



# WIE JARIG IS TRAKTEERT

Uitgevoerd door : Mick Alberts

In opdracht van : De Gelderlander

Jaar : 2023

Locatie : Kaapstander 24, Nijmegen

## **Inhoudsopgave**

<b>1. ‘DE KRANTENKLOOF’</b>	<b>4</b>
<b>2. THEORETISCH KADER</b>	<b>7</b>
2.1 Gelderlander conformeert zich	7
2.2 Literatuur omtrent nieuwsconsumptie	9
2.3 Concepten	13
<b>3. METHODE</b>	<b>14</b>
3.1 Design	14
3.2 Sample	15
3.3 Procedure	16
3.4 Meetinstrument	17
3.5 Constructen	18
3.6 Stimulusmateriaal	20
3.7 Data Analyse	20
3.8 Beschrijving Doelgroep Tijdstip 1	21
<b>4. RESULTATEN</b>	<b>22</b>
4.1 Hypothese 1	22
4.2 Hypothese 2	23
4.3 Hypothese 3	23
4.4 Hypothese 4	23
4.5 Hypothese 5	24
4.6 Kwalitatieve benadering	24
<b>5. CONCLUSIE &amp; DISCUSSIE</b>	<b>26</b>
<b>LITERATUURLIJST</b>	<b>29</b>
<b>Bijlage A: Power</b>	<b>33</b>
<b>Bijlage B: Construct &amp; Cronbach’s alpha.</b>	<b>34</b>

<b>Bijlage C: Vragenlijst</b>	<b>39</b>
<b>Bijlage D: Opleidingsniveau</b>	<b>53</b>
<b>Bijlage E, Armoedekaart Nijmegen</b>	<b>55</b>
<b>Bijlage F: Locaties Voedselbank</b>	<b>56</b>
<b>Bijlage G: Anova Within-Subjects Effects</b>	<b>57</b>
<b>Bijlage H: Reactiemail na deelname verzoek</b>	<b>64</b>

## 1. ‘De Krantenkloof’

Ondanks dat Nederland een van de meest welvarende landen ter wereld is, is armoede geen onbekend begrip in ons land. We spreken van leven in armoede als het inkomen onder een bepaalde koopkrachtnorm ligt. In 2022 stelt het CBS de armoedegrens voor een alleenstaande op 1130 euro netto per maand. Voor een paar zonder kinderen was dat 1590 euro, en met twee minderjarige kinderen 2170 euro. Voor een eenoudergezin met twee minderjarige kinderen bedroeg de grens 1720 euro (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2022). De economische kloof tussen rijk en arm in Nederland is in de laatste decennia sterker toegenomen dan voorheen verwacht (Salverda et al., 2013). Door toenemende inflatie en verdere economische problematiek, gecreëerd door geopolitieke conflicten, in 2023 is het nóg groter worden van de economische kloof slechts een kwestie van tijd. In Nijmegen is dit niet anders.

Ruim 17.000 huishoudens, en wel 30.000 inwoners, leven in armoede in de stad (Willems, 2022). Door de stijgende prijzen betreft voedsel en energie verwacht men in Nijmegen een grote toename bij mensen die leven in armoede (NOS, 2022). Deze toename is zichtbaar bij de voedselbanken te Nijmegen waar er sprake is van een flinke stijging in deelnemers. Waar er voor de zomer 700 leden waren, is er nu sprake van 1000+ leden (De Winter, 2022). In dit onderzoek zal er specifiek gekeken worden naar armoede in Nijmegen met als voorbeelden de stadsdelen Lindenholt en Dukenburg.

Uit de gegevens van de gemeente Nijmegen (Gemeente Nijmegen, 2022) blijkt dat, wanneer we kijken naar het aantal huishoudens dat gebruikmaakt van inkomstenregelingen, beide stadsdelen in negatieve zin opvallen. Het Nijmeegse gemiddelde is 17%. Dukenburg scoort 7 procentpunt hoger met 24%. Kijkend naar naastgelegen stadsdeel Lindenholt, toont het ons een score van 18%. In beide gevallen, weliswaar dat Lindenholt net erboven zit, scoren de stadsdelen gemiddeld hoger in het gebruik maken van inkomstenregelingen. Als we kijken naar het aantal huishoudens met een inkomen van 130% sociaal minimum zien we in Dukenburg een soortgelijke trend. Daar zien we dat Dukenburg met 28% wéér boven het Nijmeegse gemiddelde van 22% zit. Lindenholt daarentegen scoort gemiddeld gezien lager dan het Nijmeegse gemiddelde 18%. (Gemeente Nijmegen, 2022). Gemiddeld genomen zien we, wanneer we naar inkomen kijken, dat beide stadsdelen negatief hoger scoren dan het Nijmeegse gemiddelde.

Ook als we naar opleidingsniveau kijken zien we dat ook hierin beide stadsdelen in negatieve zin hoger scoren op laagopgeleid. Dukenburg 35% en Lindenholt 32%. Het

gemiddelde percentage laagopgeleiden ligt in Nijmegen op 21% (Bijlage F). Dit zijn aanzienlijke verschillen, respectievelijk 14 en 11 procentpunt (Gemeente Nijmegen, 2022).

Uit de cijfers blijkt óók dat de stadsdelen Dukenburg en Lindenholt gemiddeld genomen meer te maken hebben met armoede (Bijlage G). Het vaker voorkomen van laagopgeleiden is niet verrassend. Het opgroeien in armoede leidt op latere leeftijd tot een verminderende kans op de arbeidsmarkt (Vroman et al., 2016). De stadsdelen Dukenburg en Lindenholt zijn in zekere mate representatief voor andere stadsdelen over het kanaal in Nijmegen.

Er zijn verschillende negatieve gevolgen van het leven in armoede. Denk hierbij aan een verminderende kans op een goede opleiding. Ook leidt het tot een mindere mate van toegankelijke gezondheidszorg, weinig geld leidt immers vaak tot een vergroot gevoel van stress, en het gevoel van sociaal ongemak (Armoede in Nederland, 2022). Als men in armoede leeft beschikt het over beperkte financiële middelen. Dit zorgt voor een verminderende participatie aan publieke activiteiten, omdat het geld er niet voor is. Ook jezelf verplaatsen is een stuk lastiger, omdat iemand in geldnood beperkte beschikking heeft over transport. Hierdoor is een belangrijk aspect van de mens, namelijk het in contact komen met anderen, een stuk lastiger geworden. De dreiging die zich hieruit ontwikkelt is sociaal isolement (Armoede in Nederland, 2022). Ook hierin scoren de stadsdelen Dukenburg 19% en Lindenholt 15% weer in negatieve zin hoog. Het ervaren van onvoldoende contact met de wereld om hen heen ligt gemiddeld genomen weer boven het Nijmeegse gemiddelde 12% (Gemeente Nijmegen, 2022).

Een belangrijk ‘wapen’ van sociaal isolement is nieuws. Al vanuit de oertijd is de mens *hardwired* voor nieuws (Shoemaker, 1996). Weliswaar toen der tijd om gevaar in de gaten, toch kan de vergelijking gemaakt worden met het heden. De mens heeft nieuws nodig om de wereld om zich heen te verklaren (Shoemaker, 1996). En juist hierin ligt het probleem nu. Nieuwsvoorzieningen zijn vandaag de dag niet meer voor iedereen. De alsmaar groeiende kloof tussen rijk en arm heeft geleid tot de zogenaamde ‘nieuws kloof’.

Ron Meyer, voormalig SP lid, luidde in zijn verhaal ‘De Krant van de Buurvrouw’ de noodklok over de negatieve ontwikkeling omtrent nieuwsgebruik van mensen die leven in armoede (Meyer, 2022). Het blijkt dat nieuwsvoorzieningen niet te betalen zijn. Mensen die in armoede leven zijn afhankelijk van nieuws dat gratis gepubliceerd of beschikbaar is. De realiteit toont dat dit aanbod vaak beperkt is en zonder enige vorm van verificatie. Een veelvoorkomend iets op sociale media. Een extra klik op een volgend bericht leidt vaak tot een automatische betalingsbarrière. Met andere woorden: nieuws is niet even toegankelijk

voor ieder individu. Dit leidt mogelijk tot passiviteit en het ‘News finds me’ principe.

Dit principe stelt dat de mens niet langer actief op zoek naar nieuws gaat, omdat het een gevoel heeft dat nieuws toch wel tot hen reikt (Strauß et al., 2021). Vroeger koos men andere nieuwsvormen op basis van het prefereren van een bepaald medium. Vandaag de dag is die keuze weg door geldproblematiek. Dit leidt tot een splitsing in de samenleving waarin de ‘rijke’ Nederlander een geïnformeerd burger is en de ‘arme’ Nederlander niet, oftewel de ‘krantenkloof’.

Een democratisch land als Nederland, met verschillende overheids- en gemeentestellingen is gebaat bij een goede nieuwsvoorziening. Zonder nieuws immers geen geïnformeerd burger die mee participeert in de democratie. Een trend is al zichtbaar die aantoont dat het aantal mensen dat nieuws ontwijkt groter wordt (Skovsgaard & Andersen, 2020). Het vermijden van nieuws leidt tot een groter geloof in desinformatie en wantrouwen in de politiek (Altay et al., 2023). Het gevaar van polarisatie dreigt.

De Gelderlander, de regionale krant van de provincie Gelderland, onderschat deze problematiek niet en ziet het belang in dat ook de ‘arme’ kant van haar stad geïnformeerd moet zijn. Toegang tot nieuws leidt tot een stijging in politieke kennis een verlagend effect van desinformatie, aldus Altay et al. (2023). Lokaal nieuws zou ook kunnen helpen bij het verminderen van polarisatie (Ellger et al., 2020).

De Gelderlander is jarig dit jaar. Het viert haar 175<sup>ste</sup> verjaardag en wie jarig is, trakteert. In het kader van het 175-jarig bestaan start De Gelderlander een project dat als doel heeft inzicht te vergaren over de effecten van het uitdelen van een gratis jaarabonnement bij kansarmere Nijmegenaren (digitaal of papier). Dit onder de filosofie: “nieuws is niet gratis, maar moet voor iedereen bereikbaar zijn” (Gerritsen, 2023). De doelstelling van het project is het ‘empoweren’ van kansarme Nijmegenaren. In andere woorden, het stimuleren en aanzetten tot een verhoogde participatie bij lokale en regionale kwesties bij mensen uit de lage inkomensklasse.

Door de gemeente Nijmegen zijn er al verscheidene onderzoeken gedaan in het verleden met betrekking tot de nieuwsconsumptie in de stad Nijmegen. Enerzijds schaft dit belangrijke en waardevolle basisinformatie over het mediagebruik van de Nijmegenaren betreft welke applicaties of nieuwsvoorzieningen men gebruikt, anderzijds is deze data veelal gedateerd (2014 & 2018) en wellicht niet meer representatief is voor het heden of de specifieke doelgroep.

Uit voorgaand mediaonderzoek van de gemeente Nijmegen (Media-onderzoek Nijmegen Eindrapportage, 2014) blijkt dat er nog steeds behoefte bestaat aan de traditionele

krant. Uit de antwoorden van de respondenten bleek dat 61% van de Nijmegenaren aangaf De Gelderlander te lezen (Media-onderzoek Nijmegen Eindrapportage, 2014).

Waar voorheen in de mediarapporten van de gemeente Nijmegen vooral gekeken is naar de verschillen in het gebruik van media tussen de verschillende wijken en leeftijdscategorieën binnen Nijmegen, zal dit onderzoek hiervan afwijken. In dit onderzoek wordt er naar het mediagebruik van de kansarme Nijmegenaren gekeken. Het onderzoek kijkt naar het effect op participatie in de omgeving en het effect op welzijn van de burger, door middel van een gratis jaarabonnement op De Gelderlander. Het onderzoek is een wetenschappelijke toevoeging op het bestaande overzicht over het mediagebruik van de stad Nijmegen, omdat naast het bestaande overzicht van mediagebruik in Nijmegen, er gekeken wordt naar wat de effecten zijn van gratis nieuwsvoorziening bij mensen die zich normaliter geen jaarabonnement kunnen veroorloven.

Verder zouden resultaten eventueel gedeeld kunnen worden om aan te tonen bij de gemeente, voor eventuele subsidies, dat de armere bevolking van Nijmegen wel degelijk gebaat zou kunnen zijn bij gratis nieuwsvoorziening. Er wordt dus niet gekeken naar welk media de doelgroep gebruikt, maar er wordt gekeken naar in hoeverre het beschikken over een jaarabonnement leidt tot een beter welzijn en de stimulans tot meer participatie in hun omgeving. De vraagstelling, voortvloeiend uit de doelstelling, behorend bij het onderzoek luidt dan ook: wat is het effect van een gratis nieuwsvoorziening op een Nijmegenaar die leeft in armoede?

## **2. Theoretisch kader**

### **2.1 Gelderlander conformeert zich**

De technologie heeft zich de afgelopen tijd sterk ontwikkeld omtrent (digitale) media. De mens bevindt zich in een tijd van een constant veranderend gebruik van geletterdheid die heeft geleid tot digitalisering van onze maatschappij (Dufva & Dufva, 2019). De switch van gedrukte tekst naar digitaal tekstgebruik lijkt alsmaar groter te worden en spreidt zich uit tot alle uithoeken van ons dagelijks leven. We worden alsmaar afhankelijker van digitale techniek. Deze trend is ook zichtbaar bij De Gelderlander. Op 1 februari 2023 beschikt De Gelderlander over 110.058 abonnees. Zie Tabel 1 voor verhouding.

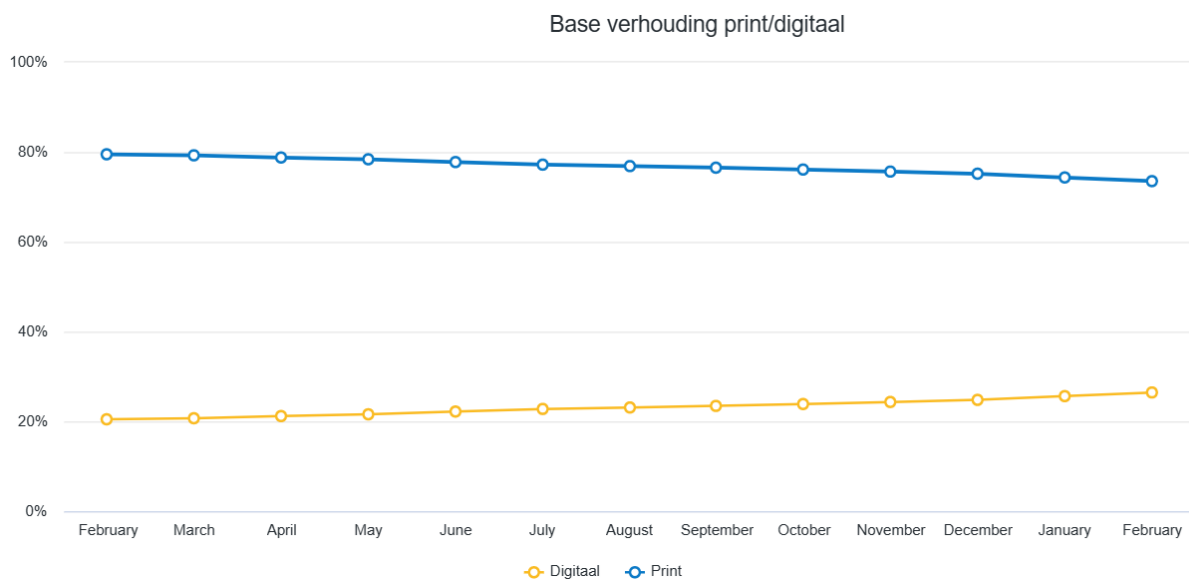
**Tabel 1**

*Verhouding Abonnementen De Gelderlander Per 1 februari 2023*

Compleet	Hybride	Digitaal Premium	Digitaal Basis	Print Only
78.733	10.122	9247	9751	2205

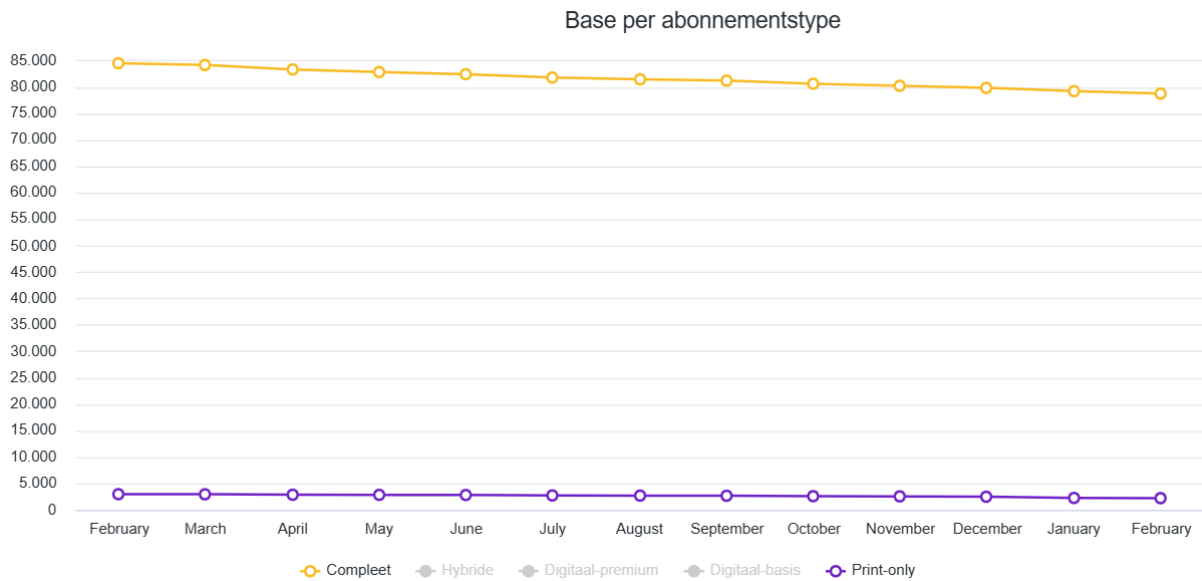
Alleen al kijkend naar de verhouding van digitale en papieren krantenabonnees is er een verschuiving zichtbaar. In februari 2022 was de verhouding van abonnementen 80% print en 20% digitaal. Een jaar later in februari 2023 was dit al 74% om 26%. Een verschil van zes procentpunt in slechts 12 maanden tijd. Zie (Figuur 1.1) ter verduidelijking. Abonnementen die bestaan uit gedrukte teksten zoals de complete versie en de *print-only* vertonen in het afgelopen jaar juist een daling (Figuur 1.2). Digitaal is immers de toekomst. Dit komt tot uiting in de stijgende lijn bij de digitale abonnementsvormen (Figuur 1.3). De figuren laten ons zien dat De Gelderlander mee beweegt met het huidige nieuws- & mediaklimaat en de digitalisering van de samenleving.

*Figuur 1.1*

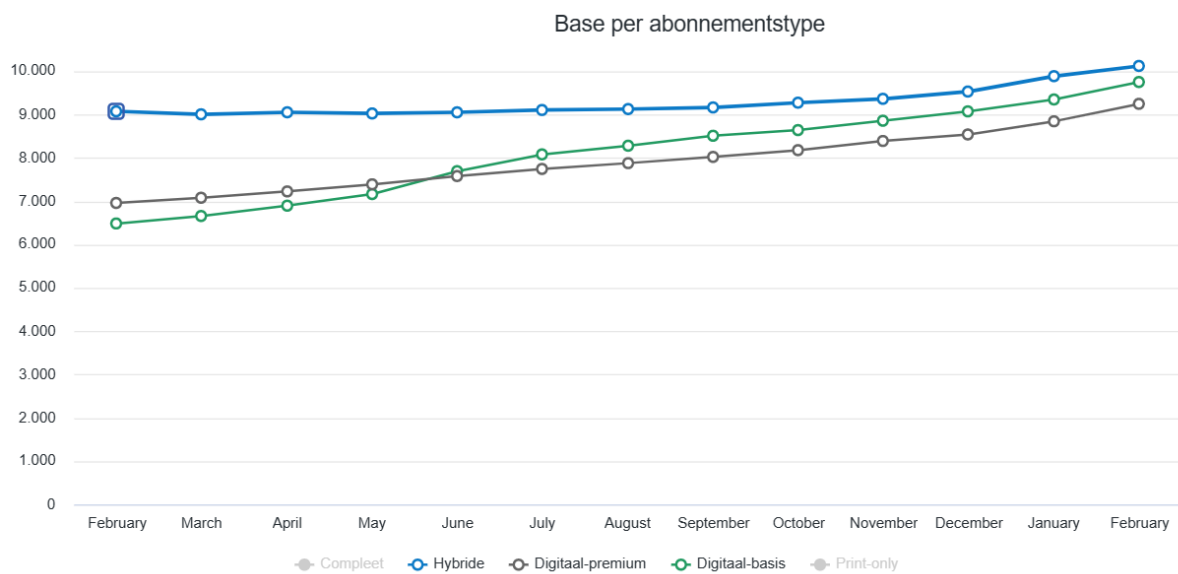




Figuur 1.2 Papieren Abonnementen



Figuur 1.3 Digitale Abonnementen



## 2.2 Literatuur omtrent nieuwsconsumptie

Zoals voorheen genoemd, is het toegang hebben tot nieuws een indicator van een groter vertrouwen in de politiek en een groter vertrouwen in de media (Altay et al., 2023). Hiermee gepaard wel de keerzijde dat wanneer men geen nieuws leest het een afkeer ontwikkeld tegenover de politiek en groter wantrouwen creëert jegens de media, aldus Altay et al. (2023). Het lezen van lokaal nieuws zou een positief effect hebben op de omgeving van de lezer (Ellger et al., 2019). Toch bestaat er ook verschil tussen de vormen tekst van

nieuwsbronnen.

Er is al verschillend onderzoek gedaan naar het verschil in gedrukte en digitale tekst en de mogelijke effecten hiervan. Een belangrijk element bij het verschil in tekstverwerking tussen geschreven en digitale tekst is snelheid. In de jaren negentig, de begintijden van elektronisch lezen, toonde onderzoek (Dillion, 1994) aan dat het lezen van precies dezelfde tekst via online of digitaal wel 20% tot 30% langer duurt dan het lezen van een gedrukte tekst. Deze resultaten zijn echter gedateerd en niet langer representatief voor de huidige tijd. Een recenter onderzoek (Kong et al., 2018) duidde middels een meta analyse al aan dat er vandaag de dag geen verschil meer bestaat in de verwerkingssnelheid van digitale of papieren tekst. Een opmerkelijk verschil dat ons een verandering door de jaren heen toont. De factor snelheid lijkt daarmee geen rol meer te spelen in het verwerken van tekst, toch zit er wel degelijk verschil in wat men onthoudt via de verschillende vormen van tekst. ‘Begrip’ speelt daarbij een grote rol.

Onderzoek van Goodwin et al. (2020) sluit aan bij de verschuiving van papieren tekst naar digitale tekst. Centraal in het onderzoek staat of er verschil bestaat in het leren en onthouden van tekst tussen gedrukte of digitale tekst. Als doel had het onderzoek om te kijken welke informatiebron leidt tot een betere mate van onthouden bij het lezen van teksten. Het bleek dat het lezen van papieren tekst leidt tot het beter onthouden van langere teksten, aldus Goodwin et al. (2020). Er bestaat ook een positieve relatie tussen gedrukte tekst en het onthouden van gezondheid gerelateerde teksten. Men slaat kennis over gezondheidsrisico’s beter op wanneer het gepresenteerd wordt in een traditionele gedrukte bron, concluderen Haddock et al. (2020).

Onderzoek (Hou et al., 2017) stelt twee mechanismes op die de verschillen in leesresultaten tussen gedrukte en digitale teksten kunnen verklaren. Ten eerste is er bij het lezen van digitale teksten géén sprake van een zogenaamde ‘anker’. Dit maakt het voor de lezer moeilijker om stukken informatie in de tekst te lokaliseren. Ten tweede, de sensomotorische betrokkenheid. Die is bij digitale tekst vele malen hoger dan bij een papieren tekst, aldus Hou et al. (2017)

Onderzoek van Kong et al. (2018) sluit zich hierbij aan. Het lezen van een papieren tekst leidt tot een grotere mate van ‘begrip’ dan een digitale tekst, omdat het lezen van digitale tekst een grotere cognitieve lading vereist in vergelijking van papieren tekst (Kong et al., 2018). Men is hierdoor geneigd om sneller door de digitale tekst heen te gaan dan een papieren versie (Trakhman et al., 2019).

Er is dus sprake van een verandering in tekstverwerking tussen de beide vormen van

tekst. Zoals voorheen vermeld is de mens constant in ontwikkeling betreft digitale tekstverwerking. De snelheid van tekstverwerken digitaal of papier changeert nauwelijks meer en is voor digitaal en papier vandaag de dag hetzelfde. Echter maken we met de dag meer gebruik van technologie. Dit heeft ook gevolgen voor ons 'begrip'.

Onderzoek van Schwabe et al. (2022) concludeert dat in een paar jaar tijd het verschil tussen het verwerken en onthouden van digitale en papieren tekst óók is verdwenen. Uit de resultaten blijkt zelfs dat het lezen via een digitaal device een klein voordeel kan opleveren met betrekking tot 'begrip', aldus Schwabe et al. (2022). Lezen van digitale tekst zou meer ondersteunend zijn dan afleidend (Schwabe et al., 2022).

Toch lijkt er, ondanks het verdwijnende verschil tussen 'begrip' en snelheid van tekstverwerking, een blijvende behoefte te bestaan aan gedrukte tekst. Deze trend is expliciet zichtbaar bij adolescenten (Loh & Sun, 2019). Tegenstrijdig met de gedachtegang dat volwassenen volledig geïntegreerd zijn in een digitale en technologische wereld, is er nog altijd sprake van een voorkeur voor gedrukte bronnen. Vooral wanneer men zich in een leeromgeving bevindt bestaat er een voorkeur voor papieren tekst (Liu, 2022). Een mogelijke verklaring hiervoor is dat papieren tekst zorgt voor minder afleiding, aldus Liu (2022). Verder wordt het lezen via een digitaal device als lastiger ervaren (Clinton, 2019). Het grootste argument voor het prefereren van gedrukte bronnen is nog altijd simpelweg gewenning, concludeert Clinton (2019).

Maar hoe is de verhouding gedrukte krant en digitale krant dan bij de Nijmegenaren? Uit mediaonderzoek van de Gemeente Nijmegen (2018) blijkt dat de site van De Gelderlander het meest gebruikt wordt. Één op de vijf Nijmegenaren leest dagelijks content van deze site en 13% doet dat wekelijks. Onder de Nijmegenaren is De Gelderlander dan ook het meest geliefd, maar liefst 86% van de Nijmegenaren is bekend met De Gelderlander.

Daarnaast is er gekeken in welke mate Nijmegenaren gebruik maken van de gedrukte versie van de Gelderlander. 28% doet dat dagelijks, 15% wekelijks, 17% maandelijks en 10% minder vaak. 23% leest nooit in de Gelderlander (Gemeente Nijmegen, 2018). Verder laat het mediaraapport (2018) zien dat kranten veruit het meest worden genoemd als informatiebron voor lokaal nieuws bij de Nijmeegse bevolking (50%). Het gaat vaker om een digitale versie (25%) dan een papieren krant (19%) (Gemeente Nijmegen, 2018).

Interessant is daarom om te kijken naar wat het effect is van een gratis nieuwsvoorziening, en het verschil tussen de gedrukte of digitale versie, bij Nijmegenaren in armoede. De factoren tijd en preferentie lijken een rol te spelen. Hieruit voortvloeiend worden de volgende hypothesen opgesteld (Tabel 2).

## **Tabel 2**

### *Hypotheses*

---

*H1:*

*Zowel groep A als B geniet op tijdstip twee van een hogere mate van ervaren toegang tot nieuws dan op tijdstip een.  
een.*

*H2:*

*Zowel groep A als B geniet op tijdstip twee van een hogere mate van invloed op de wereld dan op tijdstip een.*

*H3:*

*Zowel groep A als B geniet op tijdstip twee van een hogere mate van zelfvertrouwen dan op tijdstip*

*H4:*

*Zowel groep A als B geniet op tijdstip twee van een hogere mate van sociale cohesie dan op tijdstip een.*

*H5:*

*Zowel groep A als B geniet op tijdstip twee van een hogere mate van vertrouwen in keuzes kunnen maken dan op tijdstip een.*

---

## **Tabel 3**

### *Definiëring groepen*

---

*Groep A*

*Krijgt toegang tot de volledige website van de krant + toegang tot de online variant van de papieren krant*

*Groep B*

*Krijgt toegang tot de volledige website van de krant + toegang tot de online variant van de papieren krant alleen + de papieren krant*

---

## 2.3 Concepten

### *‘Krantenkloof’*

Uit de economische ‘kloof’, die de inkomensongelijkheid in Nederland toont, is de zogeheten ‘krantenkloof’ ontstaan. Door een gebrek aan financiële middelen bij de burger is men minder in staat om te beschikken over abonnementen op nieuwsinstanties. In dit onderzoek specifiek de casus De Gelderlander. De toenemende inkomensongelijkheid heeft als neveneffect een informatieongelijkheid. De mensen in financiële nood kiezen vaker voor primaire levensmiddelen en hebben te weinig geld over om nieuws te consumeren. Hierdoor ontstaat er een ongelijke verhouding in nieuwsconsumptie. De toegang tot de krant is niet voor iedereen hetzelfde. Ron Meyer (2022) licht in zijn bericht verschillende effecten uit van het geen toegang hebben tot de krant. Zo hebben mensen die geen toegang hebben tot de krant minder vertrouwen in overheidsinstanties, een mindere opkomst bij stemmingen en mensen die leven in armoede gaan statistisch gezien eerder dood.

### *‘Armoede’*

Allereerst zal er duidelijkheid gegeven moeten worden over het concept armoede in dit onderzoek. Armoede valt op vele manieren te definiëren. Zo kan men spreken over absolute en relatieve armoede. Bij absolute armoede kijkt men naar de eigen portemonnee. Of iemand dus arm is hangt af van zijn inkomsten. Er wordt hierbij niet gekeken naar de omstandigheden of de omgeving van de persoon. Bij relatieve armoede is er juist wel sprake van die vergelijking. Er wordt dan wel rekening gehouden met hoe het inkomen van de persoon in contrast staat met de omgeving of maatschappij. In lekttaal vergelijk je degene met de ‘normale’ burger. In dit onderzoek wordt gebruik zowel gemaakt van de relatieve als absolute benadering van armoede. Participanten zijn immers geworven via verschillende hulp- & bijstand organisaties die hun leden vooraf, middels zorgvuldige selecties, geselecteerd hebben. Deze instanties houden rekening met het feit dat ook mensen die absoluut gezien nog net voldoende beschikken over financiële middelen toegang krijgen tot deze diensten. Instanties als de Voedselbank, Bindkracht10, Vincentius Vereniging en Quiet (alle te Nijmegen) zijn voorbeelden van instanties waarmee is samengewerkt in dit onderzoek.

### *‘Welzijn/Zelfvertrouwen’*

In dit onderzoek gaan we opzoek naar het effect van een gratis jaarabonnement op het welzijn van de respondent. Welzijn zal in dit onderzoek gedefinieerd worden als het begrip dat de mate van vertrouwen in het eigen kunnen meet. In andere woorden: zelfvertrouwen. De

vragen die welzijn en zelfvertrouwen meten, zijn gebaseerd op de ‘self-esteem’ questionnaire van Rosenberg (1965). Een veelal gebruikte vragenlijst binnen de communicatiewetenschap (Bijlage 3). Welzijn en zelfvertrouwen zijn belangrijke begrippen omdat het de basis is voor een autonoom leven. Vertrouwen in eigen kunnen is immers indicator nummer één voor het gevoel van autonomie (Branden, 2021).

### *‘Sociale cohesie’*

De mate van participatie/sociale cohesie is een belangrijk concept in dit onderzoek. Het vermoeden bestaat sterk dat mensen uit de geselecteerde doelgroep een mindere mate van zelfvertrouwen hebben om zelf dingen te ondernemen in hun omgeving. Dit doordat ze onvoldoende geïnformeerd zijn en veelal over te weinig geld beschikken om zich fysiek te verplaatsen. De verwachting is dat het gebrek aan kennis leidt tot een verminderd gevoel van sociale cohesie.

Uit onderzoek blijkt dat het uitwisselen van informatie en kennis een positief effect heeft op de sociale relaties van de mens (Goh et al., 2017). Verder toont onderzoek (Rios et al., 2012) aan dat er een positief effect bestaat tussen het beschikken over veel cultureel kapitaal en sociale cohesie. Participatie in de omgeving leidt verder tot zingeving, maar ook tot een betere gezondheid blijkt uit onderzoek van Rijksoverheid (Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu, 2023). Sociale cohesie zal gemeten worden aan de hand van verschillende vragen, gebaseerd op onderzoek van Nieboer et al. (2005).

## **3. Methode**

### **3.1 Design**

Dit onderzoek maakt gebruik gemaakt van een 2x2 experimenteel design. Dat houdt in dat twee groepen op meerdere tijdstippen gemeten worden.

Daarnaast heeft dit onderzoek gebruik gemaakt van een randomisatie, om zo tot verschillende groepen te komen in de onafhankelijke variabele *Abonnementsvorm*, en de effecten te onderzoeken op de vijf afhankelijke variabelen: *Zelfvertrouwen*, *Ervaren Kennis*, *Sociale Cohesie*, *Keuzes maken* en *Ervaring toegang tot nieuws* te onderzoeken. Participanten werden willekeurig toegewezen aan een conditie/abonnementsvorm. Mensen met een digitaal abonnement zijn toegewezen aan groep A. Mensen die óók nog beschikken over de papieren abonnement zijn toegewezen aan groep B.

Doordat er een effect van tijd op de afhankelijke groepen wordt gemeten, worden beide groepen geïdentificeerd als een experimentele groep. Verder voldoet het onderzoek aan

de *lightrack-route* van de ethische commissie van de Radboud universiteit te Nijmegen met referentienummer: XXXXXXXXXXXXXXX

### 3.2 Sample

In totaal hebben 139 (41% man en 59% vrouw) participanten meegedaan aan het onderzoek bij meetmoment één. Participanten met onvolledige of foutieve antwoorden op de vragenlijst zijn verwijderd. Bij meetmoment twee hebben 104 mensen meegedaan. Een responsratio van 72%. Bij een tweede screening van de data zijn wederom alle participanten met verkeerde en onvolledige antwoorden op de vragenlijst verwijderd.

Het aantal deelnemers dat daadwerkelijk is opgenomen in meetmoment twee kwam uit op N=98. De participanten hadden een gemiddelde leeftijd van 51,5 jaar (SD=14,2). Bij het onderzoek was er sprake van twee inclusiecriteria, namelijk: leeftijd > 18 jaar en het leven in armoede. De verdeling man/vrouw behorend bij het onderzoek luidt als volgt: 39,4% man 59,6% vrouw. Één procent gaf aan geen antwoord te willen geven op zijn of haar geslacht.

In dit onderzoek is er gekeken naar de verschillende mogelijkheden betreft de *power* en *effect size*. Er is gekozen voor een kleine *effect size* ( $d=.15$ ) en een *power* van 80%. Bij deze cijfers dient er sprake te zijn van een steekproefgrootte van 90 respondenten. We kunnen dus stellen dat er, met N=98, voldaan is aan de voorop verplichte aantal participanten. Zie (Bijlage A) ter verduidelijking.

Participanten zijn geworven op basis van hun lidmaatschap bij de Voedselbank of armoedestichtingen Bindkracht10, Vincentius en Quiet te Nijmegen. De locaties van de geselecteerde voedselbanken en stichtingen in Nijmegen zijn te vinden in Bijlage (H). Deze manier van werving staat ook wel bekend als ‘clusterbemonstering’. Dit is een methode die gewoonlijk wordt gebruikt bij groepen waarbij het vaak lastig tot onmogelijk is om individuele informatie te vinden. De verdeling man/vrouw in de steekproef is representatief voor de algemene bevolking op basis van de laatste cijfers over de man/vrouw verdeling in Nederland (CBS, 2022) ( $X^2(1, N=98)= 3.322, p= .068$ ). Zie Tabel 4 voor man/vrouw verhouding bij meetmoment twee.

#### Tabel 4

*Verhouding Geslacht Op Meetmoment Twee*

---

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

---

Valid	Man	39	39,4	39,4	39,4
	Vrouw	59	59,6	59,6	99,0
	Dat wil ik niet zeggen	1	1,0	1,0	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Verder is er, zoals reeds vermeld, gebruik gemaakt van een randomisatie over de twee verschillende condities. Daaruit bleek dat 46 (46,9%) mensen in de experimentele conditie met een alleen een digitaal abonnement zijn geplaatst en dat 52 (53,1%) mensen toegewezen werden aan de experimentele vorm waarin een papieren abonnement geïncludeerd was. Zie voor meer duidelijkheid over de verhouding abonnementsvorm Tabel 5.

**Tabel 5**

*Abonnementsvorm*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	DigitaalGroep1	46	46,9	46,9	46,9
	PapierGroep2	52	53,1	53,1	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

### 3.3 Procedure

De participanten in de doelgroep ontvingen, na het versturen van een aanvraagmail, bij het éérste meetmoment van de onderzoeker een digitale link van de online *survey* die op elk online *device* kon worden ingevuld. De link en de *survey* behorende bij het onderzoek zijn te vinden in Bijlage C. De participanten werden op het beginscherm gevraagd een toestemming- & deelnameformulier in te vullen waarin zij een akkoord gaven voor deelname aan het onderzoek.

De vragenlijst bijpassend bij het onderzoek is gemaakt via het online verwerkingsprogramma Qualtrics, wat een handige en transparante *tool* is voor het verwerken van online vragenlijsten. Er werd aan het begin van de vragenlijst gecommuniceerd dat het onderzoek in het kader van 175-jarig bestaan van De Gelderlander werd uitgevoerd. Er is verder geen tekstuele uitleg gegeven wat dit in zou betekenen. Dit omdat de participanten mondeling op locatie uitgelegd is wat dit project inhoudt. Verder zou een geïnformeerd



participant gewilde antwoorden geven.

De eerste online vragenlijst begon met enkele demografische vragen zoals leeftijd, geslacht etc. Vervolgens kregen de participanten verschillende Likertschaal vragen voorgelegd die de mate van de afhankelijke variabelen: *Zelfvertrouwen*, *Ervaren Kennis*, *Sociale Cohesie*, *Keuzes maken* en *Ervaren toegang tot nieuws*, zou meten.

Bij meetmoment twee is er gebruik gemaakt van eenzelfde vorm *survey* en identieke procedure als bij meetmoment één. Verschillend is dat de participanten hier bevroegd werden naar de ervaring van het hebben van een gratis digitale of papieren krant. Deze kwalitatieve benadering werd ingebouwd om te achterhalen wat het hebben van een abonnement op de krant bewerkstelligt bij de experimentele groepen.

Tot slot kregen de participanten een *debriefing*, oftewel een dankwoord voor de deelname aan het onderzoek. De vragenlijst duurde ongeveer 5 tot 10 minuten. Een belangrijke vermelding is dat, om de responsratio te verhogen, participanten een cadeaukaart ter waarde van 10 euro geboden werd voor het invullen van de tweede vragenlijst van het onderzoek.

### **3.4 Meetinstrument**

Het meetinstrument dat gebruikt is in deze studie was een online *survey* via Qualtrics en is terug te vinden in Bijlage C. De demografische vragen zijn afkomstig uit het onderzoek van Brinkman (2014). Stellingen in de vragenlijst gelieerd aan zelfvertrouwen zijn gebaseerd op de *Self-esteem questionnaire* van Rosenberg (1965). Vragen gelieerd aan sociale cohesie zijn gebaseerd op onderzoek (Nieboer, 2014). Vragen omtrent de ervaren toegang tot nieuws zijn gebaseerd op de *News Consumption Questionnaire* (Newman et al. 2021). Vragen gelinkt aan keuzes maken zijn gebaseerd op onderzoek (Zhang et al., 2020) en geadapteerd aan de Nederlandse maatschappij. Vragen gelieerd aan invloed op de omgeving zijn ontleend uit de *Influence Behavior Questionnaire* (Yukl et al., 2008).

De vragen zijn in vier punt Likertschaalstijl bevroegd, namelijk: volledig oneens, oneens, eens, en volledig eens. Deze nominale waardes zijn vertaald in een intervalwaarde tussen 1 en 4. Er geldt dan de regel, hoe hoger de waarde, hoe hoger een respondent scoort. Voor de gemiddelde scores van de items gelieerd aan een construct zijn vijf variabelen opgesteld, namelijk; *Ervaren toegang tot nieuws*, *Invloed op mijn omgeving*, *Zelfvertrouwen*, *Sociale Cohesie* en *Keuzes maken*.

Er is bewust gekozen voor het niet toepassen van een neutrale optie. De achterliggende

gedachte is dat de participanten een kant moeten kiezen. Zie (Tabellen 3 ,4 ,5 ,6 en 7) voor meer duidelijkheid over de positieve en negatieve geformuleerde vragen.

### 3.5 Constructen

In deze studie is gebruik gemaakt van vijf constructen. Het eerste construct betreft *Zelfvertrouwen* en is gemeten aan de hand van acht items. Vijf items waren positief geformuleerd en drie negatief. De drie negatief geformuleerde items diende andersom gecodeerd te worden zodat alle data dezelfde kant op zouden staan. Dit omdat de drie negatief geformuleerde items contra indicatief zijn, oftewel: een hoge score zou in werkelijkheid een lage score betekenen (Tabel 6)

Het tweede construct betreft *Ervaren toegang tot nieuws*. Zes items zijn opgesteld waarvan vier positief geformuleerd en twee negatief. Ook hier zijn de twee negatieve items andersom gescoord (Tabel 7).

Het derde construct betreft *Keuzes maken*. Zeven items zijn opgesteld waarvan zes positief geformuleerde items en één negatief. De negatieve geformuleerde item diende andersom gescoord te worden (Tabel 8).

Construct vier *Sociale cohesie* is gemeten aan de hand van zeven items. Slechts één vraag werd negatief geformuleerd en diende andersom gescoord te worden (Tabel 9).

Het laatste construct betreft *Invloed op mijn omgeving*. Deze is op basis van zes items geformuleerd. Hier is gebruik gemaakt van drie positieve items en drie negatieve. Wederom zijn de drie negatieve items andersom gescoord zodat ook die positief worden (Tabel 10)

#### Tabel 6

##### *Zelfvertrouwen*

---

*Positief geformuleerd:*

*Over het algemeen ben ik tevreden met mezelf.*

*Ik kan dingen net zo goed als de meeste andere mensen.*

*Ik heb het gevoel dat ik een waardevol persoon ben, tenminste op gelijke voet met anderen.*

*Ik heb een positief gevoel over mijzelf.*

*Ik denk dat ik genoeg kwaliteiten heb.*

*Negatief geformuleerd:*

*Ik heb het gevoel dat ik niks nuttigs te melden heb.*

*Ik heb een negatief gevoel over mijzelf.*

---

---

*Soms voel ik mij minder dan mijn omgeving.*

---

### **Tabel 7**

#### *Ervaren Toegang Tot Nieuws*

---

*Positief geformuleerd:*

*Ik heb voldoende beschikking tot nieuwsvoorzieningen.*

*Ik volg veel nieuws.*

*Ik heb voldoende nieuwskennis.*

*Ik voel mij een geïnformeerd burger.*

*Negatief geformuleerd:*

*Ik heb het gevoel dat ik niet voldoende geïnformeerd ben.*

*Ik volg onvoldoende het nieuws.*

---

### **Tabel 8**

#### *Keuzes maken*

---

*Positief Geformuleerd:*

*Ik voel mij in staat om te discussiëren met mijn directe omgeving.*

*Als er nu verkiezingen zouden zijn, dan zou ik weten op wie ik ging stemmen.*

*Ik ben zeker in het maken van keuzes.*

*Ik kan een discussie kan starten met mijn omgeving.*

*Ik kan anderen overtuigen van mijn mening.*

*Ik ben in staat om een mening te vormen over politici.*

*Negatief geformuleerd:*

*Ik voel me te weinig geïnformeerd over beslissingen van de overheid.*

---

### **Tabel 9**

#### *Sociale Cohesie*

---

*Positief geformuleerd:*

*Ik voel een gemeenschappelijk gevoel in mijn buurt.*

*Ik heb veel vrienden om mij heen.*

---

---

*Ik praat veel met mensen in de buurt.*

*Ik vertrouw de mensen uit de buurt.*

*Ik heb het gevoel dat ik vrij kan zijn in mijn buurt.*

*De mensen in mijn buurt zorgen ervoor dat ik het beste uit mijzelf wil halen.*

*Negatief Geformuleerd:*

*Ik mis een sociaal vangnet.*

---

## **Tabel 10**

### *Invloed Op Mijn Omgeving*

---

*Positief geformuleerd:*

*Ik heb het gevoel dat ik anderen kan helpen met mijn kennis.*

*Ik stimuleer anderen om mij heen om meer te doen in de buurt.*

*Mijn mening wordt serieus genomen door anderen in mijn buurt.*

*Negatief geformuleerd:*

*Het lukt mij niet om anderen meer te laten participeren in de buurt.*

*Mijn invloed is beperkt.*

*Ik heb het gevoel dat wat ik zeg niks uitmaakt.*

---

## **3.6 Stimulusmateriaal**

Waar in de begintijden van deze studie er gekeken is naar een eventueel gebruik van stimulusmateriaal, is daar uiteindelijk geen gehoor aan gegeven. Praktijk wees uit dat men uit de doelgroep moeilijk te benaderen was en zijn prioriteiten had bij het slechts hebben van een abonnement. Respons was er weinig en daarom is er ook besloten om geen stimulusmateriaal toe te voegen aan de vragenlijst op meetmoment twee. Dit omdat de verwachting was dat hier geen bruikbare resultaten uit zouden komen en de vragenlijst voor deze doelgroep te lang zou worden wat tot een grotere uitval zou leiden op meetmoment twee.

## **3.7 Data Analyse**

Bij de statistische analyse is er gebruik gemaakt van het verwerkingsprogramma *IBM SPSS 27*. Er zijn verschillende factor- en betrouwbaarheidsanalyses uitgevoerd om te kijken of de constructen als betrouwbaar kunnen worden ervaren. Aan de hand van de Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) zal dit gemeten worden. Dit staat in de wetenschapsliteratuur bekend als de betrouwbaarheidsanalyse, oftewel de interne consistentie. In hoeverre meten de verschillende

items hetzelfde.

De afhankelijke variabele *Zelfvertrouwen* heeft een zeer betrouwbaar construct ( $\alpha=.864$ ). Deze is aan de hand van acht items gemeten waarvan er drie hercodeerd moesten worden omdat ze negatief geformuleerd waren.

Afhankelijke variabele twee, *Ervaren toegang tot nieuws*, is gemeten aan de hand van zes items, waarvan vier positief en twee negatief geformuleerd, en heeft een gematigd construct ( $\alpha=.622$ ).

De derde afhankelijke variabele *Keuzes maken* bestond uit zeven items waarvan slechts één items negatief geformuleerd was. Deze heeft een betrouwbaar construct ( $\alpha=.730$ ).

De afhankelijke variabele *Sociale cohesie* bestond uit zeven items waarvan er wederom slechts één negatief geformuleerd was. Een analyse toonde dat het construct van Sociale cohesie als zeer betrouwbaar kan worden ervaren ( $\alpha=.860$ ).

de laatste variabele betreft de *Invloed op mijn omgeving*. Deze variabele beschikt over een matig tot goed construct en werd gemeten aan de hand van zes items waarvan er drie negatief geformuleerd waren. ( $\alpha=.657$ ). Zie Bijlage voor de uitgevoerde analyses

Op basis van de uitgevoerde betrouwbaarheids- en factoranalyses is er besloten om bij geen enkel construct items te verwijderen. De analyse toonde ons namelijk geen enkele keer in een verhoging van de interne betrouwbaarheid. Het bleek zelfs dat het verwijderen van items zou leiden tot flinke verlagingen.

Bij de data-analyse voor de vijf hypotheses is er gebruik gemaakt van een ANOVA. Om precies te zijn de *repeated measures-within factors* variant, dit omdat het onderzoek gebruik maakt van meerdere meetmomenten gedurende het jaar. ANOVA staat voor *Analysis of Variance*, oftewel variantieanalyse, en wordt gebruikt om gemiddelden van twee of meerdere groepen met elkaar te vergelijken. Ook op meerdere tijdstippen. In dit onderzoek groep A en B. Tot slot is er nog gekozen voor een open kwalitatieve vraag: wat betekent het abonnement voor u? Deze vraag is bewust gekozen om inzicht te krijgen in de waarde van een gratis nieuwsvoorziening voor een participant die daar normaliter niet over kan beschikken.

### **3.8 Beschrijving Doelgroep**

Het wordt interessant geacht om te kijken welke media nou gebruikt worden door de onderzoekspopulatie. In dit onderzoek de kansarme Nijmegenaren. Wat opvalt is dat de televisie nog altijd het meest gebruikte medium is om nieuws te vergaren. Dit is tegenstrijdig met de gedachte dat de televisie niet langer de belangrijkste bron zou zijn in een tijd waarin je slechts enkele klikken verwijderd bent van al het mogelijke nieuws via een smartphone.

In lijn met de verwachting is het gebruik van sociale media een veelvoudig gebruikte bron om nieuws te verkrijgen. Dit is een gratis medium die toegankelijk is voor iedereen. Daarnaast is het gebruik van de krant als nieuwsmedium op tijdstip één laag conform de verwachting. Er zijn immers participanten geworven die niet over een abonnement beschikken. Een jaarabonnement is vaak te duur voor de gekozen doelgroep. We zien dat op tijdstip twee logischerwijs er meer gebruik wordt gemaakt van de krant als medium. Zie Tabel 11 en 12 ter verduidelijking

**Tabel 11**

*Mediagebruik Tijdstip 1*

Tv	Krant	Radio	Sociale media	Apps	Websites	Omgeving
116 (83%)	34 (24%)	50 (36%)	85 (61%)	44(32%)	59 (42%)	30 (22%)

**Tabel 12**

*Mediagebruik Tijdstip 2*

Tv	Krant	Radio	Sociale media	Apps	Websites	Omgeving
78 (80%)	72 (73%)	37(38%)	53(54%)	28(29%)	29(30%)	15(15%)

## 4. Resultaten

### 4.1 Hypothese 1

Bij Hypothese één is er gekeken naar de ervaren toegang van nieuws van groepen A en B. De verwachting was dat op meetmoment twee zowel groep A als groep B een grotere mate van toegang tot nieuws ervaren dan op meetmoment één. Om te kijken wat de invloed is van de factor tijd is er gebruik gemaakt van een *repeated measures Anova within factors* voor twee tijdstippen.

Er is een verschil in de mate van ervaren toegang tot nieuws bij de experimentele groepen. Voor T1 geldt (M=2.68; SD=.37) en voor T2 (M=2.91; SD=.35). Er was sprake van een significant verschil ( $F(1, 97) = 28,447, p < .001, \text{partial } \eta^2 = .227$ ). Tussen de verschillende abonnementsvormen was er geen significant verschil. Hypothese één dient daarmee behouden te worden.

## 4.2 Hypothese 2

Bij Hypothese twee is er gekeken naar de invloed op de omgeving van groepen A en B. De verwachting was dat op meetmoment twee zowel groep A als groep B meer invloed zouden kunnen uitoefenen op de omgeving dan op meetmoment één. Om te kijken wat de invloed is van de factor tijd is er gebruik gemaakt van een *repeated measures anova* voor twee tijdstippen.

Er is een verschil in de mate van invloed op de omgeving bij de experimentele groepen. Voor T1 geldt ( $M=2.51$ ;  $SD=.34$ ) en voor T2 ( $M=2.58$ ;  $SD=.36$ ). Er was sprake van een significant verschil ( $F(1, 94)= 4,489$ ,  $p=.037$ , partial  $\eta^2=.046$ ). Tussen de verschillende abonnementsvormen was er geen significant verschil. Hypothese twee dient behouden te worden.

## 4.3 Hypothese 3

Bij Hypothese drie is er gekeken naar het zelfvertrouwen van groepen A en B. De verwachting was dat op meetmoment twee zowel groep A als groep B een grotere mate van zelfvertrouwen ervaren dan op meetmoment één. Om te kijken wat de invloed is van de factor tijd is er gebruik gemaakt van een *repeated measures Anova within factors* voor twee tijdstippen.

Er is een verschil in de mate van zelfvertrouwen bij de experimentele groepen. Voor T1 geldt ( $M=2.92$ ;  $SD=.44$ ) en voor T2 ( $M=2.96$ ;  $SD=.39$ ). Er was géén sprake van een significant verschil ( $F(1, 96)= 1,37$ ,  $p= .244$ , partial  $\eta^2= .014$ ). Tussen de verschillende abonnementsvormen was er geen significant verschil. Hypothese drie dient daarmee verworpen te worden.

## 4.4 Hypothese 4

Bij Hypothese vier is er gekeken naar het gevoel van sociale cohesie van groepen A en B. De verwachting was dat op meetmoment twee zowel groep A als groep B een grotere mate van sociale cohesie ervaren dan op meetmoment één. Om te kijken wat de invloed is van de factor tijd is er gebruik gemaakt van een *repeated measures Anova within factors* voor twee tijdstippen.

Er is een verschil in de mate van sociale cohesie bij de experimentele groepen. Voor T1 geldt ( $M=47.53$ ;  $SD=20.21$ ) en voor T2 ( $M=49.67$ ;  $SD=21.26$ ). Er was géén sprake van een significant verschil ( $F(1, 94)= 1,56$ ,  $p= .215$ , partial  $\eta^2= .016$ ). Tussen de verschillende abonnementsvormen was er geen significant verschil. Hypothese vier dient daarmee verworpen te worden.

#### 4.5 Hypothese 5

Bij Hypothese vijf is er gekeken naar het maken van keuzes van groepen A en B. De verwachting was dat op meetmoment twee zowel groep A als groep B een betere mate van keuzes kunnen maken ervaren dan op meetmoment één. Om te kijken wat de invloed is van de factor tijd is er gebruik gemaakt van een *repeated measures Anova within factors* voor twee tijdstippen.

Er is een verschil in de mate van keuzes maken bij de experimentele groepen. Voor T1 geldt ( $M=2.70$ ;  $SD=.39$ ) en voor T2 ( $M=2.76$ ;  $SD=.33$ ). Er was géén sprake van een significant verschil ( $F(1, 97)= 2,960$ ,  $p= .089$ , partial  $\eta^2= .030$ ). Tussen de verschillende abonnementsvormen was er geen significant verschil. Hypothese vijf dient daarmee verworpen te worden.

#### 4.6 Kwalitatieve benadering

Voor de kwalitatieve benadering van dit onderzoek is er een vraag gebruikt in de *survey*. Dit om te achterhalen wat de waarde van een gratis jaarabonnement op De Gelderlander is voor participanten die leven in armoede. Een simplistisch vraagstelling was van toepassing om de barrière van de vraag zo laag mogelijk te maken. Dit omdat een kwalitatieve vraag bij de gekozen doelgroep wellicht zou leiden tot participatieverlies. De vraag luidde als volgt: wat betekent het abonnement voor u?

Een zorgvuldige analyse van alle antwoorden van de participanten leidt tot de conclusie dat het gratis jaarabonnement zeer gewaardeerd wordt. In vrijwel elk antwoord is te lezen dat de krant informatie biedt dat voorheen niet beschikbaar was. Men is extra geïnformeerd en op de hoogte van de meest recente ontwikkelingen.

Ook hebben participanten veelvuldig aangegeven dat het abonnement de betrokkenheid bij de maatschappij enorm versterkt. Zo heeft een respondent De Gelderlander nog expliciet bedankt voor de kans om via het abonnement mensen te kunnen ontmoeten.

Daarnaast ervaren participanten De Gelderlander als een toevoeging op het bestaande nieuws en spreekt veelal de voorkeur uit naar het lokale nieuws. De preferentie voor lokaal nieuws over Nijmegen en omgeving is dan ook terug te lezen in de gegeven antwoorden nu ook de premium artikelen gelezen kunnen worden.

Verder biedt de krant structuur. Men geeft in antwoorden aan dat de krant een goede start van de dag is, waarin men rustig op kan starten. Kortom, is de krant een verrijking en zorgt het voor een toegenomen interesse in nieuws. Zie Tabel 13 voor voorbeelden van gegeven antwoorden.



## Tabel 13

### Antwoorden kwalitatieve vraag

- 
- Het is fijn om de krant te lezen. het verrijkt mijn kennis over wat er al dan niet speelt.*
- Het is echt een verrijking van mijn leven, ik ben en blijf altijd graag op de hoogte van wat er speelt in de wereld, in de regio. En ik geniet er iedere dag opnieuw echt van om op mijn gemak de krant door te lezen. Vroeger was dat normaal voor mij, daarna heel lang niet meer mogelijk. Dat het nu weer kan is geweldig!*
- Omdat alles te lezen is ben ik meer op de hoogte omdat ik hiervoor een hoop artikelen die ik wou lezen niet kon.*
- Een goede inkijk in het dagelijks leven.*
- Graag er bij zijn wat in Gelderland word vermeld wat er gebeurd in de krant voel ik dat ik er bij hoort.*
- Voorheen kon ik niet genoeg meepraten het abonnement was te duur nu voel ik me weer een volledig burger die op de hoogte is van wat er speelt om me heen.*
- Deze kans kan ik heel erg waarderen, omdat ik geen geld heb om een vaste abonnement te kunnen aanschaffen.*
- Op de hoogte kunnen zijn van vooral het regionale nieuws. En een rustmoment om de dag te beginnen! Ik hou van lezen en vind het heerlijk om de krant te kunnen lezen (anders moest ik de tv aanzetten wat ik liever niet doe gelijk aan het begin van de dag).*
- Veel op deze manier weet ik meer over de wereld. Sinds mijn beroerte kom ik te weinig buiten.*
- De mogelijkheid het nieuw uit de regio tot me te nemen en mee te kunnen praten als ik op visite ga bij mijn kinderen en kleinkinderen, het gevoel hebben dat ik nog kan meepraten met hun en me daardoor voel ik dat ik er nog toe doe.*
- Een venster op de wereld.*
- Door dat online nu een abonnement gebruik mag maken lees ik veel meer het nieuws wat voorheen niet kon lezen.*
- Beter geïnformeerd, ik voel mij meer deel van de samenleving, meer kennis, ik ben heel erg dankbaar.*
- Veel meer op de hoogte van regionaal- met name nieuws over Nijmegen.*
- Heel veel, zonder de dagelijkse krant zou ik niet de moeite nemen informatie op te zoeken.*
- Dat ik op de hoogte blijf van het laatste nieuws uit de buurt.*
-

## 5. Conclusie & Discussie

Dit onderzoek, waarin de vraag ‘wat is het effect van een gratis nieuwsvoorziening op een Nijmegenaar die leeft in armoede?’ onderzocht werd, toont aan dat er in het leven van de participanten, die toegang tot een gratis krantenabonnement hebben gekregen, verschillen zijn ontstaan. In zekere zin raken mensen in armoede geïsoleerd door de informatieongelijkheid die inkomensafhankelijk is. Met hypothese één is onderzocht of Nijmegenaren in armoede voldoende over het gevoel beschikken dat ze toegang hebben tot goede nieuwsvoorziening.

Uit de resultaten van hypothese één blijkt dat participanten ná het ontvangen van een abonnement, papier dan wel digitaal, meer het gevoel hebben dat ze de juiste toegang tot nieuws hebben. Kortom, Participanten ervaren een hogere mate van toegang tot nieuws. Een mogelijke verklaring voor het gevonden resultaat is dat men middels het gratis abonnement een extra optie heeft. Uit onderzoek van Dunaway en Soroka (2019) blijkt dat nieuws vaker op meerdere *devices* bekeken wordt dan voorheen. Het lezen van meerdere nieuwsbronnen zorgt volgens Dunaway en Soroka (2019) tot een grotere mate van ervaren toegang tot nieuws. Hypothese één ligt daarmee in lijn met eerdere onderzoeksbevindingen.

Uit de onderzoeksresultaten blijkt verder dat het beschikken over een krantenabonnement leidt tot een grotere participatiegraad in de omgeving. Men gaf aan meer op de hoogte te zijn en expressiever te zijn in het uitdrukken van zijn of haar mening in publieke discussies. Hypothese twee ligt daarmee in lijn met eerdere bevindingen van Ellger et al. (2020) waarin de rol van nieuwsvoorziening wordt besproken als ‘wapen’ tegen het uit elkaar vallen van gemeenschappen. Een andere verklaring is dat men van nature geneigd is om informatie met elkaar te delen (Goh et al., 2017). Men heeft na het ontvangen van een krantenabonnement meer beschikking over informatie om dingen in de buurt te ondernemen.

Hypothese drie had als doel om te onderzoeken welke rol een gratis nieuwsvoorziening speelt bij het algemeen zelfvertrouwen. In deze casus een gratis abonnement op de krant. Uit het resultaat blijkt dat er geen verandering in zelfvertrouwen heeft plaatsgevonden na een ontvangen abonnement. Het gevonden resultaat is in lijn met onderzoek van Mao et al. (2020) dat stelt dat zelfvertrouwen iets is wat door de jaren heen opgebouwd wordt, en niet afhankelijk is van één enkele factor. Ook flink geïnformeerde en hoog gepositioneerde mensen kunnen over een laag zelfvertrouwen beschikken, aldus Mao et al. (2020). De vooraf ingenomen gedachtegang dat een krantenabonnement leidt tot een grotere mate van basiseigenschap zoals zelfvertrouwen is wellicht een te optimistische denkwijze geweest.

Hypothese vier had als doel te onderzoeken of de mate van sociale cohesie toeneemt naarmate mensen meer geïnformeerd zijn. Onderzoek van Rios et al. (2012) concludeerde dat het hebben van veel kennis/cultureel kapitaal een positief effect heeft op de sociale cohesie. Er zou meer op elkaar gelet worden, aldus Rios et al. (2012). Verder zou er een negatief verband zijn tussen sociale cohesie en het niet lezen van lokaal nieuws (Hayes & Lawless, 2018). In deze studie werd er geen significant effect gevonden. Hypothese vier ligt daarmee niet in lijn met eerdere gevonden resultaten van Rios et al. (2012). Een mogelijke verklaring is dat de maatschappij gedigitaliseerd is (Shahin et al. 2021). Hierdoor zijn mensen online actiever gaan worden, maar is het sociale offline leven minder belangrijk geworden, aldus Shahin et al. (2021).

Daarnaast werd in de laatste hypothese getoetst of het vertrouwen in keuzes maken toenam naarmate de mensen over een gratis jaarabonnement beschikken. De onderzoeksresultaten tonen ons een verschil, echter is deze niet significant. Dit komt overeen met de eerdere onderzoeksbevinding (Wojcieszak et al., 2021) waarin de rol van nieuwsbronnen beperkt is in het creëren van een opinie. Men heeft vaker diep gewortelde gedachten die op korte termijn niet snel gewijzigd worden, concluderen Wojcieszak et al. (2021).

Tot slot is er bij alle hypothesen ook gekeken naar het verschil tussen papieren en digitale abonnementen. Voor alle vijf de hypothesen geldt de volgende uitkomst. Er is géén significant verschil gevonden tussen de het hebben van een digitaal of papieren abonnement in de mate van ervaren toegang tot nieuws, invloed op omgeving, zelfvertrouwen, sociale cohesie en keuzes maken. Het gevonden resultaat sluit aan bij de Onderzoeken van Schwabe et al. (2022) en Kon et al. (2018) waarbij aangetoond werd dat het verschil in tekstverwerking en tekstbegrip tussen gedrukte en digitale tekst verdwenen is in de huidige tijd.

Een antwoord op de vraag welke rol een gratis abonnement speelt bij kansarme Nijmegenaren is na drie maanden tijd nog lastig in te vullen. Enerzijds lijkt de krant op microniveau, dat wil zeggen in de directe omgeving van de participant, een rol te spelen. We zien echter geen effecten die te maken hebben met diepgewortelde denkwijzen kwesties. Belangrijk is om te erkennen dat het onderzoek beperkingen kent die (mogelijk) van invloed zijn geweest op de resultaten.

Een onderzoek met meerdere tijdsmetingen is in de praktijk lastig uitvoerbaar, zeker met een ‘moeilijke’ doelgroep. Zo was de wervingsprocedure de grootste praktische tegenvaller. De wervingsprocedure nam meer tijd in beslag dan voorheen gehoopt. Het contact dat de onderzoeker met de participanten, om reacties te krijgen op de survey, moest

onderhouden was een organisatorisch uitdaging. De doelgroep was zeer passief en hierdoor is de participant wellicht laks geweest op het tweede meetmoment. Praktische beperkingen zoals dit kunnen de representativiteit van het onderzoek schaden, omdat het zou kunnen leiden tot een selectieve doelgroep.

Ten tweede was dit onderzoek, door het gebruik van meerdere meetmomenten, tijdsafhankelijk. Externe factoren die niet gelieerd aan het onderzoek zijn kunnen de resultaten beïnvloeden en tot vertekeningen leiden in de gevonden resultaten. Er is in de periode van dit onderzoek veel gebeurd in de wereld dat negatieve invloed heeft gehad op prijsstijgingen. Dit raakte de doelgroep, die leeft in armoede leeft, flink en heeft tot stress of andere prioriteiten geleid ten tijde van het onderzoek. Deze impact kan tot vertekeningen leiden op enkele afhankelijke variabelen.

Een derde limitatie is het gebruik van een cadeaukaart. Om de responsratio bij meetmoment twee te verhogen kreeg de participant een geldbedrag geboden ter waarde van tien euro in de vorm van een cadeaukaart. Een aangename beloning voor mensen uit de doelgroep. Dit kan echter leiden tot selectieve selectie van participanten. Oftewel, niet alle participanten zullen gedurende het gehele onderzoek betrokken blijven. Door gebruik van een cadeaukaart zal men wellicht een andere motivatie hebben gehad voor meetmoment twee wat zorgt voor een vertekend beeld. Wellicht is dit van invloed geweest op de interne validiteit en representativiteit.

Om het project 175 jaar De Gelderlander en het onderzoek een goed vervolg te geven, zijn enkele aanbevelingen gepast.

Een suggestie voor vervolgonderzoek is het niet onderschatten in hoeverre deze doelgroep zich afgezonderd voelt van de hedendaagse maatschappij. Het werven van participanten was moeilijker dan voorheen door de onderzoeker werd verwacht. De hoeveelheid wantrouwen en argwaan tegenover nieuwinstanties was opvallend. Uitspraken in de trend “Jullie zijn net zo erg als de NOS”, “Ik volg nieuws op Facebook” en “De krant is niet meer relevant” waren niet uniek tijdens het werven van respondenten. Dit is een vervelende maar reële constatering voor De Gelderlander. Het vertrouwen in de Nederlandse media daalt echter op een algemeen niveau (NOS, 2022). Wellicht dat er in de toekomst van dit onderzoek er sterker rekening gehouden kan worden met deze constatering.

Een ander punt zou zijn om te kijken naar de afhankelijke variabelen: *Zelfvertrouwen*, *Sociale Cohesie* en *Keuzes Maken*. Het is een te grote verwachting dat, zeker op de korte termijn, een gratis abonnement voor verandering kan zorgen in deze variabelen. Gevoelens veranderen niet extreem snel en zijn basale eigenschappen van een mens. De invloed van een

gratis nieuwsvoorziening speelt daarbij slechts een kleine rol.

Daarnaast zou het verhogen van de *power* een statistische aanbeveling zijn. In dit onderzoek wordt er gebruik gemaakt van een *power* van .80. Dit is een geaccepteerde *power*, echter streeft men in de sociale wetenschap naar een hogere mate van *power* als grens. Vervolgonderzoek zou gebruik moeten maken van een *power* van .95 om de kans op een type-2 fout te verminderen.

## LITERATUURLIJST

Armoede in Nederland. (2022, 4 oktober). Armoedefonds.

<https://www.armoedefonds.nl/armoede/armoede-in-nederland/>

Clinton, V. (2019). Reading from paper compared to screens: A systematic review and meta analysis. *Journal of Research in Reading*, 42(2), 288–325.

<https://doi.org/10.1111/1467-9817.12269>

De Winter, S. (2022, 23 november). *Een week meekijken in het keukenkastje voor de minima: 'Hier hebben we onze beroemde taugé ook weer'*. gelderlander.nl.

<https://www.gelderlander.nl/nijmegen/een-week-meekijken-in-het-keukenkastje-voor-de-minima-hier-hebben-we-onze-beroemde-tauge-ook-weer~afc4618b/?cb=a96d57504d5030af2b2a508c4045258d>

Dufva, M., & Dufva, M. (2019). Grasping the future of the digital society. *Futures*, 107, 17–28. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2018.11.001>

Dunaway, J., & Soroka, S. (2019). Smartphone-size screens constrain cognitive access to video news stories. *Information, Communication & Society*, 24(1), 69–84.

<https://doi.org/10.1080/1369118x.2019.1631367>

Ellger, F., Hilbig, H., Riaz, S., & Tillmann, P. (2021). Local Newspaper Decline and Political Polarization.

Gemeente Nijmegen. (2014). Media-onderzoek 2014, Eindrapportage

[https://app4.nijmegen.nl/rapporten/Mediaonderzoek\\_Nijmegen\\_092014.pdf](https://app4.nijmegen.nl/rapporten/Mediaonderzoek_Nijmegen_092014.pdf)

Gemeente Nijmegen. (2018) Media-onderzoek 2018, Eindrapportage

[file:///C:/Users/Gebruiker/Downloads/2018%20mediaonderzoek%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Gebruiker/Downloads/2018%20mediaonderzoek%20(2).pdf)

Gemeente Nijmegen. (2022.). Verschil wijken. <https://www.nijmegen.nl/over-de-gemeente/onderzoek-en-cijfers/cijfers-over-nijmegen/verschil-wijken/>

- Goh, D., Ling, R., Huang, L., & Liew, D. W. Y. (2017). News sharing as reciprocal exchanges in social cohesion maintenance. *Information, Communication & Society*, 22(8), 1128–1144. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2017.1406973>
- Goodwin, A. P., Cho, S., Reynolds, D., Brady, K., & Salas, J. A. (2020). Digital Versus Paper Reading Processes and Links to Comprehension for Middle School Students. *American Educational Research Journal*, 57(4), 1837–1867. <https://doi.org/10.3102/0002831219890300>
- Haddock, G., Foad, C., Saul, V., Brown, W., & Thompson, R. (2020). The medium can influence the message: Print-based versus digital reading influences how people process different types of written information. *British Journal of Psychology*, 111(3), 443–459. <https://doi.org/10.1111/bjop.12415>
- Hayes, D., & Lawless, J. L. (2018). The Decline of Local News and Its Effects: New Evidence from Longitudinal Data. *The Journal of Politics*, 80(1), 332–336. <https://doi.org/10.1086/69410> 5
- <https://public.tableau.com/app/profile/gemeentenijmegen/viz/Gebiedsverschillen/Begin>
- Kong, Y., Seo, Y. J., & Zhai, L. (2018). Comparison of reading performance on screen and on paper: A meta-analysis. *Computers & education*, 123, 138–149. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.05.005>
- Loh, C. E., & Sun, B. (2019). “I’d Still Prefer to Read the Hard Copy”: Adolescents’ Print and Digital Reading Habits. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 62(6), 663–672. <https://doi.org/10.1002/jaal.904>
- Mao, Y., Yang, R., Bonaiuto, M., Ma, J., & Harmat, L. (2020). Can Flow Alleviate Anxiety? The Roles of Academic Self-Efficacy and Self-Esteem in Building Psychological Sustainability and Resilience. *Sustainability*, 12(7), 2987. <https://doi.org/10.3390/su12072987>
- Meyer, R. (2022, 30 juni). *De Krant van de Buurvrouw – een pleidooi om de krantenkloof in al onze buurten te dichten*. [https://www.limburger.nl/cnt/dmf20220630\\_93664013](https://www.limburger.nl/cnt/dmf20220630_93664013)
- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. (2019, 18 april). *Gevolgen van eenzaamheid*. Over eenzaamheid | Alles over eenzaamheid. <https://www.eenzaam.nl/over-eezaamheid/gevolgen-van-eezaamheid>

- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). Reuters Institute digital news report 2021. *Reuters Institute for the study of Journalism*.
- NOS. (2022, 13 april). *Steeds meer mensen leven in armoede: “Komt golf op ons af”*. NOS.nl. <https://nos.nl/regio/gelderland/artikel/253847-steeds-meer-mensen-leven-in-armoede-komt-golf-op-ons-af>
- Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu, *Maatschappelijke participatie: actief meedoen in de samenleving*. (2023). Loketgezondleven.nl. <https://www.loketgezondleven.nl/integraal-werken/succesfactoren/participatie/maatschappelijke-participatie>
- Rosenfield, M. (2011). Computer vision syndrome: a review of ocular causes and potential treatments. *Ophthalmic and Physiological Optics*, 31(5), 502–515. <https://doi.org/10.1111/j.1475-1313.2011.00834.x>
- Salverda, W., Haas, C., Graaf-Zijl, M. D., Lancee, B., Notten, N. J. W. R., & Ooms, T. (2013). Growing inequalities and their impacts in the Netherlands.
- Schwabe, A., Lind, F., Kosch, L., & Boomgaarden, H. G. (2022). No Negative Effects of Reading on Screen on Comprehension of Narrative Texts Compared to Print: A Meta analysis. *Media Psychology*, 25(6), 779–796. <https://doi.org/10.1080/15213269.2022.2070216>
- Shahin, S., Saldaña, M., & De Zúñiga, H. G. (2020). Peripheral elaboration model: The impact of incidental news exposure on political participation. *Journal of Information Technology & Politics*, 1–16. <https://doi.org/10.1080/19331681.2020.1832012>
- Shoemaker, P. J. (1996). Hardwired for news: Using biological and cultural evolution to explain the surveillance function. *Journal of communication*.
- Skovsgaard, M., & Andersen, K. (2020). Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions. *Journalism Studies*, 21(4), 459–476. <https://doi.org/10.1080/1461670x.2019.1686410>
- Strauß, N., Huber, B. T., & De Zúñiga, H. G. (2021). Structural Influences on the News Finds Me Perception: Why People Believe They Don’t Have to Actively Seek News

Anymore. *Social media and society*, 7(2), 205630512110249.

<https://doi.org/10.1177/20563051211024966>

Trakhman, L. M. S., Alexander, P. A., & Berkowitz, L. E. (2019). Effects of Processing Time on Comprehension and Calibration in Print and Digital Mediums. *Journal of Experimental Education*, 87(1), 101-115. <https://doi.org/10.1080/00220973.2017.1411877>

Vrooman, J. C., Josten, E., van Echtelt, P., Konings, P., & Vogels, E. (2016). De laagopgeleiden van de toekomst: meer dan een scholingsprobleem.

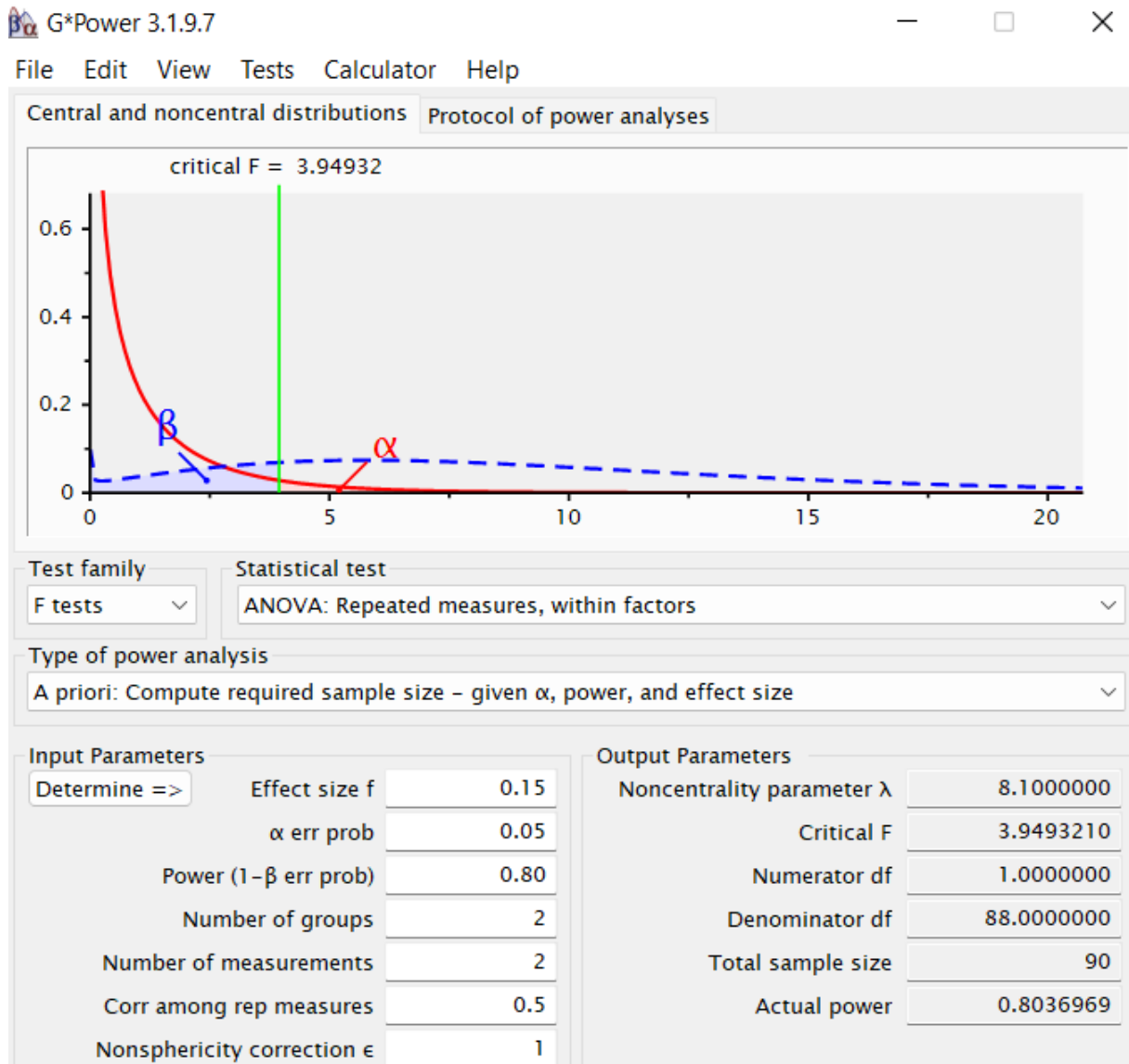
Willems, G. (2022, 26 oktober). *Armoede in Nijmegen: als er geen geld meer is om te eten en kleren te kopen*. gelderlander.nl. <https://www.gelderlander.nl/nijmegen/armoede-in-nijmegen-als-er-geen-geld-meer-is-om-te-eten-en-kleren-te-kopen~a4922027/>

Yukl, G., Seifert, C. F., & Chavez, C. I. (2008). Validation of the extended Influence Behavior Questionnaire. *Leadership Quarterly*, 19(5), 609–621. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2008.07.006>

Zhang, M., Zhou, M., Tang, F., Wang, Y., Nie, H., Zhang, L., & You, G. (2020). Knowledge, attitude, and practice regarding COVID-19 among healthcare workers in Henan, China. *Journal of Hospital Infection*, 105(2), 183–187. <https://doi.org/10.1016/j.jhin.2020.04.012>



# Bijlage A: Power



## Bijlage B: Construct & Cronbach's alpha.

### *Zelfvertrouwen*

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q2 - Over het algemeen ben ik tevreden met mezelf.	20,2754	10,084	,541	,840
Q2 - Ik kan dingen net zo goed als de meeste andere mensen.	20,4058	9,674	,509	,844
Q2 - Ik heb een positief gevoel over mijzelf.	20,1739	9,313	,679	,824
Q2 - Ik denk dat ik genoeg kwaliteiten heb.	20,0870	9,715	,576	,836
Q2_8R	20,2971	8,838	,717	,818
Q2_6R	20,2174	9,062	,615	,831
Q2_5R	20,4420	9,358	,509	,846
Q2 - Ik heb het gevoel dat ik een waardevol persoon ben, tenminste op gelijke voet met anderen.	20,2174	9,310	,615	,831

### *Zelfvertrouwen*

Cronbach's Alpha	N of Items
,852	8

*Invloed op de wereld om mij heen*

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q4 - Ik heb het gevoel dat ik anderen kan helpen met mijn kennis.	11,9926	3,724	,220	,630
Q4 - Ik stimuleer anderen om mij heen om meer te doen in de buurt.	12,5481	3,264	,368	,579
Q4 - Mijn mening wordt serieus genomen door anderen in mijn buurt.	12,3407	3,062	,484	,530
Q4_4R	12,6222	3,580	,258	,619
Q4_5R	12,8222	3,386	,385	,573
Q4_6R	12,3407	3,047	,431	,551

*Invloed op de wereld om mij heen*

Cronbach's Alpha	N of Items
,668	6

*Ervaren toegang tot nieuws*

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q21 - Ik heb voldoende beschikking tot nieuwsvoorzieningen.	13,5324	3,657	,438	,610
Q21 - Ik volg veel nieuws.	13,3597	4,217	,217	,685
Q21 - Ik heb voldoende nieuwskennis.	13,4388	3,712	,552	,579
Q21 - Ik voel mij een geïnformeerd burger.	13,5971	3,605	,544	,576
Q21_3R	13,6115	4,007	,250	,680
Q21_4R	13,3237	3,597	,440	,609

*Ervaren toegang tot nieuws*

Cronbach's Alpha	N of Items
,667	6

*Sociale Cohesie*

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ik voel een gemeenschappelijk gevoel in mijn buurt.	256,2500	19722,023	,625	,821
Ik heb veel vrienden om mij heen.	265,8333	19653,242	,576	,830
Ik praat veel met mensen in de buurt.	269,6667	20815,697	,505	,839
Ik vertrouw de mensen uit de buurt.	260,2500	17070,205	,803	,790
Ik heb het gevoel dat ik vrij kan zijn in mijn buurt.	246,9167	17615,720	,752	,799
De mensen in mijn buurt zorgen ervoor dat ik het beste uit mijzelf wil halen.	288,9167	18649,538	,781	,797
Q3_7R	314,6667	26673,333	-,237	,871

*Sociale Cohesie*

Cronbach's Alpha	N of Items
,846	7

*Keuzes maken*

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
--	----------------------------	--------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

---

Q12 - Ik voel mij in staat om te discussiëren met mijn directe omgeving.	13,85	4,578	,484	,683
Q12 - Als er nu verkiezingen zouden zijn, dan zou ik weten op wie ik ging stemmen.	14,14	4,148	,350	,739
Q12 - Ik ben zeker in het maken van keuzes.	13,81	4,201	,616	,644
Q12 - Ik kan een discussie kan starten met mijn omgeving.	13,81	4,486	,526	,672
Q12 - Ik kan anderen overtuigen van mijn mening.	13,94	4,699	,415	,700
Q12 - Ik ben in staat om een mening te vormen over politici.	13,99	4,290	,456	,689

---

*Keuzes maken*

---

Cronbach's Alpha	N of Items
,725	6

---

## **Bijlage C: Vragenlijst**

175 jarig bestaan de Gelderlander

Q1

### **INFORMATIE OVER HET ONDERZOEK**

U wordt uitgenodigd om mee te doen aan een onderzoek naar aanleiding van het 175-jarig bestaan van de Gelderlander.

Dit onderzoek wordt uitgevoerd door de Radboud Universiteit te Nijmegen in opdracht van de Gelderlander.

Het onderzoek duurt ongeveer 5 à 10 minuten. Opslaan en later doorgaan is niet mogelijk, vul daarom de enquête in één keer in.

### **Informatie over het gebruik van de data**

Voor het uitvoeren van het onderzoek is het noodzakelijk dat uw persoonsgegevens worden verzameld, gebruikt en opgeslagen. Het gaat om persoonsgegevens zoals uw nieuwsgebruik en uw betrokkenheid bij uw buurt, en over demografische gegevens (leeftijd, opleiding etc.). In het toestemmingsformulier wordt u gevraagd toestemming te geven voor het verzamelen, gebruiken en opslaan van uw persoonsgegevens. Ook wordt u gevraagd toestemming te geven voor het verzamelen, gebruiken en bewaren van ‘bijzondere’ gegevens, in dit geval bestaande uit uw politieke voorkeur. Als u niet akkoord gaat, kunt u niet deelnemen aan dit onderzoek. Verder wordt u gevraagd toestemming te geven voor het verzamelen, gebruiken en bewaren van ‘bijzondere’ gegevens, in dit geval uw politieke voorkeur (links-rechts). U hoeft hier echter niet op te antwoorden.

Uw gegevens worden geanonimiseerd zodra de gegevensverzameling is voltooid. Dit doen wij door verzamelde gegevens die naar uw persoon te herleiden zijn (in het bijzonder uw IP-adres) direct te verwijderen uit de data. De geanonimiseerde gegevens worden minimaal 10 jaar bewaard op versleutelde servers van de onderzoeksuniversiteit: de Radboud Universiteit

in Nederland.

Vanwege het belang van controle, hergebruik en/of replicatie van onderzoeksresultaten worden onderzoeksgegevens (inclusief eventuele anonieme persoonsgegevens) steeds vaker gedeeld met of beschikbaar gesteld aan andere onderzoekers. Alleen anonieme gegevens vallen onder deze vorm van delen. Als u niet wilt dat uw geanonimiseerde gegevens worden gedeeld, kunt u niet deelnemen aan het onderzoek.

Sommige personen en organisaties moeten toegang hebben tot uw persoons- en onderzoeksgegevens. Dit is nodig om te toetsen of het onderzoek goed en betrouwbaar is uitgevoerd. Deze personen en toezichthouders die uw gegevens ter verificatie inkijken zijn onder meer: bevoegde personen binnen de Radboud Universiteit (bijvoorbeeld een decaan, directeur of data officer) en (inter)nationale toezichthouders (bijvoorbeeld de Autoriteit Persoonsgegevens en het College voor Wetenschappelijke Integriteit). Zij zijn verplicht uw gegevens strikt vertrouwelijk in te zien. Voor deze toegang wordt u om toestemming gevraagd. Als u dit weigert, kunt u niet deelnemen aan het onderzoek.

Uw abonnement

U krijgt van ons tot het eind van het jaar gratis een abonnement op de Gelderlander (digitaal of papier). Daarvoor vragen wij uw adresgegevens. Ook deze adresgegevens worden echter net zoals uw IP adres van de onderzoeksdata gescheiden.

AVG

De Radboud Universiteit is verantwoordelijk voor de naleving van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) bij de verwerking van uw persoonsgegevens. De onderzoeker draagt er zorg voor dat uw privacy en de daaraan verbonden voorwaarden worden gewaarborgd en houdt zich bij het uitvoeren van dit onderzoek aan de Nederlandse gedragscode wetenschappelijke integriteit en het universitaire beleid ten aanzien van de opslag en het beheer van persoons- en onderzoeksgegevens. De privacyverklaring van de Radboud Universiteit vindt u op: <https://www.ru.nl/vaste-onderdelen/privacyverklaring-radboud-universiteit>. Bij vragen over uw privacy kunt u de Privacy Officer van de Faculteit der Sociale Wetenschappen benaderen (P.Janssen@socsci.ru.nl). Voor algemene vragen over



dit onderwerp kunt u contact opnemen met de Data Protection Officer van de Radboud Universiteit via [privacy@ru.nl](mailto:privacy@ru.nl). Meer informatie over uw rechten bij het verwerken van persoonlijke data kunt u vinden op <https://www.ru.nl/privacy/english/protection-personal-data/data-subjects-rights/> en op de website van de Nederlandse Autoriteit Persoonsgegevens (<https://autoriteitpersoonsgegevens.nl>).

Het onderzoek is beoordeeld op basis van de Light Track Checklist van de Ethische Commissie Sociale Wetenschappen (ECSS) van de Radboud Universiteit. Het referentie nummer: ECSW-LT-2023-1-25-5649. Op basis daarvan er is geen formeel bezwaar tegen dit onderzoek gebleken.

Uw deelname

Uw deelname aan dit onderzoek is geheel vrijwillig. Als u besluit niet deel te nemen, heeft dit geen gevolgen. Als u tijdens het onderzoek uw toestemming wilt intrekken en uw deelname wilt beëindigen, kunt u dit doen door simpelweg het enquêteblad in uw browser te sluiten. Eventuele resterende gegevens worden verwijderd. Als u vragen, opmerkingen of opmerkingen heeft over dit onderzoek, stuur dan een e-mail naar: [Mick.alberts@ru.nl](mailto:Mick.alberts@ru.nl) of [Paul.hendriksvettehen@ru.nl](mailto:Paul.hendriksvettehen@ru.nl).

## TOESTEMMINGSVERKLARING

Ik bevestig dat:

- ik 16 jaar of ouder ben
- ik naar tevredenheid over het onderzoek geïnformeerd ben;
- ik de informatie goed heb gelezen;
- ik in de gelegenheid ben gesteld om vragen over het onderzoek te stellen;
- mijn eventuele vragen naar tevredenheid zijn beantwoord;
- ik goed over deelname aan het onderzoek heb kunnen nadenken;
- ik uit vrije wil deelneem aan het onderzoek.

Ik begrijp dat:

- ik het recht heb om mijn toestemming op ieder moment weer in te trekken zonder opgave van redenen en zonder dat dit nadelige gevolgen voor mij heeft, door het enquêteblad in de

browser af te sluiten;

- mijn persoonsgegevens worden verwerkt volgens de AVG;
- mijn persoonsgegevens worden verwerkt volgens de privacyverklaring van de Radboud Universiteit (<https://www.ru.nl/vaste-onderdelen/privacyverklaring-radboud-universiteit>);

Ik stem in dat:

- mijn persoons- en/of onderzoeksgegevens binnen dit onderzoek voor wetenschappelijke doelen worden verkregen en beschikbaar zullen zijn voor controle, hergebruik en replicatie;
- bijzondere persoonsgegevens over mij worden verwerkt;
- voor de controle van het onderzoek toezichthoudende autoriteiten mijn persoons- en onderzoeksgegevens kunnen inzien.
- Ik mijn adres deel, zodat er een abonnement opgestuurd kan worden.

Ik ga akkoord

Ik wil niet meedoen

Q19 Wat is uw huisadres?

Na het invullen van uw huisadres zullen wij u een abonnement versturen.

---

Q27 Wat is uw e-mailadres?

Na het invullen van uw e-mailadres zullen wij u een abonnement versturen.

---

Q18 Allereerst vragen wij u enkele achtergrondgegevens.

Q14 Wat is uw geslacht?

Man

Vrouw

Anders

Dat wil ik niet zeggen

Q15 Wat is uw leeftijd (in getallen)?

---

Q16 Wat is uw hoogst genoten opleiding?

Geen opleiding voltooid

Vmbo/Mavo

Havo

Vwo

Mbo

Hbo

Wo

Q17 Uit hoeveel personen bestaat uw huishouden inclusief uzelf (in getallen) ?

---

Q7 Hoe vaak per dag volgt u het nieuws?

Niet

1x per dag

2x per dag

3x per dag

Vaker dan 3x per dag

Q6 Hoe neemt u het nieuws tot zich (hierbij kunt u meerdere antwoorden aanvinken) ?

Tv

Krant

Radio

Sociale media

Apps

Websites

Via vrienden of familie

Q20 Anders, namelijk;

---

Q24 Leest u de Gelderlander nu al dagelijks?

Nee

Ja

Wanneer ik de kans krijg, lees ik de krant graag

Q8 Heeft u een abonnement op een (online) krant?

Ja

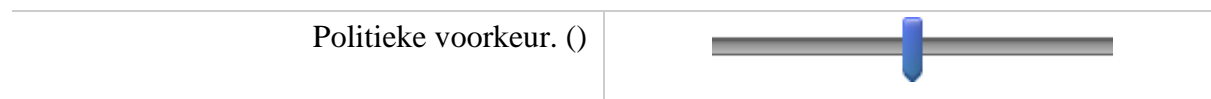
Nee

Q13 Wat is uw politieke voorkeur?

Links    Midden/Neutraal    Rechts    Dat wil ik  
niet zeggen

0

1



Q5 Er volgen nu enkele stellingen over de mate waarin u zich op de hoogte voelt van de wereld om u heen. Geef aan met welk antwoord u het eens bent.

Q11 Ik denk dat ik goed op de hoogte ben van de zaken die in mijn buurt spelen.

Nee

Soms

Meestal wel

Ja

Weet ik niet

Q22 Ik denk dat ik goed op de hoogte ben van de zaken die in Nijmegen spelen.

Nee

Soms

Meestal wel

Ja

Weet ik niet

Q23 Ik denk dat ik goed op de hoogte ben van de zaken die in Nederland spelen.

Nee

Soms

Meestal wel

Ja

Weet ik niet

Q21

	Volledig oneens	Oneens	Eens	Volledig eens
Ik heb voldoende beschikking tot nieuwsvoorzieningen.				
Ik volg veel nieuws.				
Ik heb het gevoel dat ik niet voldoende geïnformeerd ben.				

Ik volg onvoldoende  
het nieuws.

Ik heb voldoende  
nieuws kennis.

Ik voel mij een  
geïnformeerd burger.

Q12

	Volledig oneens	Oneens	Eens	Volledig Eens
Ik voel mij in staat om te discussiëren met mijn directe omgeving.  Als er nu verkiezingen zouden zijn, dan zou ik weten op wie ik ging stemmen.  Ik ben zeker in het maken van keuzes.  Ik kan een discussie kan				

starten met mijn  
omgeving.

Ik kan anderen  
overtuigen van  
mijn mening.

Ik voel me te  
weinig  
geïnformeerd  
over  
beslissingen van  
de overheid.

Ik ben in staat  
om een mening  
te vormen over  
politici.

Q26 Er volgen nu enkele stellingen over hoe u zich de laatste tijd voelt.



Q2

	Volledig mee oneens	Oneens	Eens	Volledig mee eens
Over het algemeen ben ik tevreden met mezelf.				
Ik kan dingen net zo goed als de meeste andere mensen.				
Ik heb het gevoel dat ik een waardevol persoon ben, tenminste op gelijke voet met anderen.				
Ik heb een positief gevoel over mijzelf.				
Soms voel ik mij minder dan mijn omgeving.				
Ik heb het gevoel dat ik niks nuttigs te melden heb.				

Ik denk dat ik  
genoeg  
kwaliteiten heb

Ik heb een  
negatief gevoel  
over mijzelf.

Q3 Schuif de balk naar de voor u juiste plek op een schaal van 1 tot 7.

1 staat voor een laag gevoel van cohesie.

7 staat voor een hoog gevoel van cohesie.

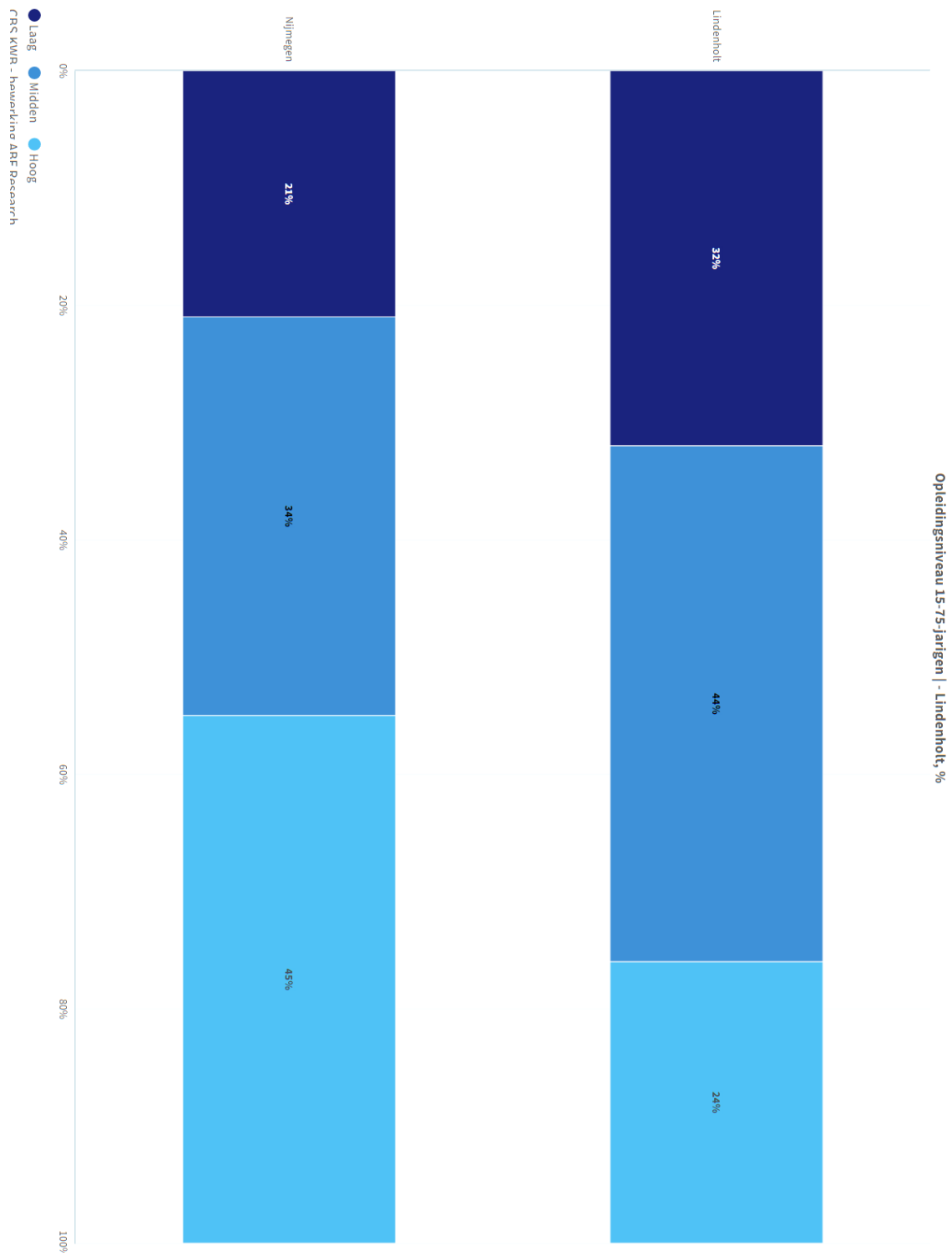


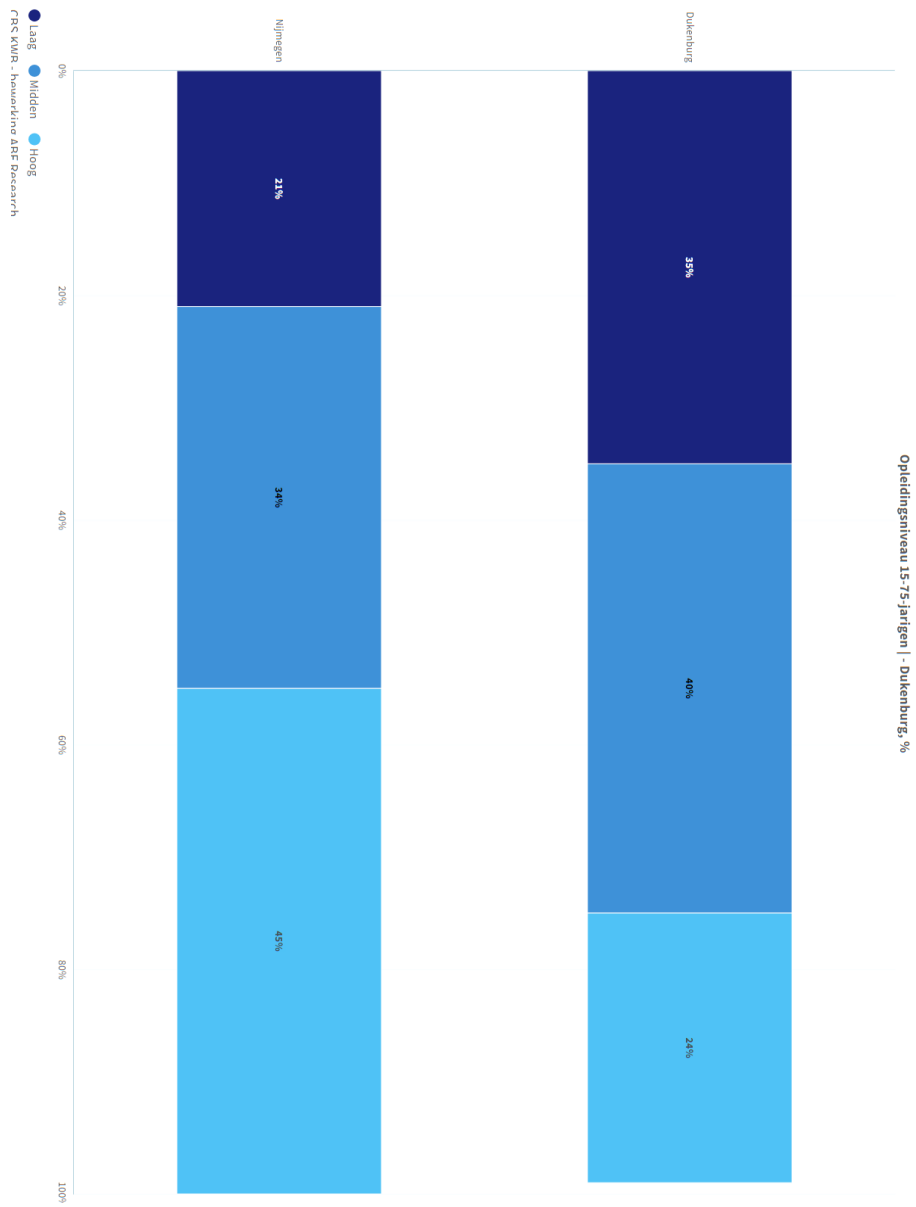
Q4

	Volledig mee oneens	Oneens	Eens	Volledig mee eens
Ik heb het gevoel dat ik anderen kan helpen met mijn kennis.				
Ik stimuleer anderen om mij heen om meer te doen in de buurt.				
Mijn mening wordt serieus genomen door anderen in mijn buurt.				
Het lukt mij niet om anderen meer te laten participeren in de buurt.				
Mijn invloed is beperkt.				
Ik heb het gevoel dat wat				

ik zeg niks  
uitmaakt.

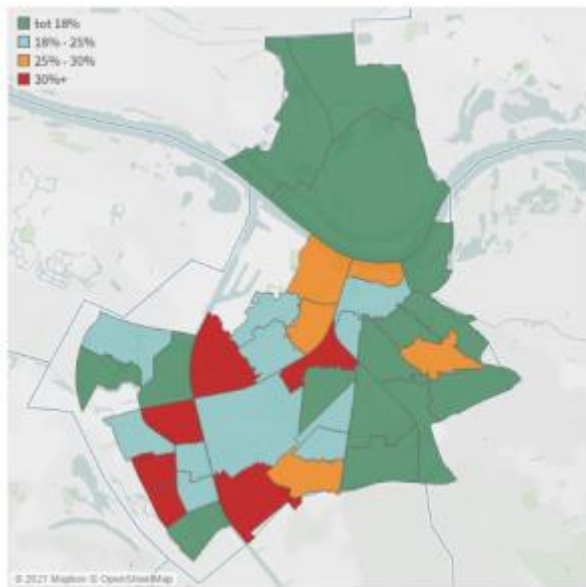
## Bijlage D: Opleidingsniveau





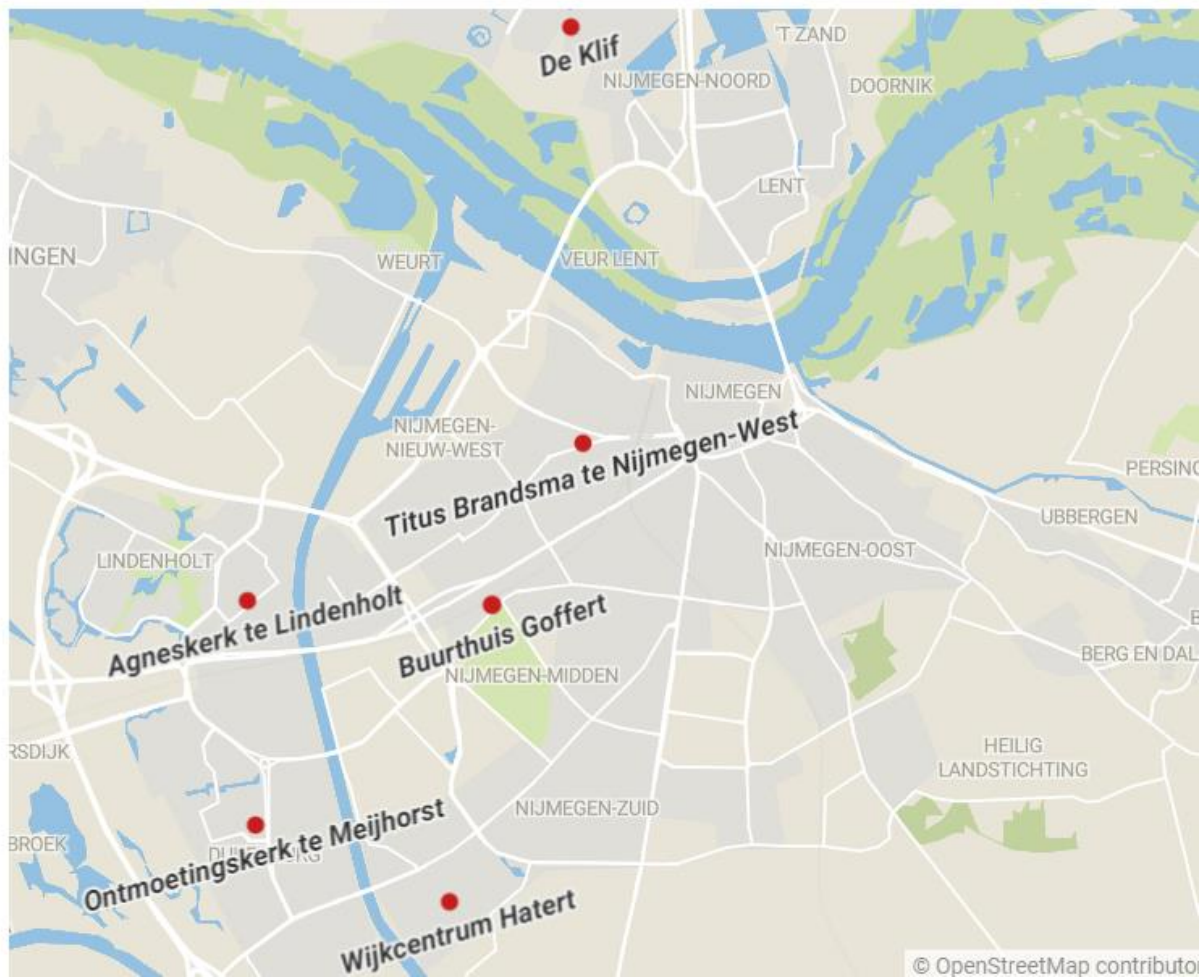
## Bijlage E, Armoedekaart Nijmegen

Aandeel huishoudens (excl. studenten) met inkomen tot 130 % sociaal minimum. Bron: CBS/IIV, peiljaar 2019.



## Bijlage F: Locaties Voedselbank

### Locaties werving respondenten



VOORGADE ONDERZOEKEN NAAR INVLOED NIEUWS

<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/107769900207900103>



## Bijlage G: Anova Within-Subjects Effects

$F(1, 96) = 1,37, p = .244, \text{partial } \eta^2 = .014$

### Tests of Within-Subjects Effects

#### Zelfvertrouwen

Source		Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Tijd	Sphericity Assumed	,072	1	,072	1,373	,244	,014
	Greenhouse- Geisser	,072	1,000	,072	1,373	,244	,014

### Pairwise Comparisons

#### Zelfvertrouwen

(I) Tijd	(J) Tijd	Mean Difference (I- J)	Std. Error	Sig. <sup>a</sup>	95% Confidence Interval for Difference <sup>a</sup>	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	-,039	,033	,244	-,104	,027
2	1	,039	,033	,244	-,027	,104

$F(1, 94) = 1,56, p = .215, \text{partial } \eta^2 = .016$

*Tests of Within-Subjects Effects*

Sociale Cohesie

Source		Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Tijd	Sphericity Assumed	218,316	1	218,316	1,557	,215	,016
	Greenhouse- Geisser	218,316	1,000	218,316	1,557	,215	,016
	Huynh-Feldt	218,316	1,000	218,316	1,557	,215	,016
	Lower-bound	218,316	1,000	218,316	1,557	,215	,016
Error(Tijd)	Sphericity Assumed	13176,628	94	140,177			
	Greenhouse- Geisser	13176,628	94,000	140,177			
	Huynh-Feldt	13176,628	94,000	140,177			
	Lower-bound	13176,628	94,000	140,177			

*Pairwise Comparisons*

Sociale Cohesie

(I) Tijd	(J) Tijd	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig. <sup>a</sup>	95% Confidence Interval for Difference <sup>a</sup>	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	-2,144	1,718	,215	-5,555	1,267
2	1	2,144	1,718	,215	-1,267	5,555

Based on estimated marginal means

a. Adjustment for multiple comparisons: Least Significant Difference (equivalent to no adjustments).

$F(1, 97) = 28,45, p = <.001, \text{partial } \eta^2 = .227$

*Tests of Within-Subjects Effects*

Ervaren Toegang Tot Nieuws

Source		Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Tijd	Sphericity Assumed	2,545	1	2,545	28,447	,000	,227
	Greenhouse-Geisser	2,545	1,000	2,545	28,447	,000	,227
	Huynh-Feldt	2,545	1,000	2,545	28,447	,000	,227
	Lower-bound	2,545	1,000	2,545	28,447	,000	,227
Error(Tijd)	Sphericity Assumed	8,677	97	,089			
	Greenhouse-Geisser	8,677	97,000	,089			
	Huynh-Feldt	8,677	97,000	,089			
	Lower-bound	8,677	97,000	,089			

*Pairwise Comparisons*

Ervaren Toegang Tot Nieuws

(I) Tijd	(J) Tijd	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig. <sup>b</sup>	95% Confidence Interval for Difference <sup>b</sup>	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	-,228*	,043	,000	-,313	-,143
2	1	,228*	,043	,000	,143	,313

Based on estimated marginal means

\*. The mean difference is significant at the ,05 level.

b. Adjustment for multiple comparisons: Least Significant Difference (equivalent to no adjustments).

$$(F(1, 94)= 4,489, p=.037, \text{partial } \eta^2=.046)$$

$$F(1, 97)= 2,960, p= .089, \text{partial } \eta^2= .030$$

*Tests of Within-Subjects Effects*

Keuzes Maken

Source		Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Tijd	Sphericity	,186	1	,186	2,960	,089	,030
	Assumed						
	Greenhouse-Geisser	,186	1,000	,186	2,960	,089	,030

	Huynh-Feldt	,186	1,000	,186	2,960	,089	,030
	Lower-bound	,186	1,000	,186	2,960	,089	,030
<hr/>							
Error(Tij	Sphericity	6,019	96	,063			
d)	Assumed						
	Greenhouse-Geisser	6,019	96,000	,063			
	Huynh-Feldt	6,019	96,000	,063			
	Lower-bound	6,019	96,000	,063			
<hr/>							

*Pairwise Comparisons*

Keuzes Maken

(I) Tijd	(J) Tijd	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig. <sup>a</sup>	95% Confidence Interval for Difference <sup>a</sup>	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	-,062	,036	,089	-,133	,010
2	1	,062	,036	,089	-,010	,133

Based on estimated marginal means

Adjustment for multiple comparisons: Least Significant Difference (equivalent to no adjustments).

$F(1, 94) = 4,489, p = .04, \text{partial } \eta^2 = .046$

*Tests of Within-Subjects Effects*

Invloed op mijn Omgeving

Source		Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Tijd	Sphericity	,270	1	,270	4,489	,037	,046
	Assumed						
	Greenhouse-Geisser	,270	1,000	,270	4,489	,037	,046
	Huynh-Feldt	,270	1,000	,270	4,489	,037	,046
	Lower-bound	,270	1,000	,270	4,489	,037	,046
Error(Tijd)		5,660	94	,060			
	Assumed						

Pairwise Comparisons

Invloed op Mijn Omgeving

(I) Tijd	(J) Tijd	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig. <sup>b</sup>	95% Confidence Interval for Difference <sup>b</sup>	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	-,075*	,036	,037	-,146	-,005
2	1	,075*	,036	,037	,005	,146

Based on estimated marginal means

\*. The mean difference is significant at the ,05 level.

b. Adjustment for multiple comparisons: Least Significant Difference (equivalent to no adjustments).

## **Bijlage H: Reactiemail na deelname verzoek**

Geachte .....

Namens de Gelderlander willen wij u bedanken voor uw interesse in het gratis jaarabonnement dat de Gelderlander uitdeelt voor haar 175-jarig bestaan.

Het gratis jaarabonnement is gekoppeld aan een onderzoek vanuit de Radboud Universiteit te Nijmegen. Het onderzoek zal kijken naar de ervaring met het lezen van de krant.

Via deze link zult u de vragen vinden die horen bij het onderzoek. Als u de vragenlijst volledig invult, zal het abonnement van start gaan.

Nogmaals bedankt namens de Gelderlander.

Met vriendelijke groet,

Mick Alberts (Radboud Universiteit)

&

Eric Reijnen Rutten (de Gelderlander)

PS: Mocht de link niet werken, klik dan op onderstaande link.

[https://psychru.qualtrics.com/jfe/form/SV\\_9QS51ZJ9Z1CzEDY](https://psychru.qualtrics.com/jfe/form/SV_9QS51ZJ9Z1CzEDY)