzoeksgroep is namelijk proportioneel opgedeeld in drie groepen: instagramgebruikers, politiekgeïnteresseerden en volgers van de Spectator op Instagram. Van alle drie de groepen is een representatief aantal respondenten gekozen: minstens 10 ( $n=10$ ). Hier is voor gekozen, omdat  $n=10$  statistisch gezien valide is. De antwoorden en conclusies die vervolgens getrokken worden zijn representatief voor de beoogde doelgroep: de instagramgebruikers die geïnteresseerd zijn in de Clingendael Spectator.

Alle ondervraagden hebben vervolgens een gestructureerde vragenlijst voorgelegd gekregen met meerkeuze vragen en openvragen. Op deze manier is het onderzoek kwantitatief, maar ook deels kwalitatief omdat er openvragen tussen zaten. Op deze manier kon iedereen hun mening geven en onderbouwen.

### Validiteit

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een valide en betrouwbare vragenlijst. Deze lijst kan op consistente wijze meten wat er onderzocht is. Op basis hiervan kunnen conclusies worden getrokken en bij herhaling van het onderzoek zullen dezelfde resultaten naar voren komen, mits dezelfde vragenlijst aan dezelfde groep wordt voorgelegd, gezien het gaat om de mening van de ondervraagden.

Er wordt voldaan aan inhoudsvaliditeit doordat alle aspecten van ieders mening worden gevraagd (pro's en cons/mooi of lelijk), van de verschillende onderdelen van een Instagrampagina (op het eerste oog, gevoelsmatig en bruikbaarheid). De vragenlijst dekt dus wat er gemeten moet worden. Alle gebruikte begrippen zijn afgebakend en waar nodig gedefinieerd, hierdoor is er ook sprake van constructvaliditeit.

Ook de interne en externe validiteit worden bij deze steekproef gewaarborgd. Er wordt door middel van een breed uitgezette enquête gemeten wat de mening is van de drie onderzoeksgroepen over de Instagrampagina van de Clingendael Spectator. Hiervoor is een representatieve steekproef uitgezet, (per onderzoeksgroep minstens  $n=10$ ), waardoor er ook sprake is van een extern valide onderzoek.

### Betrouwbaarheid

Om de betrouwbaarheid van het onderzoek te waarborgen, is de ondervraagden gevraagd om hun naam in te vullen. Het onderzoek zou hen opnieuw voorgelegd kunnen worden, waarbij ze dezelfde antwoorden zullen geven. Mits er intussen niets is veranderd aan de Instagrampagina.

De enquête is op een vaste manier bij elke ondervraagde afgenomen. De vragenlijst is op consistente wijze bij alle ondervraagden online afgenomen. Daarnaast zijn alle respondenten voorzien van dezelfde informatie voordat ze de vragenlijst invulden. Iedereen is namelijk gevraagd om de Instagrampagina van de Clingendael Spectator te bekijken voor aanvang van de enquête. Hierdoor konden ze hun mening vormen over de pagina, voor de vragenlijst werd ingevuld.

Bij de data-analyse hebben de onderzoekers de resultaten apart geanalyseerd om vervolgens tot dezelfde resultaten te komen.

Wanneer de vragenlijst aan een andere groep respondenten wordt voorgelegd, is het mogelijk dat er een andere uitkomst komt, omdat ieder naar hun mening wordt gevraagd.

### Triangulatie

Ook wordt in dit onderzoek triangulatie toegepast. Dit is om de validiteit van de resultaten te waarborgen en te verhogen. Om inzicht te krijgen in de hypothese, ofwel het concept, is verkennend onderzoek verricht en een enquête afgenomen.

De uitgevoerde enquête was vervolgens leidend kwantitatief, met kwalitatieve onderdelen. Bij dit onderzoeksdeel is dus gekozen voor triangulatie in de vorm van mixed methods. Deze gemixte triangulaties zorgen voor een verhoogde validiteit van het uitgevoerde onderzoek.

## Resultaten

Uit het onderzoek komt naar voren dat de Clingendael Spectator herkenbaar is op Instagram. Dit komt onder meer door het logo en de gebruikte kleuren. Een klein deel van de ondervraagden herkenden de Clingendael Spectator niet. Uit de antwoorden blijkt dat dit komt omdat een deel van de Instagramgeïnteresseerden de Spectator überhaupt niet kennen.

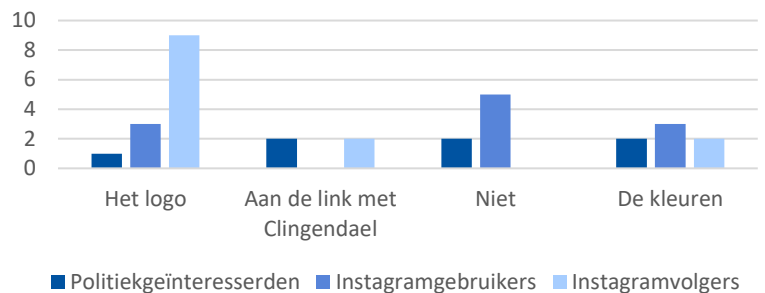
61,29 procent van de ondervraagden vinden de Instagrampagina van de Clingendael Spectator overzichtelijk en de gebruikte foto's en ontwerpen aantrekkelijk.

Hoewel de helft van de Instagramgebruikers de Spectator niet kennen, vinden alle Instagramgebruikers de Instagrampagina informatief. Een deel van de politiekgeïnteresseerden en Instagramgebruikers, 16,13 procent van alle ondervraagden, vindt de mix van Engels en Nederlands verwarrend. Ruim een kwart van de ondervraagden noemt dan ook als verbeterpunt om hier één lijn in te trekken. Gemiddeld geven de ondervraagden aan dat het makkelijk is om vanaf de Instagrampagina bij het juiste artikel op de site te komen.

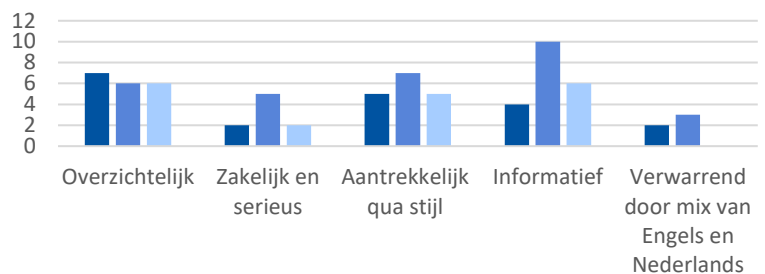
Instagramgebruikers zouden graag meer 'Instacontent' op de pagina zien. Dus niet alleen artikelen die verwijzen naar de site, maar ook foto's met begeleidende tekst die inspelen op de actualiteit. Daarnaast komt ook terug dat ondervraagden graag zien dat er frequenter gepost wordt, en dan niet alleen foto's naar aanleiding van een artikel, maar ook andere foto's, video's en stories.

De ondervraagden die de Clingendael Spectator al volgen op Instagram hebben de pagina vaak gevonden door Instagram of via de Facebookpagina of website van de Spectator.

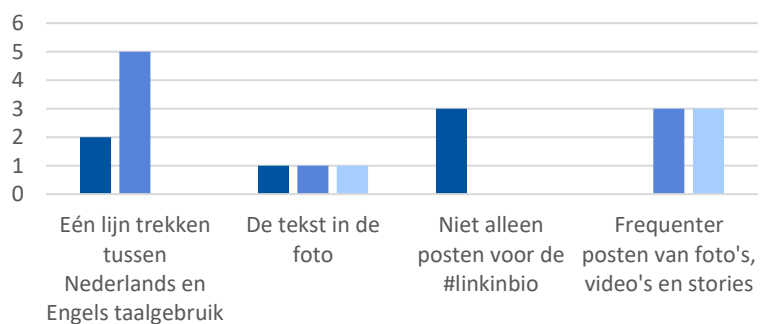
### Ondervraagden herkennen de Clingendael Spectator aan...



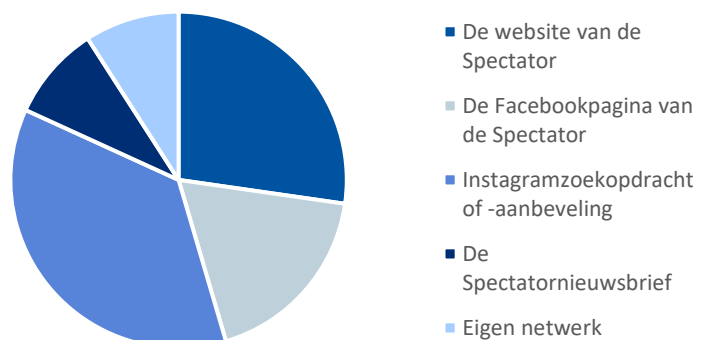
### Ondervraagden vinden de Instagrampagina van de Clingendael Spectator...



### Ondervraagden noemden de volgende verbeterpunten...



### De Instagramvolgers hebben het account gevonden via...



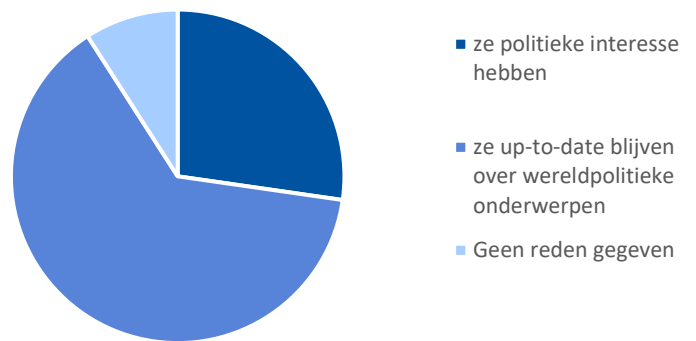
De voornaamste reden die ondervraagden geven om de Instagrampagina van de Spectator te volgen, is omdat ze up-to-date willen blijven over wereldpolitieke onderwerpen. Ruim 60 procent gaf dat antwoord, 27 procent volgt het account vanuit politieke interesse.

Deze Instavolgers hebben na het volgen van het account gekozen om wel of niet een post van de Spectator te liken. Ruim de helft van de ondervraagden gaf aan dat ze nog geen post hebben geliked, voornamelijk omdat ze nog afwachten wat de pagina gaat brengen. Degenen die al wel een post hebben geliked, deden dit omdat ze het interessant vonden, of omdat de post aandacht trok.

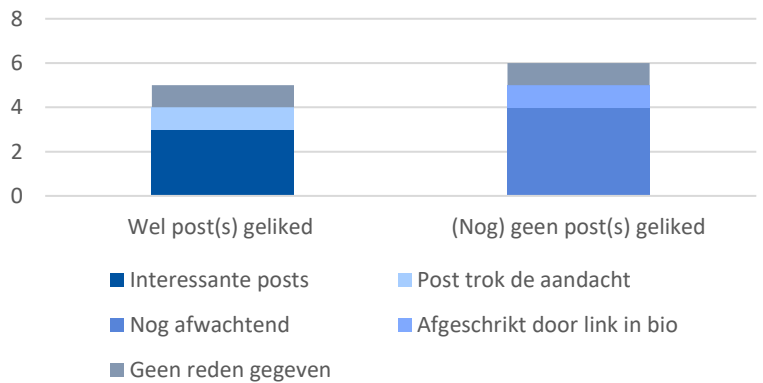
De overweging om wel of niet een account te volgen of een post te liken, verschilt per ondervraagde groep.

Politiekeïnteresseerden vinden de actualiteit van een post belangrijk, terwijl Instagramgebruikers meer voelen voor de presentatie en aantrekkelijkheid van een post. 32,26 procent van alle ondervraagden gaf aan dat aan. Een even groot deel, dus 32,26 procent, van de ondervraagden geeft aan dat ze een pagina volgen of een post liken naar aanleiding van de interesse die ze hebben in het onderwerp. Een aantal redenen die een enkele keer werden genoemd om een pagina te volgen is, de hoeveelheid volgers, een geverifieerd vinkje, en het gratis aanbieden van content als redenen om een pagina te volgen.

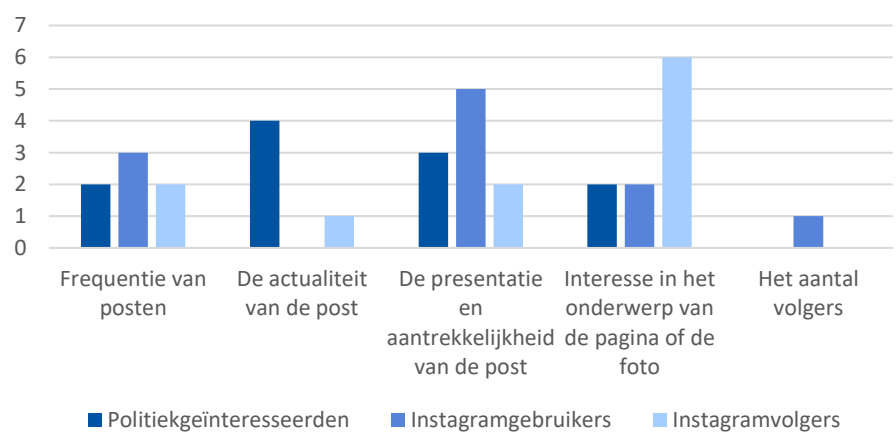
### De Instagramvolgers volgen het account omdat...



### Instavolgers van de Spectator over waarom ze wel of niet een post hebben geliked



### Welke factoren spelen mee om een account te volgen en/of berichten te liken?



## Conclusie

Na weken van ontwerpen, testen en evalueren kan er gesteld worden dat het ontworpen concept voor de Instagrampagina van de Clingendael Spectator en strategie werkt. Uit het onderzoek blijkt dat de ondervraagden het concept herkenbaar en overzichtelijk vinden. Daarnaast komt in de resultaten naar voren dat de ondervraagden het account kunnen onderscheiden van sociale media accounts van andere mediabedrijven door de herkenbare kleuren (lay-out) van de Clingendael Spectator en worden de ontwerpen aantrekkelijk genoemd. Dit heeft met meerdere factoren te maken. De voornaamste is het vaste format waar de posts mee geworden plaatst. Hierdoor ziet de gehele pagina er visueel aantrekkelijk uit en houdt het dus hun aandacht vast. Ook blijkt uit het onderzoek dat de pagina als informatief wordt beschouwd, daarnaast zou het gemakkelijk zijn om vanuit een post, via link in bio, naar de website van De Spectator te navigeren.

De Instagrampagina van de Clingendael Spectator heeft inmiddels ruim 100 volgers. 11 van deze volgers hebben meegewerkt aan de vragenlijst. Hieruit blijkt dat ze de pagina voornamelijk zijn gaan volgen, omdat ze up-to-date willen blijven over politieke onderwerpen op wereldwijd niveau. Vaak zijn de stukken erg lang en hebben ze niet altijd zicht op wat erop de website staat. Instagram is dan een heel handig medium, zo geven ze zelf aan, omdat ze alleen maar even de app hoeven te openen en één blik op hun feed en/of de pagina van de Clingendael Spectator kunnen werpen en daardoor gelijk weten welke nieuwe bijdrages op de website staan. Bijna de helft van deze ondervraagden heeft al een post geliked, omdat ze het interessant vonden. De rest zegt nog even af te wachten, omdat ze nieuwsgierig zijn wat er nog meer komt. Uit het onderzoek blijkt ook dat het grootste deel van alle ondervraagden een account sneller volgen of een post eerder liken, wanneer de lay-out overzichtelijk en aantrekkelijk is. Dit zijn punten waar de Instagrampagina volgens de ondervraagden aan voldoen. Het ontworpen concept is dus aantrekkelijk, likeable en volgbaar.

Er zijn echter ook wat kritische punten die genoemd worden door de ondervraagden. Zo zou het gebruik van zowel Engels als Nederlands verwarrend zijn. Een kwart van de ondervraagden geeft daarom ook aan dat ze graag zien dat daar één lijn in wordt getrokken. Daarnaast zouden de ondervraagden graag ook andere content op de pagina zien, zoals video's en Instastories. Ook zien de ondervraagden graag afwisseling op de pagina. Dus niet enkel posts om artikelen op de website aan te jagen, maar ook de datavisualisaties en andere afbeeldingen.

De Clingendael Spectator staat zeker niet meer aan de zijkant van dit Instagram-landschap. In korte tijd steeg het aantal volgers gestaag en de bereikbaarheid van de posts is daarnaast ook optimaal. Door middel van de aanbevelingen in de hierop volgende discussie kan de Spectator nog beter hun plaats innemen op Instagram.

## Discussie

De resultaten van het onderzoek komen overeen met de verwachtingen: het concept past bij de beoogde doelgroep, mits de Spectator een aantal dingen aanpast. Zo is het verstandig dat er één lijn wordt getrokken tussen Engels en Nederlands, of dat er duidelijk wordt aangegeven wáárom de pagina tweetalig is, bijvoorbeeld in de biografie van het account. Het is eigenlijk heel logisch, maar blijkt nog niet voor de gebruiker. Het advies luidt dan ook om daar een vervolgonderzoek aan te wijden. Op andere sociale media gebruikt De Spectator ook Engels en Nederlands door elkaar, wellicht vindt de gebruiker dit ook verwarrend. Het lijkt waardevol om dat uit te zoeken in een vervolgonderzoek.

Daarnaast is er ook een kritische noot over het uitgevoerde onderzoek. Er is een tiende deel van alle volgers ondervraagd en een random geselecteerd deel politiekgeïnteresseerden en Instagramgebruikers. Dit zijn statistisch representatieve aantallen, maar het is uiteraard mogelijk dat anderen het beoogde concept niet aanstaat. Dat is onbekend, omdat andere groepen niet ondervraagd zijn. Het kan geen kwaad om af en toe te blijven checken hoe het bereik van de posts is, of er een stijgende lijn van volgers en likes te zien is en of de website meer wordt geraadpleegd. Daarom is het advies om te blijven delen en gedeeld te worden door Instituut Clingendael, en daarnaast ook om de opties te verkennen met video's en Instastories, om zo te blijven opvallen. Het is wellicht interessant om de opties te verkennen met een vervolgonderzoek en een nieuwe meting onder de volgers en beoogde doelgroep.

Het is uiteraard aan de Spectator om dit advies aan te nemen en te verwerken, of juist om naast zich neer te leggen. Met sociale media is het belangrijk dat er met trends wordt meegegaan, dus het is op de lange termijn interessant voor de Spectator om het concept door te blijven ontwikkelen.

## Bijlage 1: Vragenlijst 1

1. **Naam?**
2. **Leeftijd?**
3. **Waar ligt uw interesse het meest?**  
Instagram/Politiek?
4. **Op basis van deze posts en de informatie die in de bio staat, wat denkt u dan dat de Spectator is?**
5. **Zou u nog meer willen weten of is het gelijk helder?**
6. **Herkent u de Spectator direct?**  
Schaal 1-5
7. **Waar blijkt dat uit?**
8. **Wat valt u op aan deze posts/het profiel van de Spectator?**
9. **Wat trekt u meteen aan?**
10. **Wat voor gevoel geven deze posts/het profiel van de Spectator?**
11. **In hoeverre zou u op basis van wat u nu ziet dit account volgen of ook posts liken?**  
Schaal 1-5
12. **Waarom wel/niet?**
13. **Welke factoren spelen mee om een account te volgen en/of berichten te liken?**
14. **Zou u dit online magazine vertrouwen?**  
Schaal 1-5
15. **Waarom wel/niet?**
16. **Wat vindt u dat anders kan? Waarom?**
17. **Wat vindt u het beste aan de posts/het profiel?**
18. **Kunt u gemakkelijk navigeren naar de website?**  
Schaal 1-5
19. **Zou u dit account aanraden aan anderen?**  
Schaal 1-5
20. **Waarom wel/niet?**
21. **Valt deze post op tussen de posts van de concurrentie (van andere nieuwsmedia/kranten)?**
22. **Wilt u nog wat kwijt? Of heeft u nog andere tips?**



## Bijlage 2: Vragenlijst 2 (volgers)

1. Instagramnaam?
2. Leeftijd?
3. Waarom volgt u de Clingendael Spectator op Instagram?
4. Welke factoren spelen mee om een account te volgen en/ of berichten te liken?
5. Hoe bent u op deze pagina terechtgekomen?
6. Herkent u de Spectator direct?

Schaal 1-5

7. Waar blijkt dat uit?
8. Wat valt u op aan deze posts/ het profiel van de Spectator?
9. Wat trekt u aan?
10. Wat voor gevoel geven deze posts/ het profiel van de Spectator?
11. Heeft u al posts geliked?

Ja/Nee

12. Waarom wel of niet?
13. Zou u dit online magazine vertrouwen?

Schaal 1-5

14. Waarom wel of niet?
15. Wat vindt u dat anders kan?
16. Waarom?
17. Wat vindt u het beste aan de posts/ het profiel?
18. Kunt u gemakkelijk navigeren naar de website?

Schaal 1-5

19. Zou je dit account aanraden aan anderen?

Schaal 1-5

20. Waarom wel of niet?
21. Valt deze post op tussen de posts van de concurrentie (van andere nieuwsmedia/ kranten)?
22. Wilt u nog iets kwijt? Heeft u nog andere tips voor ons?

## Bijlage 3: Inge vulde vragenlijsten

### De ingevulde vragenlijsten van politiek geïnteresseerden

|  |  |   |  |  |   |   |   |               |   |                                   |   |
|--|--|---|--|--|---|---|---|---------------|---|-----------------------------------|---|
| <b>Naam?</b>   | Anoniem  | Marije  | Anoniem  | Jorn Besteman  | Andrei van Hout   | Anoniem   | Rim Aarden  | Lisa          | Erik  | Max Riesewijk                     |   |
| <b>Leeftijd?</b>   | 18   | 22  | 22   | 26   | 23  | 22  | 21  | 20            | 25  | 24                                | 22,3  |
| <b>Waar ligt uw interesse het meest?</b>   | Politiek   | Politiek  | Politiek   | Politiek   | Politiek  | Politiek  | Politiek  | Politiek      | Politiek  | Politiek                          | 10/10 Politiek  |
| <b>Op basis van deze posts en de informatie die in de bio staat, wat denkt u dan dat de Spectator is? Zou u nog meer willen weten of is het gelijk helder?</b> | Ik denk dat het een online magazine is over wereldpolitiek. Dat is opzich wel helder door de bio | Een nieuwsbron die wereldwijd nieuws deelt met zijn volgers. Maar 90% van de posts is op de Balkan gericht, dus weet niet zeker of de bio dan te breed is of dat het nog toeval is. | Kort, maar misschien iets te bondig. Ondanks dat de naam Clingendael wordt gebruikt, wordt er niet direct verwezen naar het Instituut. Dit zou een goede toevoeging zijn | Ik zou nog wel iets meet willen weten. Het gaat dus over wereld/geopolitiek maar wat is de insteek/ invalshoek van de spectator? | Een blad of organisatie die wereldpolitiek in het licht van internationale handel uitlicht. | Een online magazine die zich bezig houdt met hedendaagse wereld/geopolitieke gebeurtenissen | Aangezien ik al eerdere interesse had voor het Clingendael instituut zou ik nog wel meer over deze pagina willen weten. | gelijk helder | Tijdschrift van Clingendael. Dus met veel artikelen over politiek/internationale betrekkingen | Artikelen over geopolitieke zaken | 5/10 Magazine over wereldpolitiek, direct helder<br>3/10 Tijdschrift van Clingendael<br>2/10 weet dat het een wereldwijd nieuws platform is maar weet nog niet wat het nou precies is |
| <b>Herkent u de Spectator direct?</b>  | 3  | 3   | 4  | 2  | 1   | 2   | 3   | 1             | 1   | 1                                 | 2,1   |

|   |  |  |   |                                      |  |  |  |                                      |  |  |   |
|---|--|--|---|--------------------------------------|--|--|--|--------------------------------------|--|--|---|
| <b>Waar blijkt dat uit?</b>                                       |  | Het logo. Consistentie in het design vd posts. | Duidelijke banner bij elke post die de kleuren van Clingendael gebruikt | Aan dat ik het niet meteen herkende. | Nou, de Spectator is qua beeldvorming meer een soort satirisch blad dan een informatief platform | Ik herkende Clingendael direct maar kon de spectator niet plaatsen | Ik herken wel het Clingendael instituut maar niet dat ze een nieuwspagina hebben opgezet   | nog niet eerder van het blad gehoord | Ik ken het niet goed genoeg om de huisstijl te herkennen oid               | Nog nooit eerder van gehoord             | 3/10 Kende het niet<br>2/10 Herkende Clingendael maar niet direct de Spectator<br>2/10 Herkennen Clingendael er niet direct in<br>2/10 Herkende het aan de kleuren en de consistentie         |
| <b>Wat valt u op aan deze posts/het profiel van de Spectator?</b> | De tekst in de foto's is nogal lang, ik snap ook niet helemaal waarom sommige posts in het Engels zijn en andere in het Nederlands | Dat het Engels en Nederlands door elkaar is.   | Erg overzichtelijk, goede beschrijving bij posts                        | Voornamelijk EU gericht?             | Ze zien eruit als de internationale handeltak van het Clingendael instituut                      | Duidelijke bio en post waardoor de info er duidelijk uit ziet.     | Ik vind het enigszins onduidelijk wat de opzet van deze pagina is en de lay-out kan misschien nog meer tot een geheel worden gemaakt. Ook zijn de stukjes tekst erg beknopt en krijg je daar nog niet zoveel informatie in | informatief, helder                  | Pakkende foto's met een (beetje middelbare school ogende) duidelijke tekst | Puur gericht op geopolitieke onderwerpen | 2/10 Engels en Nederlands door elkaar heen<br>1/10 De tekst in de foto's is lang<br>4/10 Overzichtelijk, duidelijk en informatief<br>2/10 EU/Internationaal gericht<br>1/10 opzet/doel van de |

|   |   |  |   |                                      |  |                             |  |                   |                                     |  |  |
|---|---|--|---|--------------------------------------|--|-----------------------------|--|-------------------|-------------------------------------|--|--|
|   |   |  |   |                                      |  |                             | waardoor je de instapagina niet als op zichzelf staande nieuwssite zou volgen.         |                   |                                     |  | pagina is niet duidelijk<br>1/10<br>Geopolitiek  |
| <b>Wat trekt u meteen aan?</b>                          | De foto's trekken wel de aandacht                   | Dat het uiteengezette stukken zijn en geen roddelpers. | Overzichtelijkheid, geen visuele herrie | De EU/Westers e vibes                | Dat het er zakelijk uitziet                        | De foto's en de onderwerpen | De onderwerpen van de posts in combinatie met de afbeeldingen vind ik erg interessant. | mooie foto's      | De onderwerpen van de tekst balkjes | Gefocussed op in-depth artikelen, doet voor zover ik kan zien niet mee aan de 24-uurs breaking news cycle die de meeste actualiteiten websites aanhouden | 5/10 de foto's en de onderwerpen<br>2/10 zakelijk/overzichtelijk<br>2/10 Geen roddelpers en gefocussed op in-depth artikelen, doet niet mee aan de 24-uurs breaking news cycle die de meeste actualiteiten websites aanhouden<br>1/10 De EU/Westers e vibe |
| <b>Wat voor gevoel geven deze posts/het profiel van</b> | Het komt zakelijk over, als een serieuze nieuwssite | Dat je een goed en duidelijk beeld kan krijgen van     | zakelijk, informatief                   | Kwalitatief goed nieuws /betrouwbaar | Dat je wat meer te weten krijgt over international | Een nieuws waardig gevoel   | Wat verwarring doordat niet meteen duidelijk is  | gevoel van nieuws | Duidelijk                           | Het feit dat Clingendael een thinktank is geeft mij wel  | 2/10 Zakelijk, informatief<br>4/10 Duidelijk,  |

|   |   |  |   |   |  |   |  |   |   |   |   |
|---|---|--|---|---|--|---|--|---|---|---|---|
| de Spectator?   |   | wat er speelt. Echter zijn het geen hap klare brokken. Zonder het artikel in de bio te lezen, is het enkel een aankondiging. |   |   | e verhoudingen en de gevolgen daarvan op de economie |   | wat de insteek van de pagina is maar ik ben ook geïntrigeerd door de onderwerpen die aanbod komen. |   |   | het gevoel dat er een bepaalde agenda wordt gepushed. Dit lijkt mij een cosmopolitische agenda, op zich vind ik dit prima, dat komt wel overeen met mijn visie, maar in een wereld waarin landen steeds isolationistischer worden kan ik me voorstellen dat dit niet aanslaat bij het grote publiek | Gevoel van kwalitatief nieuws 1/10 Het zijn een soort aankondigingen 1/10 meer te weten komen over internationale verhoudingen 1/10 eerst verward maar ben wel benieuwd 1/10 er wordt misschien een agenda gepushed |
| In hoeverre zou u op basis van wat u nu ziet dit account volgen of ook posts liken? | 2 | 2  | 5 | 4 | 3  | 4 | 4  | 5 | 3 | 2   | 3,4   |

|  |  |  |   |  |  |  |  |  |   |  |  |
|--|--|--|---|--|--|--|--|--|---|--|--|
| <p><b>Waarom wel/niet?</b></p>   | <p>Ik ben niet heel erg geïnteresseerd in het volgen van een account dat vooral naar een site linkt. Als er content zou zijn die specifiek voor Instagram bedoeld is zou ik het misschien wel volgen</p> | <p>Niet als er alleen vergelijkingen gemaakt worden (nu veel met de Balkan) en stuk geschiedenis. De actualiteit spreekt mij meer aan en wat de politiek erin dat land zelf van vindt. Het is fijn aan Instagram door zo weinig mogelijk info te lezen, zoveel mogelijk info op te doen. Dat is op de huidige manier niet het geval.</p> | <p>Goed gebruik van het medium, kan snel informatie krijgen</p> | <p>Wel: ben erin geïnteresseerd<br/>Niet: ik zie nog niet heel veel content, maar wat ik zie is interessant.</p> | <p>Het ziet er aan de ene kant goed uit, maar doordat het nog niet enorm goed is gevuld en al weinig naamsbekendheid heeft, is je eerste onderbuikgevoel het in twijfel trekken van de echtheid. Aan de andere kant ziet er gewoon professioneel uit en spreken de onderwerpen me aan dus zou ik het zeker volgen.</p> | <p>De onderwerpen spreken me erg aan</p>                                     | <p>Ik zou graag meer over het Clingendael instituut weten en ik ben benieuwd wat voor nieuws zij uitbrengen. Wel betwijfel ik of ik de posts veel zal liken wanneer er in de post zelf nog weinig informatie zit en ik eerst naar een andere pagina moet gaan.</p> | <p>Het is interessante informatie om te weten en bij te houden</p>     | <p>Ik vind het interessant, maar probeer tijd op social media te beperken</p> | <p>Ik gebruik niet actief Instagram</p>  | <p>2/10 Ik gebruik Insta niet heel actief/ik probeer de instatijd te beperken<br/>2/10 interessante informatie/onderwerpen<br/>2/10 niet alleen maar linken naar link in bio<br/>2/10 er moet nog veel meer content bij<br/>1/10 overspoelt door tekst en kan interessante<br/>2/10 Goed medium maar kan nog meer gebruikt van insta</p> |
| <p><b>Welke factoren spelen mee om een account te volgen en/of</b></p> | <p>Als het account aansluit bij mijn interesses en er visueel leuk uitziet</p>   | <p>Nieuwswaarde, betrouwbaarheid, eenvoudigheid qua lezen.</p>   | <p>relevantie</p>   | <p>Gratis toegang tot diepergravende artikelen over de onderwerpen die jullie posten.</p>                        | <p>- professionele uitstraling<br/>- Officiële erkenning door insta<br/>- Redelijk aantal</p>  | <p>Bij nieuws pagina's van Instagram is geloofwaardigheid erg belangrijk</p> | <p>Of ik graag updates wil krijgen van de onderwerpen die in een pagina aan bod komen.</p>   | <p>Als het geloofwaardige informatie is. met een betrouwbare bron.</p> | <p>Nieuwswaarde, kwaliteit van journalistiek</p>                              | <p>Actief gebruik maken van Instagram, daarnaast denk ik niet dat als ik Instagram</p> | <p>5/10 Relevantie, Nieuwswaarde, betrouwbaarheid, Geloofwaardigheid,</p>  |

|                        |  |  |  |  |   |  |   |  |  |   |  |
|------------------------|--|--|--|--|---|--|---|--|--|---|--|
| berichten te<br>liken? |  |  |  |  | <p>volgers</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Eerder neigend naar neutraliteit in plaats van sterke uiting van politieke kleur</li> <li>- Interactie van het account: denk hierbij aan afwisseling tussen foto's en IGTV</li> </ul> |  | <p>Daarnaast ook of ik de posts er interessant en overzichtelijk eruit vind zien. Uiteindelijk ook of de posts een op zichzelf staande toevoeging hebben aan mijn tijdlijn.</p> |  |  | <p>zou gebruiken, ik dit zou gebruiken voor het volgen van nieuws. Hiervoor is twitter beter geschikt</p> | <p>Eenvoudigh<br/>eid<br/>1/10 Als het<br/>account<br/>aansluit bij<br/>mijn<br/>interesses<br/>en er visueel<br/>leuk uitziet<br/>1/10 gratis<br/>toegang<br/>1/10<br/>gebruikt<br/>insta niet<br/>voor nieuws<br/>1/10 of ze<br/>iets<br/>toevoegen<br/>en daarmee<br/>interessant<br/>zijn<br/>1/10<br/>Professionel<br/>e uitstraling.<br/>Officiële<br/>erkenning<br/>door insta.<br/>Redelijk<br/>aantal<br/>volgers.<br/>Eerder<br/>neigend<br/>naar<br/>neutraliteit in<br/>plaats van<br/>sterke uiting<br/>van politieke<br/>kleur.<br/>Interactie</p> |
|------------------------|--|--|--|--|---|--|---|--|--|---|--|

|   |  |   |                     |                                |  |   |  |  |  |   |  |
|---|--|---|---------------------|--------------------------------|--|---|--|--|--|---|--|
|   |  |   |                     |                                |  |   |  |  |  |   | van het account: denk hierbij aan afwisseling tussen foto's en IGTV  |
| <b>Zou u dit online magazine vertrouwen ?</b> | 4  | 3   | 5                   | 4                              | 4  | 5   | 4  | 4  | 5  | 3   | 4,1  |
| <b>Waarom wel/niet?</b>                       | Het ziet er wel uit als een betrouwbaar magazine | De taal staat door elkaar. Ziet er minder professioneel uit en daarom twijfel over betrouwbaarheid. | De naam Clingendael | Betrouwbaar instituut          | De doorslaggevendste factor om het wel te vertrouwen is het feit dat het Clingendael_instituut het zelf ook volgt. | Clingendael zelf heeft als een erg goede status opgebouwd | Wel omdat het afkomstig is van een erkent academisch instituut. Niet omdat de pagina nog maar weinig volgers heeft waardoor ik zou kunnen twijfelen of het originele pagina is of door iemand buiten het instituut is opgezet. | Nog geen slechte informatie over gehoord, nog geen goede informatie over gehoord | Omdat ik Clingendael zelf goed ken, ga ik ervan uit dat het tijdschrift ook te vertrouwen is | Dit valt nog te bezien, hiervoor zou ik de artikelen meer moeten lezen. Daarnaast heeft de pagina ook nog niet zoveel volgers, dit doet af aan de geloofwaardigheid | 6/10 Betrouwbaar magazine instituut/Clingendael (en ze volgen zichzelf ook) 1/10 de taal staat door elkaar 3/10 Nog geen slechte informatie over gehoord, nog geen goede informatie over gehoord en het heeft nog weinig volgers |
| <b>Wat vindt u dat anders kan? Waarom?</b>    | Ik zou consequent zijn en alleen                 | Spannende informatie verklappen waardoor je   | Zie eerdere vragen  | Meer de eigen waarden van waar | Proberen iets meer naamsbekendheid te  | Het opschrift, het lijkt te erg af.                       | Wat ik eerder al noemde: de post ook als   | misschien meer naam maken  | Ze hebben maar 9 posts   | Het feit dat Instagram vooral gefocussed  | 1/10 Engels of Nederlands gebruiken  |



|  |  |   |                    |                                 |   |   |   |                                     |                |  |  |
|--|--|---|--------------------|---------------------------------|---|---|---|-------------------------------------|----------------|--|--|
|  | Engels of Nederlands gebruiken, foto's posten die iets meer de aandacht trekken en content maken die specifiek voor Instagram bedoeld is (dus niet met elke post linken naar een site) | het hele artikel/ uiteenzetting wilt lezen.   |                    | Clingendael voor staat promoten | genereren. Of probeer meer ruimte te bieden aan interactie met lezers/geïnteresseerden. |   | een nieuwsupdate neerzetten zonder alleen een introduceren de verwijzing te zijn. Daarnaast ook de bio en posts duidelijker een geheel maken. |                                     |                | is op foto's leent zich denk ik niet zo goed voor zo een format. Facebook/twitter hebben bijvoorbeeld een betere integratie voor website links, waarin een preview wordt gegeven | 4/10 Meer naamsbekendheid en meer posts maken<br>1/10 het opschrift leidt af<br>1/10 Spannende info geven zodat je het artikel wil lezen<br>1/10 De naam Clingendael Institute meer naar voren laten komen in de bio<br>3/10 content maken die specifiek voor Instagram is en dus niet altijd linken naar een link |
| <b>Wat vindt u het beste aan de posts/het profiel?</b> | De bio is helder en duidelijk  | De post van 6 oktober, daar kun je doorheen swipen. Meer informatie zonder de bio te lezen. | Zie eerdere vragen | Mooi vormgegeven                | De vormgeving   | De korte beschrijvende tekstjes onder de foto's | Interessante onderwerpen en mooie foto's.   | overzichtelijk, gelijk te herkennen | De onderwerpen | Overzichtelijk   | 7/10 De duidelijke vormgeving<br>1/10 De bio<br>1/10 Interactie en dat alles snel duidelijk is   |

|  |  |  |   |   |  |  |  |  |  |   |  |
|--|--|--|---|---|--|--|--|--|--|---|--|
|  |  | Dat waardeer ik.   |   |   |  |  |  |  |  |   | 1/10 de onderwerpen  |
| <b>Kunt u gemakkelijk navigeren naar de website?</b> | 5  | 4  | 5   | 3   | 5  | 5  | 3  | 5                                      | 4  | 5                                       | 4,4  |
| <b>Zou u dit account aanraden aan anderen?</b>       | 3  | 3  | 5   | 4   | 3  | 4  | 3  | 4                                      | 2  | 2                                       | 3,3  |
| <b>Waarom wel/niet?</b>                              | .  | Ik wil het zelf altijd eerst een tijdje volgen voordat ik het aanraad. | Zie eerdere vragen                              | Als mensen geïnteresseerd zijn in geopolitiek | Ik dit Instagramaccount nog niet per se aanraden omdat het simpel gezegd nog niet veel vulling heeft, maar ik zou Clingendael Spectator als geheel zeker wel aanraden. | Vrienden die dit interessant vinden zou ik het aanraden. Als het uitkomt zou ik het delen maar ik ga het niet rondsturen naar vrienden | Doordat de posts op zichzelf staand nog niet veel informatie geven zal ik het volgen van deze Instagram niet per se aanraden aan vrienden die graag nieuwssite volgen. In dat geval kan ik ze beter doorsturen naar de site. | Ligt aan de bronnen                    | Ik zou überhaupt nooit echt een Instagram account aanraden | Hiervoor zou ik meer erin moeten duiken | 1/10 ik raad sws geen insta accounts aan 1/10 Vanwege de uitstraling 2/10 als ze geïnteresseerd zijn in politiek 2/10 eerst meer erin duiken 1/10 ligt aan de bronnen 2/10 ik zou ze eerder doorverwijzen naar de site |
| <b>Valt deze post op tussen de posts van</b>         | Niet echt, er is niet iets speciaals aan | Ik denk dat het meevalt. Zelf volg ik NRC,                             | Weet ik niet, ik volg geen nieuwsmedia op insta | Nog niet eerder                               | In ieder geval valt het op tussen de   | Geen idee  | Ik denk minder omdat er bijvoorbeeld   | ja, licht blauw is alleen wel een veel | Ik denk het niet heel erg. Posts van                       | Omdat het focust op in-depth analyse en | 2/10 Nee/minder 4/10 Ik weet het   |

|  |  |  |            |      |   |     |   |                 |   |  |   |
|--|--|--|------------|------|---|-----|---|-----------------|---|--|---|
| de concurrentie (van andere nieuwsmedia/ kranten)? |  | Volkskrant, nu.nl, NOS etc die zijn toch meer gericht op NL. |            |      | Nederlandse nieuwskanalen   |     | minder gebruik wordt gemaakt van aandachttrekkende headlines zoals een Instagram pagina van NU.nl dat wel doet. | gebruikte kleur | bijvoorbeeld the economist zijn grafisch heel sterk                         | niet mee doet aan de 24-uurs cycle denk ik niet dat dit zeer zal opvallen tussen de clickbait artikelen van andere nieuwsmedia (vooral AD/Telegraaf/metronieus zullen beter zijn in clicks genereren). | niet/Geen idee<br>3/10 Redelijk (alleen blauw is wel een veel gebruikte kleur)<br>1/10 Omdat het focust op in-depth analyse en niet mee doet aan de 24-uurs cycle denk ik niet dat dit zeer zal opvallen tussen de clickbait artikelen van andere nieuwsmedia (vooral AD/Telegraaf/metronieus zullen beter zijn in clicks genereren). |
| Wilt u nog wat kwijt? Of heeft u nog andere tips?  |  | Heel veel succes!  | Goed bezig | Nope | Probeer ietwat meer naamsbekendheid te genereren. Niet te veel op | Nee | Nee   | Nope            | Er zit een Nederlandstalige post tussen de Engelse, dat oogt een beetje gek | De inconsistentie tussen gebruik van Nederlands en Engels is   | 7/10 Nee<br>2/10 Inconsistentie van het Nederlandse en het Engelse  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |                               |   |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|-------------------------------|---|
|  |  |  |  |  | <p>Clingendael zelf leunen want dat is alleen maar bekend bij mensen die écht veel met politiek bezig zijn. Je kunt met het blad ook toegankelijk e vormen in gebruik nemen.</p> |  |  |  |  | <p>een beetje verwarrend.</p> | <p>1/10<br/>Probeer ietwat meer naamsbekendheid te genereren. Niet te veel op Clingendael zelf leunen want dat is alleen maar bekend bij mensen die écht veel met politiek bezig zijn. Je kunt met het blad ook toegankelijk e vormen in gebruik nemen.</p> |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|-------------------------------|---|

De ingevulde vragenlijsten van Instagramgebruikers

|  |  |   |  |           |   |  |                                     |  |   |  |  |
|--|--|---|--|-----------|---|--|-------------------------------------|--|---|--|--|
| <b>Naam:</b>   | Rosa Yska  | Rosanne Briggeman                         | Nathalie Bollen  | Mijke     | Renee   | Anoniem  | Amber                               | Anoniem  | Paul  | Aukje  |  |
| <b>Leeftijd?</b>   | 21   | 22  | 22   | 22        | 22  | 23   | 23                                  | 20   | 19  | 21   | 21,4   |
| <b>Waar ligt uw interesse het meest?</b>   | Instagram  | Instagram                                 | Instagram  | Instagram | Instagram   | Instagram  | Instagram                           | Instagram  | Instagram   | Instagram  | 10/10 Instagram  |
| <b>Op basis van deze posts en de informatie die in de bio staat, wat denkt u dan dat de Spectator is? Zou u nog meer willen weten of is het gelijk helder?</b> | Ik denk dat het een nieuwspagina is die zich vooral richt op de wereldwijde politiek | Een online magazine over wereld politiek. | Als het een nieuwsplatform/magazine is dat zich vooral baseert op politiek wereldwijd, dan is het duidelijk. | Helder!   | Als ik de insta bekijk, denk ik dat dit een online nieuwsplatform over internationale politiek. Of het non-profit of niet is, is voor mij niet helemaal duidelijk. Moet ik iets kopen of is het een gratis dienst? Waarom zijn sommige post in het Engels en ander in het Nederlands? | Een magazine over wereldpolitiek. Maar wel voor mensen die al veel van politiek weten. | Soort nieuwsbron. Het is duidelijk. | Een nieuwspagina over de wereld en politiek gerelateerde zaken. Alles is helder. | Een site over wereldpolitiek die ook een Instagram pagina heeft | Mensen die geïnteresseerd zijn in diplomatieke conflicten en daar een opinie over willen lezen. Gelijk helder. | 7/10 Het is helder; Het is een nieuwspagina over internationale/wereldpolitiek. 1/10 Opinies en diplomatieke conflicten 1/10 Niet duidelijk of ze ervoor moeten betalen 1/10 Niet duidelijk waarom Engels en Nederlands door elkaar heen worden gebruikt |
| <b>Herkent u de Spectator direct?</b>  | 2  | 3   | 4  | 2         | 3   | 2  | 1                                   | 1  | 1   | 4  | 2,3  |

|  |   |  |  |   |   |   |                                    |                                 |  |   |   |
|--|---|--|--|---|---|---|------------------------------------|---------------------------------|--|---|---|
| <p><b>Waar blijkt dat uit?</b></p>                                       | <p>Ik heb de Spectator nog niet vaak langs zien komen.</p>                      | <p>Het logo en de kleuren, al doet hij me licht denken aan het icare logo</p>  | <p>Ik ken de Spectator niet, maar ik zie wel dat jullie het logo gebruiken en de kleuren. Dus wat dat betreft is dat wel te herkennen.</p> | <p>Ik weet tot op heden niet van het bestaan af van de spectator.</p> | <p>Het logo is overal op alle post zichtbaar.</p>         | <p>Zelf ben ik niet heel bekend met de Spectator. Maar de naam en het logo staan wel goed in beeld.</p>   | <p>Ik had het nog nooit gezien</p> | <p>Ik had er geen weet van.</p> | <p>Ik had er nog nooit van gehoord</p> | <p>De kopstukken die op de posts staan met daaronder een duidelijke uitleg.</p> | <p>9/10 was niet echt bekend met de Spectator. De posts en het account zijn herkenbaar/aan elkaar gelinkt door het gebruiken van het logo en de naam 1/10 Was bekend met de spectator, maar heeft het wel eens voorbij zien komen</p> |
| <p><b>Wat valt u op aan deze posts/het profiel van de Spectator?</b></p> | <p>Alle posts hebben dezelfde layout. Het ziet er echt uit als een eenheid.</p> | <p>Elke post heeft dezelfde layout wat een fijn beeld geeft. Ik vind het wel bijzonder dat de bio in het Nederlands is maar de posts in het Engels, mijn Engels is wel goed maar die</p> | <p>Duidelijke huisstijl, maar ik begrijp het niet helemaal. Waarom is het deels Nederlands en deels Engels? Dat verward me.</p>            | <p>Zakelijke, professionele posts</p>                                 | <p>Dat het vrij serieuze posts zijn, erg informatief.</p> | <p>Sommige delen zijn in het Engels en andere delen in het Nederlands. Dat is een beetje verwarrend. Ik zou de tekst ook liever groter hebben ofzo. Of de koppen kleiner.</p> | <p>Het gaat over nieuws</p>        | <p>Kort maar krachtig.</p>      | <p>Deels Engels, deels Nederlands</p>  | <p>Heel informatief en ook best een nadrukkelijk statement</p>                  | <p>7/10 De huisstijl is aantrekkelijk en creëert een eenheid 4/10 Niet duidelijk waarom de biografie in het Nederlands is en waarom de posts vervolgens ook soms in</p>   |

|   |  |   |   |   |  |  |                                  |  |                                  |   |   |
|---|--|---|---|---|--|--|----------------------------------|--|----------------------------------|---|---|
|   |  | van anderen misschien niet en zo mis je de hele Engelstalige doelgroep omdat er een Nederlandse bio is. |   |   |  | Daarnaast alvast meer informatie en uitleg op de volgende pagina's in de post.   |                                  |  |                                  |   | het Engels zijn<br>1/10 De Nederlandse bio zou Engelse weg kunnen houden bij het account<br>Aantal aanbeveling en |
| <b>Wat trekt u meteen aan?</b>  | Het feit dat het dezelfde lay-out heeft, maakt het fijn om naar te kijken. | Dat het overzichtelijk is   | Het is mooi consequent met de kleuren en balkjes.   | De professionele uitstraling  | De verschillende onderwerpen waarover de posts gaan. | De foto's. Sommige foto's trekken meteen erg aan, anderen zou ik in mijn tijdlijn voorbij scrollen.<br>(Foto goed: Trump, don't forget, geopolitiek kruispunt) | De foto's                        | Aanlokkelijke foto's bij het onderwerp | Titel en ondertitel bij de posts | Dat alle posts in hetzelfde format zijn, met een eenzijdige kleur en daarbij duidelijk waar het voor staat. | Overzichtelijk, foto's, titels en ondertitels, format, kleuren, professioneel, consistent                         |
| <b>Wat voor gevoel geven deze posts/het profiel van de Spectator?</b> | Een serieus gevoel. Het wekt wel belangstelling op.                        | Een professionele nieuwsgroep, al zijn er wel weinig posts  | Het is wel een beetje saai. Ik word er niet laaiend enthousiast van, zeg maar. Vrij basic. Maar op zich wel duidelijk | Dat ze weten waar ze het over hebben, serieus zijn als nieuwsplatform | Zakelijk, serieus, informatief.                      | Informatief, maar ook specifiek.   | Als een krant, dus best serieus. | Interessant                            | Informatief                      | Het komt over als een soort nieuwszender  | 10/10 Serieus, interessant, informatief, specifiek<br>2/10 Niet laaien enthousiast en nu nog weinig posts         |

|  |  |   |   |  |   |  |   |   |   |  |   |
|--|--|---|---|--|---|--|---|---|---|--|---|
|  |  |   | (behalve dat NL/Engels).  |  |   |  |   |   |   |  |   |
| <b>In hoeverre zou u op basis van wat u nu ziet dit account volgen of ook posts liken?</b> | 3  | 3   | 1   | 3  | 3   | 2  | 2   | 3   | 2   | 1  | 2,3   |
| <b>Waarom wel/niet?</b>  | Op zich vind ik het best wel interessante posts, maar ik gebruik Instagram vooral om vrienden en bekende mensen te volgen. Niet per se als nieuwsbron. | Weinig posts, waardoor ik zou twijfelen aan de echtheid, wel overzichtelijk | Sowieso ben ik niet echt fan van politiek, maar het voelt ook vrij basic en niet zo speciaal. Het is niet echt 'jong'. De kleuren passen bij het logo, dus ik begrijp die keuze, maar het is wel een standaard 'Word/Micro soft'-blauw waar ik niet echt warm van wordt (misschien kan dat anders, RTL Nieuws' kleur is ook | De onderwerpen spreken me aan, ik ben graag meer op de hoogte van het nieuws en de wereldwijde politiek. Toch denk ik dat ik persoonlijk eerder Nederlandstalige accounts zou volgen voor dit soort zaken. Of de wat meer mainstream accounts. | Ik ben een vrij luie Instagram gebruiker dus als post gaan over zaken waar ik niets zoveel van weet en mijn interesse niet wekken, scrol ik door. Ook heeft Nederlands mijn voorkeur dus die zou ik eerder liken/lezen. | Persoonlijk vind ik politiek erg lastig. En de post nodigen eerlijk gezegd niet uit voor iemand die al niet genoeg weet van politiek. Het geeft een beetje het gevoel van dat ik de tekst zo moet gaan studeren. | Ik vind nieuws in het Engels lezen niet fijn, dan begrijp ik het niet goed. Verder zit ik niet meer op Instagram omdat ik de hoeveelheid posts op mijn tijdlijn te veel vind. Ik haal mijn nieuws nu van nos.nl | Het hangt er van af of ik de onderwerpen interessant genoeg vind. | Veel artikelen zijn in het Engels, als ze in het Nederlands zouden zijn zou ik ze eerder lezen. | Omdat ik op mijn Instagram vooral zit voor de leuke foto's en de krant lees voor de meer opinie dingen en het nieuws. Ik heb dan niet zozeer behoefte aan een politiek account op Instagram. | 2/10 Mensen gebruiken Instagram voor foto's van vrienden en bekende mensen<br>4/10 Mensen volgen liever Nederlandse mainstream accounts<br>1/10 Weinig posts<br>3/10 Hangt af van de onderwerpen/foto's en politiek is wel lastig |



|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  | <p>blauw, maar zij hebben gele balkjes). De balkjes zijn rechthoekig, misschien kan je daar iets mee spelen (AD heeft bijvoorbeeld links strak en rechts rond het balkje af). De foto's zijn vrij eentonig, best donker qua geheel. Ik ben niet geneigd te 'klikken'. Ik vind de posts ook niet zoveel zeggend. Het is nu best wel een standaard foto + serie + titel (overigens, dat een van de posts meerdere foto's bevatte en je die kon</p> |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

|   |  |   |   |                                       |   |   |  |  |   |  |  |
|---|--|---|---|---------------------------------------|---|---|--|--|---|--|--|
|   |  |   | swipen viel me totaal niet op), en om echt te weten waar het over gaat móet je eigenlijk de caption lezen. Maar ik denk dat heel veel geen zin hebben om een lange caption te lezen. De foto op zichzelf moet eigenlijk al triggeren. |                                       |   |   |  |  |   |  |  |
| <b>Welke factoren spelen mee om een account te volgen en/of berichten te liken?</b> | Op het er verzorgd uit ziet. Ook speelt de frequentie van de posts mee. Ik wil niet overspoeld worden met posts. | Hoe vaak ze in mijn feed en verhaal komen en of ze mij aanspreken | De opmaak moet verfrissend zijn en passen bij de doelgroep. Ik weet niet wat de doelgroep is, maar volgens mij is het niet voor jongeren als ik het nu baseer op  | Taal, aantal volgers, de onderwerpen. | Als een merk me aanspreekt, de instaler up to date is (recent gepost) en er grafisch mooi uit ziet, volg ik altijd wel. | Kleine lange koppen. (pré voor de subcategorieën boven de koppen btw) Sommige foto's trekken wat minder aan. Veel lezen en niet via de post maar door op een linkje te klikken etc. | Originaliteit, lay-out van de feed. Op Instagram zie je soms wel 100 posts per keer. Bij mij blijven vaak de simpele posts hangen, omdat je vaak maar een paar seconden naar een | Europese politiek vind ik interessanter dan wereldpolitiek | De overzichtelijkheid, het niveau van de artikelen en het leesgemak | Interesse, kleurenprofiel, inhoud van de foto's en de authenticiteit van het account | 3/10 Frequentie, zowel niet te vaak als nooit 5/10 Of ze me aanspreken qua lay-out/verzorgd/overzichtelijk 1/10 Het aantal volgers |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |                            |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|----------------------------|
|  |  |  | <p>de lay-out. Lijkt meer iets voor mijn vader van zestig. De foto's moeten op zichzelf aanspreken, los van de caption of tekst. Als tekst in een foto staat moet deze duidelijk zijn met een prettig lettertype en goede kwaliteit. Als iets een interactie heeft, zoals swipen (de carrousel), zorg dan dat dat eruit springt, want het valt nu compleet weg tussen de andere foto's, terwijl een carrousel heel goed voor je engagement</p> |  |  |  | <p>post kijkt. Posts met te veel informatie scroll ik eerder door.</p> |  |  |  | <p>2/10 De onderwerpen</p> |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|----------------------------|

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  | <p>is als mensen swipen. Verder is het belangrijk om constant te posten. Minimaal één keer per dag is goed voor Instagram. Ideaal is volgens mij zelfs drie keer per dag. Afwisseling met video's zou ook helpen, want Instagram pusht video's meer dan foto's. Dat is heel goed voor je engagement . Kan ook een GIFje zijn in video-vorm. Interactie via story's bijvoorbeeld of in de comments is ook heel gunstig.</p> |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

|   |   |                  |                                    |                           |   |  |   |  |   |  |   |
|---|---|------------------|------------------------------------|---------------------------|---|--|---|--|---|--|---|
| <b>Zou u dit online magazine vertrouwen ?</b> | 4   | 4                | 4                                  | 4                         | 3   | 4  | 3   | 3  | 4   | 2  | 3,5   |
| <b>Waarom wel/niet?</b>                       | Het ziet er betrouwbaar uit. Post geen spam tussen de berichten door. | Nog weinig posts | Het ziet er wel professioneel uit. | Ziet er professioneel uit | Lastig. De soort berichten zou ik eerder vertrouwen bij mijn krant (Volkskrant) omdat ik dat medium al langer ken. Spectator is voor mij nieuw en onbekend dus dat vertrouwen zou moeten groeien. | Het ziet er professioneel uit. Maar het ziet er eerlijk gezegd ook erg commercieel uit. Vandaar geen 5 | Ik weet het niet, het ziet er goed uit opzich | Ik heb niet voldoende kennis van het magazine om te kunnen oordelen of het betrouwbaar is of niet. | Het ziet er betrouwbaar uit door het professionele taalgebruik en het vermelden van de gebruikte bronnen. | Ik vind het altijd lastig om de bron/schrijver achter een Instagram account 100% te vertrouwen. Dit heb ik ook al bij de NOS laat staan bij een minder bekende nieuwssite. Dit komt vooral omdat er zoveel nep nieuws wordt verspreid. | 4/10 Professioneel<br>2/10 Betrouwbaar (een zei betrouwbaar en professioneel)<br>1/10 kan bronnen van Instagramaccounts moeilijk vertrouwen<br>1/10 moeilijk om te zeggen omdat het weinig posts heeft<br>3/10 vinden het lastig om te zeggen omdat ze er nog niet echt bekend mee zijn en ze vinden dat het vertrouwen dan nog |

|  |  |  |   |  |   |   |   |   |   |   |   |
|--|--|--|---|--|---|---|---|---|---|---|---|
|  |  |  |   |  |   |   |   |   |   |   | moet groeien  |
| <b>Wat vindt u dat anders kan? Waarom?</b>             | Er zou wel duidelijker op de foto mogen staan waar het over gaat. Zodat de aandacht trekt. | Alles in 1 taal, misschien de directe link van het artikel in de post zetten als dat kan, misschien wat meer informatie in verhalen en die als een highlight, dus bijvoorbeeld een artikel daar uitgewerkt met interessante afbeeldingen etc | Denk dat ik dit al een beetje hebt geantwoord in voorgaande vragen, haha. | Een post met uitleg wie/wat het account is en inhoudt. Stories met dagelijkse updates bijv. voor meer engagement . | Ik zou meer willen zien wie er achter dit bedrijf staan; wie schrijft de artikelen, wie is er verantwoordelijk voor projecten etc. Misschien meer stories posten? | Pagina's met uitleg of al een deel uit de tekst. Dan weet je meteen wat beter waar het over gaat. | De tekst in capslock leest nu eenmaal niet zo snel. Ik ben bang dat dat mijn aandacht niet trekt en dat ik hem doorscroll omdat het minder makkelijk leest dan lowercase. | Consistenter zijn in het gebruik van Nederlands en Engels | Volledig Nederlandse artikelen. Dit leest makkelijker en is ook logischer aangezien Clingendael een Nederlands nieuwsmidium is. | Misschien duidelijker staten wat het doel is van de posts.                                | 2/10 Duidelijker maken wat het doel van de post is/waar het over gaat<br>3/10 Of NL of Engels<br>1/10 Meer posten, meer jongeren en kleuren (zie vorige antwoorden)<br>2/10 Meer uitleggen wie het bedrijf is<br>2/10 stories<br>1/10 Geen capslock gebruiken, dat leest niet makkelijk |
| <b>Wat vindt u het beste aan de posts/het profiel?</b> | De lay-out is echt sterk. Het zorgt ervoor dat ik de posts ook echt wil bekijken.          | De overzichtelijkheid en overal dezelfde lay-out, ook dat je direct kan zien waar een post over gaat   | De bio.   | De uitstraling   | De posts zijn volledig en informatief.  | link in de comments en stijl van de post. (alleen dan met of minder tekst, of tekst groter etc.)  | De foto trekt mijn aandacht en spreekt aan. Het past goed bij Instagram.  | De zeer toepasselijke foto's                              | De overzichtelijkheid   | De duidelijkheid van elke foto en dat alle posts bij elkaar een samenhangend geheel zijn. | 6/10 Lay-out geeft een goede inhoudelijke indruk<br>1/10 De bio<br>3/10 Foto's/Posts zijn volledig en informatief   |

|   |  |  |  |   |  |   |   |                                   |   |   |   |
|---|--|--|--|---|--|---|---|-----------------------------------|---|---|---|
| <b>Kunt u gemakkelijk navigeren naar de website?</b>  | 5  | 4  | 5  | 4   | 3  | 5   | 5   | 5                                 | 5   | 5   | 4,6   |
| <b>Zou u dit account aanraden aan anderen?</b>  | 3  | 3  | 1  | 3   | 3  | 2   | 4   | 3                                 | 4   | 2   | 2,8   |
| <b>Waarom wel/niet?</b>   | Ja voor mensen die geïnteresseerd zijn in de wereldpolitiek wel. Voor mensen die het meer voor het volgen van vrienden gebruiken misschien wat minder. | Omdat ik niet veel mensen ken die geïnteresseerd zijn in politiek  | Denk niet dat het hoe het er nu uit ziet dat het iets is voor mijn omgeving. | Als ik van mensen weet dat ze in dit soort zaken geïnteresseerd zijn dan zeker! | Aan vrienden die hierin geïnteresseerd zijn zeker! | Ik ken niet veel mensen die een magazine over politiek zouden willen volgen   | Mooie nieuwspagina, makkelijk via Instagram als je dat veel gebruikt.   | Neutraal                          | Het ziet er professioneel en serieus uit. | Nee, omdat ik niet iemand weet die hier geïnteresseerd in zou zijn. | 4/10 Nee, ik ken geen geïnteresseerden<br>3/10 Ja aan geïnteresseerden<br>1/10 Neutraal<br>2/10 Het is een mooie professionele en serieuze nieuwspagina |
| <b>Valt deze post op tussen de posts van de concurrentie (van andere nieuwsmedia/ kranten)?</b> | Ik weet het niet zo goed. Ik denk dat nieuwspagina's al snel best op elkaar lijken. Maar vind dat in vergelijking met andere nieuwspagina's deze er    | Sommige posts wel andere niet, een foto van bv Trump staat op elke nieuwssite maar die wereldkaarten bv niet | Niet echt denk ik.   | Niet per se   | Durf ik niet te zeggen.                            | Niet echt. Voornamelijk omdat de doelgroep van Instagram wat jonger ligt en veel media daarop inspelen door aardig wat uit te | Niet heel erg, daarvoor zou je misschien nog iets met kleur kunnen doen. Ik vind bijvoorbeeld De Speld altijd goed opvallen. Doordat je | Ik denk dat het gelijkwaardig is. | Nee                                       | Dat denk ik niet, al is de post wel duidelijk                       | 6/10 Nee dat denk ik niet<br>2/10 Ik weet het niet<br>2/10 Ik denk dat het al met al gelijkwaardig is<br>Aanbevelingen: Jongeren en kleur               |

|  |                       |   |  |   |   |                           |  |  |   |     |  |
|--|-----------------------|---|--|---|---|---------------------------|--|--|---|-----|--|
|  | erg geordend uit ziet |   |  |   |   | leggen in hun post.       | gelijk herkent dat het van De Speld is, ga je het lezen.   |  |   |     |  |
| <b>Wilt u nog wat kwijt? Of heeft u nog andere tips?</b> | Nee                   | Wat ik al zei, meer posts en verhalen en die verhalen dan in highlights | Hoop dat je iets hebt aan wat ik heb gezegd! Maar denk wel dat je in je hoofd moet houden dat ik niet echt politiek-geïnteresseerd ben. Weet niet of ik überhaupt Clingendael Spectator zou lezen. | / | - | Dat was 'm denk ik wel :) | Misschien ben ik niet een hele goede persoon om dit in te vullen omdat ik geen nieuws lees op insta :) | Misschien ook video's gebruiken met daar tekst in. | - | Nee | 8/10 Nee<br>1/10 Video's met tekst toevoegen<br>1/10 Meer posts, meer verhalen en verhalen in highlights |



De ingevulde vragenlijsten van Spectatorvolgers op Instagram

|  |                                       |   |  |   |  |  |  |  |                        |                                    |   |   |
|--|---------------------------------------|---|--|---|--|--|--|--|------------------------|------------------------------------|---|---|
| <b>(Insta)naam?</b>  | Sanne Zwart<br>@sannezwart            | Thomas Plomp<br>@thomasin.nl  | Reinier<br>@reinierv0s                       | M De Jonge<br>@dejongemireille                | Hannes Cools<br>@_hannescools  | Kimberly van der Linden<br>@klvdl  | Rik de Waard<br>@rikdewaard                | Johanna<br>@johannarick  | Deniz<br>@deniz.narili | Tim Haesebrouck<br>@timhaesebrouck | Dragan<br>@alcinovdragan  |   |
| <b>Leeftijd?</b>   | 25                                    | 21  | 23   | (heeft geen geldig getal ingevuld)            | 25   | 25   | 20   | 23   | 20                     | 34                                 | 31  | 24,7  |
| <b>Waarom volgt u de Clingendael Spectator op Instagram?</b> | (heeft geen geldig antwoord ingevuld) | Ik studeer internationale betrekkingen aan de Universiteit Utrecht en heb Clingendael altijd als zeer inspirerend ervaren. Vandaar dat ik ook via Instagram jullie wil volgen om up to date te blijven van de nieuwste artikelen. | Snel zien welke stukken er gepubliceerd zijn | Info in één oogopslag, fijn en overzichtelijk | Lijkt me interessant om op de hoogte te blijven van de artikels die online komen. Zo heb ik doorheen de dag niet altijd tijd om naar de website te surfen, waardoor ik vaak uit het oog verlies wanneer er nieuwe artikelen en analyses online komen. Instagram is een medium waar | Omdat ik op de hoogte wil blijven op de activiteiten en publicaties van Clingendael. | Om op de hoogte te blijven van de analyses | I use Instagram quite frequently and it's just nice to see interesting articles and then go to the browser to look it up. I do the same with all news channels and other organizations | Politics               | I study international politics     | I am following the work of the Clingendael Institute and this Instagram account helps me to stay informed about new papers, webinars organised by the Institute etc. Therefore, I find it very helpful. | 3/11 Politieke interesse (waarvan 2 vanuit de studie)<br>7/11 Up to date blijven wat er speelt<br>1/11 ongeldig antwoord ingevuld |

|   |  |   |                        |   |  |   |                  |   |                         |          |   |  |
|---|--|---|------------------------|---|--|---|------------------|---|-------------------------|----------|---|--|
|   |  |   |                        |   | steeds meer media gebruik van maken omdat ze zien dat ze daar ook nieuwe lezers vinden. Lijkt me dus een interessante aanvulling op het Twitteraccount.  |   |                  |   |                         |          |   |  |
| <b>Welke factoren spelen mee om een account te volgen en/of berichten te liken?</b> | Hoe vaak er gepost wordt, hoe betrokken ik me voel bij de posts, | De kwaliteit en de actualiteit van de artikelen zorgen ervoor dat ik hedendaagse conflicten kan begrijpen, iets wat bij universitaire literatuur niet up to date is. Via Instagram is het | Aantrekkelijkheid foto | Interesse, in het oog springende informatie | Bij Instagram draait het nog altijd om image first, al is het informeren of de boodschap die je brengt bijna even belangrijk. Een like in mijn geval is omdat ik het een interessant artikel vind, | Om een account te volgen: ik moet geïnteresseerd zijn in hun product/publicaties en of vaker een update wil zien. Om een bericht te liken: Ik like bericht als ik er hiermee eens ben. Vaak like ik | Zie vorige vraag | If I find the article interesting and want to know more | Length of posts. Photo. | Interest | Its content and the frequency of postings. High quality posted on a regular base. Similar to what Clingendael does. | 2/11 Frequentie<br>1/11 De actualiteit<br>2/11 Foto's (presentatie en aantrekkelijkheid van posts)<br>6/11 Interesse |

|  |                                       |  |                                |              |  |   |  |   |          |                                     |                                 |   |
|--|---------------------------------------|--|--------------------------------|--------------|--|---|--|---|----------|-------------------------------------|---------------------------------|---|
|  |                                       | makkelijk er op de hoogte te worden gehouden van deze nieuwe bevindingen dan zelf op zoek te gaan waar de artikelen staan, ook al probeer ik dat ook als toevoeging. |                                |              | en het ook daadwerkelijk ga lezen/gelezen heb.                     | publicaties die ik niet naar de #linkinbio moet. Het bericht moet duidelijk zijn in de post zelf want anders ga ik naar de link en vergeet ik het bericht te liken, ook al ben ik met het bericht eens. |  |   |          |                                     |                                 |   |
| <b>Hoe bent u op deze pagina terechtgekomen?</b> | De Clingendael website linkte me door | Bij een documentaire over het Diplomaten klasje werd Clingendael genoemd. Zodoende ben ik via de site ook op de instagrampagina gekomen.                             | Via de website van Clingendael | Via Facebook | Ik ben oud-stagiair, dus ik zie geregeld nog wel wat passeren :-). | Ik sta ingeschreven voor de nieuwsbrieven van Clingendael (per e-mail) maar ik wilde meer dagelijkse update in story/post formaat.  | De pagina werd aanbevolen door Instagram | I saw the post in the Clingendael Instagram's story | Facebook | I already new Clingendael Spectator | I searched for it on Instagram. | 3/11 Website Clingendael Spectator<br>2/11 Facebook Clingendael Spectator<br>2/11 Al eerder bekend met Clingendael<br>4/11 Via Instagram zelf |
| <b>Herkent u de</b>                              | 5                                     | 4  | 4                              | 5            | 4  | 5   | 3  | 4   | 5        | 4                                   | 5                               | 4,4   |

|  |   |  |   |                                     |   |   |                              |  |                           |                   |  |  |
|--|---|--|---|-------------------------------------|---|---|------------------------------|--|---------------------------|-------------------|--|--|
| <b>Spectator direct?</b>   |   |  |   |                                     |   |   |                              |  |                           |                   |  |  |
| <b>Waar blijkt dat uit?</b>  | Profielfoto en gebruik van taal                               | 1: de kleurencombinatie van wit en blauw, 2: de grote C, 3: de hashtags van Clingendael  | Logo met tekst op de foto                 | Beeld                               | De profielfoto en de stijl van hoe de berichten opgemaakt zijn. (zoals die dus ook op andere kanalen verschijnen) | Door het icoontje en de opmaak van de posts.                      | Het logo                     | I recognize the general Clingendael style with the blue logo                           | Clear branding            | Recognizable logo | I am familiar with the Clingendael logo. | 9/11 Het logo<br>1/11 Beeld<br>1/11 Branding   |
| <b>Wat valt u op aan deze posts/ het profiel van de Spectator?</b> | Ziet er jonger uit dan de uitstraling van Clingendael website | Dat er goed gebruik is gemaakt van foto's om de artikelen ook het juiste beeld te geven. | Allemaal dezelfde logo's met stukje tekst | Krachtige beelden die iets oproepen | De foto's zijn natuurlijk belangrijk en die zijn in de gekende stijl.   | Ze hebben allemaal een standaard formaat en een profesional look. | Een vast format van de posts | The posts already generate a thought approach - why does this matter/what is happening | Good use of brand colours | Dk                | Its high quality content.                | 1/11 Het ziet er jonger uit dan de website<br>4/11 Goed gebruik van foto's en kleuren van de Spectator<br>3/11 Uniformiteit in format en posts<br>2/11 De foto's roepen interesse op om het artikel te lezen<br>1/11 Weet niet |

|  |                        |   |                 |                               |                            |   |   |  |  |    |  |   |
|--|------------------------|---|-----------------|-------------------------------|----------------------------|---|---|--|--|----|--|---|
| <b>Wat trekt u aan?</b>  | Foto's                 | De caption van de posts nodigt uit om ook het desbetreffende artikel te lezen, dat zou ik dan vooral ook zo houden.   | Mooie foto's    | (Idem vorige vraag)           | De foto's                  | De thema's wat de Clingendael Spectator behandelt.                        | De foto's passend bij het onderwerp van de analyses | I like slide shows like the post about the western Balkans | Informative small texts with good images. Just what you need from a quick look on Instagram. | Dk | Its moderacy, professionalism, frequent updates. | 5/11 Foto's<br>2/11 De caption<br>1/11 De thema's<br>1/11 De slideshow van foto's<br>1/11 Weet niet<br>1/11 De professionaliteit  |
| <b>Wat voor gevoel geven deze posts/ het profiel van de Spectator?</b> | Ze roepen interesse op | Het voelt als een onafhankelijk kritisch profiel dat een nieuw inzicht probeert te geven in internationale politiek. Dat komt met name door de goede captions bij de posts. Verder straalt het gebruik van blauw en wit, net zoals bij de VN, rust en neutraliteit uit. | Krijg interesse | (Idem vorige twee antwoorden) | Informereren en verdiepen. | Altijd een serieuze analyse van de situatie en ook op betrouwbare manier. | Professionaliteit                                   | Ready to read more   | Informed   | Dk | Makes me feel more like part of the community.   | 6/11 Het roept interesse op<br>1/11 Het straalt rust en neutraliteit uit<br>1/11 Betrouwbaarheid<br>1/11 Professionaliteit<br>1/11 Weet niet<br>1/11 Het geeft het gevoel dat je deel uitmaakt van de gemeenschap |

|  |                            |   |                       |                                |  |  |  |                                |                                |    |   |  |
|--|----------------------------|---|-----------------------|--------------------------------|--|--|--|--------------------------------|--------------------------------|----|---|--|
| <b>Heeft u al posts geliked?</b>             | Ja                         | Ja  | Ja                    | Nee                            | Nee  | Nee  | Nee  | No                             | Yes                            | No | Yes   | 5/11 ja<br>6/11 nee  |
| <b>Waarom wel of niet?</b>                   | Interessante posts         | Het trok mijn aandacht naar het desbetreffende artikel, waardoor ik het waard vond om de post te liken. | Goede post            | Eerst nog even 'dieper' kijken | Ik volg jullie nog niet lang genoeg, maar binnenkort zal dat eerzeker van komen. | Vaak zijn het verwijzingen naar links in bio. Vaak zat ik al te scrollen en dan blijf ik scrollen i.p.v. naar het profiel navigeren en naar de website te gaan. Ik merk dat ik eerder via stories naar de website gaat. Als laatst, als er ook een citaat erbij was op het post zou ik hem eerder liken. | Geen bewust besluit om wel of niet te liken    | I just discovered the account  | .                              | Dk | Because I like it and because I understand how the Instagram algorithm works. | Indien ja:<br>3/11<br>Interessante posts<br>1/11 Trekt de aandacht<br>1/11 Weet niet<br>Indien nee:<br>3/11 Nog even afwachten voor wat er gaat komen<br>1/11 Door de link in bio<br>1/11 Het is er nog niet van gekomen<br>1/11 Weet niet |
| <b>Zou u dit online magazine vertrouwen?</b> | 5                          | 5   | 5                     | 4                              | 5  | 5  | 4  | 5                              | 5                              | 5  | 5   | 4,8  |
| <b>Waarom wel of niet?</b>                   | Naamsbekendheid Clingendae | Het feit dat er zoveel hoogopgeleide  | Bekendheid Clingendae | Neutrale, onafhankelijke       | Wederom als oud-stagiair weet ik als   | Ten eerste lijkt het online magazine   | Het ziet er professioneel uit, geen aanleiding | I trust in general the work by | Clingendae is a respected name | Dk | I trust Clingendae.   | 2/11 Naamsbekendheid   |

|  |  |   |  |                          |  |  |  |   |           |    |   |   |
|--|--|---|--|--------------------------|--|--|--|---|-----------|----|---|---|
|  | I in Nederland   | academische mensen bij Clingendael werken en de status die het heeft binnen de wereld van internationale betrekkingen geven het vertrouwen dat de inhoud van de artikelen op waarheid is gebaseerd. |  | berichtgeving            | geen ander dat er betrouwbaar en eloquente krachten zijn die de Spectator maken tot het magazine dat het vandaag is. | transparant en de auteurs van de artikelen zijn ook betrouwbaar. Verder zijn er referenties bij bepaalde artikelen. Als laatste is dit online magazine geassocieerd met het Clingendael Instituut dus ik geloof dat de artikelen op niveau zijn (en blijken ook zo te zijn). | om te gaan twifelen aan de betrouwbaarheid | Clingendael   |           |    |   | 2/11 Gerespecteerd instituut<br>1/11 Neutrale en onafhankelijke berichtgeving<br>2/11 Waarheidsgetrouwe berichtgeving<br>1/11 Het straalt professionaliteit uit<br>2/11 Vertrouwen in Instituut Clingendael<br>1/11 Weet niet |
| <b>Wat vindt u dat anders kan? Waarom?</b> | Wellicht nog iets persoonlijk er door mensen van Clingendael Spectator te laten zien | Er mag meer gebruik worden gemaakt van video's en "de story". Video's zorgen ervoor dat het uiterlijk van jullie  | Filter over foto's om ze in 1 stijl te krijgen | Nog geen mening hierover | Ik zou persoonlijk minder tekst toevoegen. Als gebruiker van Instagram neem je niet veel de tijd om een tekst te     | Ik vond de post van 5 oktober goed. Met meerdere foto's om een timeline gaf mij meer informatie direct voor dat ik die extrastap   | Ik heb geen concrete verbeterpunten        | So far, the majority of posts is about the EU and about bilateral relations - more posts about more diverse topics, countries | Not alot. | Dk | In my opinion- nothing needs to be changed. Honestly. | 1/11 De auteurs erbij betrekken<br>1/11 Meer features gebruiken, waaronder de video's en stories<br>1/11 Filters gebruiken  |

|  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|--|---|--|--|--|--|--|--|---|
|  |  | <p>homepage afwisselender is (en daardoor interessanter) en de story is een goede manier om meer mensen te bereiken en updates te ontvangen. Ook zou de podcast meer gepromoot kunnen worden op Instagram en vice versa omdat het meer volgers/luisteraars oplevert. Tot zou ik de podcast op frequentere basis willen horen, omdat het erg interessant is en er altijd veel</p> |  |  | <p>lezen, denk ik. Het beeld en de titel moeten voor zich spreken. Dat is soms wel een moeilijke oefening, maar het is uiteindelijk de bedoeling dat je een lezer naar je site krijgt en daarbij is het van belang om meer een teaser onder de foto te plaatsen dan een langer epistel.</p> | <p>n moest nemen (link in bio) en persoonlijk vind ik een "album" altijd interessanter (waarschijnlijk omdat het scrollen is).</p> |  | <p>would be interesting. I personally would love to hear more about environment or cybersecurity</p> |  |  |  | <p>1/11 Minder tekst toevoegen 1/11 Meer timelines maken, zoals de post van 5 oktober 5/11 Geen verbeterpunten 1/11 Meer posts of diverse onderwerpen</p> |
|--|--|--|--|--|---|--|--|--|--|--|--|---|



|  |                  |   |                       |                               |  |  |   |                             |          |    |  |   |
|--|------------------|---|-----------------------|-------------------------------|--|--|---|-----------------------------|----------|----|--|---|
|  |                  | gebeurt om over te praten.  |                       |                               |  |  |   |                             |          |    |  |   |
| <b>Wat vindt u het beste aan de posts/het profiel?</b> | Foto's zijn mooi | De link naar de website waar meer informatie te vinden is. Door korte maar toch duidelijke berichten te posten, nodigen jullie uit het gehele artikel via de site te lezen. | Zelfde logo met tekst | De heldere, krachtige beelden | De foto's in combinatie met de titel van het artikel vind ik wel geslaagd! | De inleiding of titel van de post zijn kort en krachtig. | Zoals gezegd spreken de foto's aan/passen bij de analyses | It's very clear and factual | Politics | Dk | That this way I can be informed about the work of Clingendae I and about what happens in the EU and the world. | 3/11 De foto's<br>3/11 Korte en duidelijke berichten nodigen uit<br>2/11 Zelfde uitstraling bij iedere post; vast format met logo<br>1/11 De politiek<br>1/11 Weet niet<br>1/11 Op de hoogte worden gehouden over de wereldpolitiek |
| <b>Kunt u gemakkelijk navigeren naar de website?</b>   | 4                | 5   | 4                     | 4                             | 4  | 5  | 4   | 5                           | 5        | 4  | 5  | 4,5   |
| <b>Zou je dit account aanraden aan anderen?</b>        | 4                | 4   | 4                     | 4                             | 5  | 5  | 4   | 4                           | 5        | 4  | 5  | 4,4   |

|  |  |   |   |                 |   |  |   |   |   |    |   |  |
|--|--|---|---|-----------------|---|--|---|---|---|----|---|--|
| <b>Waarom wel of niet?</b>   | Als ze interesse hebben in politiek, dan wel. Anders niet. | Zeker aan vrienden/kenissen die geïnteresseerd zijn in internationale politiek is dit kanaal het volgen waard, omdat het herinnert jullie artikelen te lezen. | Alleen als mensen interesse hebben in Clingendael of politiek | Waarom niet ;-) | Het is toch nog altijd een unieke stem in het medialandschap, vind ik.  | Het is een makkelijk en moderne manier om internationale nieuws te volgen en kritisch te blijven over de internationale gemeenschap. | Interessante inzichten  | Most of my friends study IR or EU Studies as well so I would refer some posts   | Good content  | Dk | It is very good, and I would want others to enjoy the benefits it offers. | 4/11 Alleen als ze ook interesse hebben in de politiek<br>1/11 Geen reden te verzinnen waarom niet<br>1/11 Unieke stem binnen het medialandschap<br>1/11 Gemakkelijk up to date blijven<br>3/11 Interessante content<br>1/11 Weet niet |
| <b>Valt deze post op tussen de posts van de concurrentie (van andere nieuwsmedia/kranten)?</b> | Ja   | Door de lay-out (blauw/wit/type tekst) pik ik het er vaak tussenuit maar misschien zou Clingendael zelf als logo nog iets                                     | Weet ik niet  | Ja              | Ik vind van wel. Het is de gekende stijl, zoals eerder gezegd, en dat lijkt me wel een goede houvast om je verder te onderscheiden. | Ja. Voor mij heeft deze account geen concurrentie met andere kranten/nieuwsmedia. Het gaat om wereldpolitiek en de                   | Ja, alleen zou vaker posten de berichten hoger in de tijdlijn laten komen denk ik | It reminds me of the Tagesschau (where I like the design of the posts more) with clear cut texts to photographs about current | Well not really. It will depend on the quality and if you will be keep posting regularly. Consistency is key. | Dk | Very much.  | 4/11 Ja<br>3/11 Door de herkenbare stijl valt het op<br>2/11 Weet ik niet<br>1/11 Er is geen concurrentie van andere media die   |

|   |             |   |     |  |   |   |   |  |                            |  |                  |   |
|---|-------------|---|-----|--|---|---|---|--|----------------------------|--|------------------|---|
|   |             | duidelijker op elke post te zien kunnen zijn.   |     |  |   | ontwikkelingen omtrent de internationale gemeenschap.   |   | developments   |                            |  |                  | zich focussen op de wereldpolitiek<br>1/11 Nee (dit kan veranderen door frequenter te posten)   |
| <b>Wilt u nog iets kwijt? Heeft u nog andere tips voor ons?</b> | Ga zo door! | Breidt de podcast uit aangezien jullie een gigantisch internationaal interessant netwerk hebben waarmee jullie podcasts kunnen maken. Bovendien is dat echt een populair en nieuw medium waarop veel te behalen valt. Voor Instagram specifiek zou ik | Nee | Dit was wel een vrij lange vragenlijst voor de huidige invulling van Insta ;-), maar vooral ermee doorgaan ! Dank. | Kijk zeker ook wat de concurrentie doet, daar kan je heel veel uit leren. Dat hoeven niet altijd Nederlands media te zijn, er zijn vast ook Amerikaanse media die hier heel goed in zijn. (Politico, Vox, Washington Post...) | Misschien een quote van de artikelen zelf in de posts zetten. En misschien ook in de titel de auteur van het artikel alvast benoemen. | - | I would suggest changing the design of the posts - to ensure people know it's Clingendael<br>I you could add the logo as most newspaper do | I want to win the books :D | Content on ig is to limited to answer open questions | No. All is well. | 3/11 We zijn op de goede weg, geen op- of aanmerkingen<br>1/11 Frequenter posten om volgers tevreden te houden<br>1/11 Houd de concurrentie (ook in Amerika) goed in de gaten<br>1/11 Aanvullingen op de post door de auteur te benoemen/taggen |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  | vooral meer posten, hoe meer hoe beter zelfs. Zo hou je de volgers tevreden en geïnteresseerd. |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 1/11 Het design aanpassen, zoals het logo duidelijker laten zien<br>3/11 Geen veranderingen<br>1/11 De content op Instagram is te beperkt om hier antwoord op te geven |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

## Bijlage 4: Bronnenlijst

- Benders, L. (2020a, augustus 18). *Validiteit en betrouwbaarheid vaststellen in je scriptie*. Scribbr. <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/validiteit-en-betrouwbaarheid-vaststellen-scriptie/>
- Benders, L. (2020b, augustus 24). *Triangulatie (mixed methods) in je scriptie*. Scribbr. <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/triangulatie-mixed-methods/>
- Benders, L. (2020c, 2 oktober). *Enquêtes correct gebruiken in je scriptie*. Scribbr. <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/enquete-in-je-scriptie/>
- Benders, L. (2020d, oktober 23). *Validiteit en betrouwbaarheid in een enquête*. Scribbr. <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/validiteit-en-betrouwbaarheid-ee-enquete/>
- Clement, J. (2020, 24 juli). *Instagram: age distribution of global audiences 2020*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/#:%7E:text=Instagram%20users,91%20million%20Instagram%20users%20each>
- Coopr. (2017, 29 juni). *Een concepttest vertelt je of je content aanslaat bij de doelgroep*. <https://www.coopr.nl/blog/een-concepttest-vertelt-je-of-je-content-aanslaat-bij-de-doelgroep>
- Koetsenruijter, W., & Hout, T. (2018). *Methoden voor Journalism Studies* (2de editie). Amsterdam University Press.
- Reuters. (2020). *Digital News Report Nederland 2020*. Commissariaat voor de Media. <https://www.mediamonitor.nl/wp-content/uploads/Reuters-Digital-News-Report-2020.pdf>
- Survey Monkey. (2020). *Methoden en voorbeelden voor het testen van concepten*. Geraadpleegd 10 oktober 2020, van <https://nl.surveymonkey.com/mp/concept-testing/>
- Verhoeven, N. (2014). *Wat is onderzoek ?* (5de editie). Boom Lemma.