

EVALUATIE SENSE.INFO MOBIEL

EVALUATIE SENSE.INFO MOBIEL

Utrecht, maart 2014
Auteur: Kaj van Zenderen
Projectnummer: NL1436SE

Opdrachtgevers: Soa Aids Nederland & Rutgers WPF
Coördinatie: Ineke van der Vlugt
Adviseur: Hanneke Roosjen
Onderzoeksbegeleiding: Ciel Wijsen

© 2014 Rutgers WPF
www.rutgerswpf.nl

Inhoud

1	Evaluatie Sense.info mobiel: kwalitatief onderzoek	1
1.1	Achtergrond en doelstelling van het onderzoek	1
1.2	Vraagstelling	1
1.3	Methode: individuele interviews	1
1.4	Opzet interviews/ topics	2
1.5	Respondenten	3
2	Resultaten: waardering inhoud, navigatie en uiterlijk	7
2.1	Aangeboden informatie, informatiegehalte	7
2.2	Opbouw en navigatie	9
2.3	Uiterlijk/ vormgeving van de site	11
3	Verbeterpunten: inhoud, vormgeving en navigatie	13
3.1	Verbeterpunten	13
3.2	Verbeterpunten: voorbeelden van andere sites	14
3.3	Verbeterpunten naar aanleiding van de longlist (voorgelegd aan respondenten)	15
3.4	Verbeterpunten tijdens de navigatieopdracht	17
4	Resultaten: persoonlijk zoekgedrag/ motieven	19
4.1	Belangrijke onderwerpen voor Sense.info mobiel	19
4.2	Situaties om Sense.info te gebruiken	20
5	Samenvatting, discussie en conclusies	23
5.1	Samenvatting	23
5.2	Discussie	24
5.3	Conclusies	25
	Literatuur	27
	Bijlage Navigatieopdracht	29

1 Evaluatie Sense.info mobiel: kwalitatief onderzoek

1.1 Achtergrond en doelstelling van het onderzoek

Jongeren kunnen met vragen over seksualiteit en relaties terecht op de website Sense.info. Uit een evaluatie onder gebruikers van de website kwam naar voren dat er vanwege een groeiend aantal mobiele bezoeken behoefte was aan een versie geschikt voor de mobiele telefoon (Rutgers WPF en Soa Aids Nederland, 2012). Deze versie, Sense.info mobiel, is in juli 2012 gelanceerd.

Dit is het verslag van het evaluatieonderzoek van de mobiele versie van Sense.info. Onderzocht is of bezoekers tevreden zijn over de website: kunnen ze ermee uit de voeten? Vinden ze de site aansprekend en hebben ze verbeterpunten? Van belang hierbij zijn de mediums specifieke eigenschappen van een smartphone: is de aangeboden informatie goed lees- en scrollbaar vanaf een smartphone scherm? Daarnaast gaat het ook om het verkrijgen van inzicht in de zoekmotieven van bezoekers: in welke situaties wordt op de site naar informatie gezocht, acute situaties of gewoon uit nieuwsgierigheid, en met welke vragen.

Bij de vraagstelling en opzet van het onderzoek is voortgebouwd op de resultaten van het evaluatieonderzoek van de desktop versie (Rutgers WPF en Soa Aids Nederland, 2012):

- Er bestaan verschillen tussen het zoekgedrag van jongens en meisjes. Meest gezochte onderwerpen door jongens: meisjeslichaam, eerste keer en soa's. Meisjes: soa's, anticonceptie en eerste keer.
- Het zoekgedrag verandert naarmate jongens en meisjes ouder, en dus waarschijnlijk seksueel actiever worden, waardoor andere vragen relevant worden.
- Verschillen tussen jongeren met verschillende opleidingsachtergronden zijn voor een groot deel toe te wijzen aan verschillen in leeftijd.
- Bezoekers waarderen de site in hoge mate (gemiddeld rapportcijfer 8). De positieve waardering van het uitgebreide informatiegehalte, de mogelijkheid voor vragen van persoonlijk advies, de interactieve onderdelen en de animaties (uitkleedpoppen), komen in dit cijfer tot uitdrukking.
- De Sense infolijn is goed ingebed, maar de chatfuncties kunnen worden vergroot.
- De homepage en icoontjes kunnen nog worden verduidelijkt en de zoekfunctie kan worden verbeterd (relevantere en overzichtelijkere resultaten). Ook de knoppen 'FAQ' en 'Vervelende ervaringen' zorgen voor wat onduidelijkheid.
- Integratie met social media is ongewenst; jongeren vinden het onderwerp seksualiteit te privé.

1.2 Vraagstelling

Hoofdvraag:

Hoe wordt Sense.info mobiel door de bezoekers (jongeren 12-25) gewaardeerd? En wat is hun zoekgedrag naar informatie op de website?

Deelvragen:

1. Vinden bezoekers de website informatief?
2. Vinden bezoekers de website aansprekend?
3. Vinden bezoekers wat ze zoeken?
4. Wat zijn verbeterpunten ten aanzien van inhoud, vormgeving en navigatie?
5. Met welke vragen zoeken jongeren op de website?
6. In welke situaties (noodsituatie of zoeken naar algemene informatie) wordt op de website naar informatie gezocht?
7. Zijn er verschillen in waardering (inhoud, vormgeving en navigatie) en zoekgedrag tussen jongens en meisjes en tussen verschillende leeftijdscategorieën?

1.3 Methode: individuele interviews

Gekozen is voor het houden van individuele interviews met jongens en meisjes. In de interviews konden jongeren hun waardering over de Sense.info mobiel uitspreken aan de hand van voor deze evaluatie ontwikkelde navigatieopdrachten die zij uitvoerden op hun smartphone; zijn ze tevreden

over de applicaties (o.a. vraag van de week, advies & hulp), de aangeboden informatie en het uiterlijk van de site (deelvraag 1 en 2). De opdrachten lieten ook zien of bezoekers hun weg kunnen vinden; of de navigatiestructuur aansluit bij het zoekgedrag (deelvraag 3). Tevens konden zij tijdens het uitvoeren van de opdrachten verbeterpunten noemen (deelvraag 4). Na de navigatieopdracht zijn vragen gesteld over (persoonlijke) zoekmotieven (deelvraag 5 en 6). Verschillen tussen jongens en meisjes en tussen oudere en jongere jongeren zijn onderzocht door vrouwelijke en mannelijke leerlingen/ studenten van het vmbo en mbo te includeren (deelvraag 7).

In het eerdere evaluatieonderzoek (Rutgers WPF en Soa Aids Nederland, 2012) was sprake van een onderzoekopzet met gemixte methoden: een combinatie van een enquêteonderzoek onder bezoekers van de mobiele site en interviews met bezoekers. In het huidige onderzoek is gekozen voor het houden van kwalitatieve interviews met bezoekers. De vraagstelling vraagt om kwalitatief onderzoek. Het gaat om de gebruikerservaringen, om inzicht in hoe de jongeren het navigeren op de website ervaren en waarderen.

Laagopgeleide jongeren, vmbo-leerlingen en mbo-studenten, vormen een belangrijke doelgroep voor Sense.info (Rutgers WPF en Soa Aids Nederland, 2012). De werving heeft zich dus gericht op jongeren uit deze twee groepen. Er zijn per opleidingsniveau 6 leerlingen/ studenten geïnterviewd (drie meisjes en drie jongens). Een gelijke verdeling van de respondenten over de verschillende groepen vergroot de betrouwbaarheid. Jongeren ontvingen voor hun deelname een bioscoopbon van 15 euro.

Voor het vinden en bij elkaar brengen van jongeren is geput uit het eigen netwerk van de Rutgers WPF onderzoekers. Het Loopbaan Expertisecentrum (LEC) van ROC van Amsterdam (mbo) is hiervoor benaderd. Het LEC begeleidt mbo'ers die dreigen uit te vallen door aanbieden van trainingen of studiekeuzeadvies. Het LEC was bereid om mee te werken, de onderzoeker/ interviewer kon in een gespreksruimte van het LEC mbo studenten interviewen. Drie mbo-studenten (twee meisjes en een jongen) zijn van te voren door hun docent gevraagd. Zij hebben dus mogelijk onderling contact gehad over het aanstaande interview. De andere drie mbo'ers zijn ter plekke door de interviewer gevraagd om mee te doen. Daarnaast zijn via een docent techniek van het Oosterlicht College (vmbo) in Utrecht 6 vmbo-leerlingen geworven. De onderzoeker heeft in twee klassen over het onderzoek verteld en de vmbo'ers vervolgens zelf gevraagd om hun medewerking. In deze laatste interviewsituatie hebben de jongeren vooraf niet met elkaar gesproken over het interview.

Tijdens het interview hebben jongeren zoekopdrachten uitgevoerd op de Sense.info mobiel. Aan de hand daarvan hebben zij hun mening gegeven over de navigatie, inhoud en het uiterlijk van de site. Hierbij is het 'Think aloud protocol' gehanteerd (Van de Velde & Vermeire, 2010): opdrachten zijn tijdens het navigeren hardop denkend uitgevoerd. Zo werd duidelijk of het zoekgedrag aansluit bij de navigatiestructuur van de website. De onderzoeker observeerde naast hetgeen wat werd gezegd ook non-verbaal gedrag als fronsen, lachen en uitingen van verontwaardiging. Omdat interviewtechnieken zijn gecombineerd met observeren is speciaal een onderzoeker ingezet voor de interviews.

Elke interview is opgenomen en verbatim uitgewerkt. Daarnaast heeft de onderzoeker na elk interview kort zijn eerste indrukken genoteerd. Deze eerste indrukken zijn samen met de onderzoeksvragen gebruikt als startpunten voor de analyses. Met behulp van analyseprogramma MAXQDA2011 zijn uitgetypte interviews geanalyseerd: relevante fragmenten zijn gelabeld/ gecodeerd waarbij van open (associatieve) codes naar steeds specifiekere codes en naar overkoepelende thema's is toegewerkt.

1.4 Opzet interviews/ topics

De interviews duurden tussen 20 en 30 minuten (netto interviewtijd) en hadden de volgende opbouw:

1. **Vrij navigeren (5 minuten):** de geïnterviewde kreeg eerst even de tijd om kennis te maken met Sense.info mobiel door vrij te navigeren. Het vrij navigeren had als doel om 'kunstmatig' ervaring te creëren als jongeren de site nog niet kennen, maar was ook nuttig als jongeren de site al een tijdje niet meer hadden bezocht. De interviewer observeerde non-verbaal gedrag. Na een paar minuten stelde de onderzoeker de volgende vragen:
 - Wat is je eerste indruk van de site?

- Wat spreekt je aan op de site? Wat is hiervan de reden?
- Wat spreekt je niet aan? Wat is hiervan de reden?

2. Navigatieopdracht (10 minuten): de respondent kreeg op een kaartje een eigen navigatieopdracht. De interviewer gaf geen aanwijzingen of andere hulp. Zoekacties besloegen maximaal 5 minuten, hadden betrekking op de verschillende onderdelen van Sense.info mobiel en konden zijn:

- **Informatie** (Vraag van de week, Veelgestelde vragen, Seks A-Z): hoe zorg je dat de eerste keer leuk is/ waar bestaat een soa-test uit?
- **Advies en hulp** (mail, chat, bel, afspraak): stel, het condoom is gescheurd en je wilt weten wat je moet doen. Je wilt advies van een expert. Hoe doe je dat via de website.
- **In de buurt** (Sense spreekuur, soa test): stel, je wilt een soatest doen in jouw buurt. Waar ga je dan heen op de site?

Na het verstrijken van de tijd stopte de zoekactie, het maakte daarbij niet uit of het antwoord wel of niet werd gevonden. De jongere vertelde vervolgens wat hij van de zoekactie vond. De onderzoeker stelde hierbij de volgende verdiepende vragen:

- Vind je dat je het antwoord snel genoeg kan vinden?
- Heb je wat aan de gevonden antwoorden? Welke informatie mis je nog?
- Wat vind je van de hoeveelheid informatie?

3. Vragen over de website in zijn geheel (15 minuten):

- Hoe vind je dat de website eruit ziet?
- Welke dingen op de website vind je leuk/ stom/ irritant?
- Vind je het makkelijk om deze website te gebruiken?
- Vind je de website logisch opgebouwd/ overzichtelijk?
- Vind je de tekst leesbaar op je scherm? Wat vind je van het scrollen door de tekst?

Verbeterpunten:

- Is er nog bepaalde informatie die je mist op de website?
- Heb jij zelf nog leuke ideeën om deze website te verbeteren?
- Kun je voorbeelden noemen van goede of handige sites die je wel eens op je mobiele telefoon bezoekt? Wat spreekt je aan van deze sites?

4. Vragen over (persoonlijke) zoekmotieven (5 minuten):

- Stel dat je een vraag hebt op het gebied van seksualiteit of relaties, zou je dan deze website bekijken?
- In welke situaties zou je deze site gebruiken/ heb je deze site gebruikt?
- Zou je deze website aanraden aan een van je vrienden of vriendinnen?

Aan het einde van het interview is elke jongere gevraagd om op een schriftelijk vragenlijstje een vraag te beantwoorden over seksuele ervaring.

Het risico bestond dat jongeren zich niet vrij voelden om hun persoonlijke zoekmotieven te delen met de onderzoeker, dat ze sociaal wenselijk antwoorden. Om dit op te lossen zijn sommige vragen hypothetisch gesteld, en bij andere onderwerpen is gevraagd naar ervaringen van vrienden. Er is altijd begonnen met de vragen over navigatieopdrachten en pas daarna, als de geïnterviewde zich meer op zijn gemak voelde, volgden de meer persoonlijke vragen.

1.5 Respondenten

De onderstaande tabel geeft een overzicht van de respondentkenmerken. Naast algemene gegevens als leeftijd en geslacht zijn ook gegevens over seksuele ervaring en bekendheid met Sense.info mobiel in tabel 1 opgenomen.

Tabel 1: Overzicht respondenten

leerling (vmbo) student (mbo)	geslacht	leeftijd	opleiding	richting	seksuele ervaring	van Sense gehoord	op Sense geweest	'Culturele identiteit	Religie
leerling 1	jongen	16	vmbo t4	economie	seks gehad	+	-		
leerling 2	jongen	15	vmbo t4	economie	verliefd getongzoend	+	-		
leerling 3	jongen	15	vmbo t4	zorg en welzijn	verliefd getongzoend	+	-		
leerling 4	meisje	16	vmbo t4	zorg en Welzijn	verliefd getongzoend	+	-		
leerling 5	meisje	15	vmbo t4	economie	verliefd getongzoend	-	-		
leerling 6	meisje	16	vmbo t4	zorg en welzijn	verliefd getongzoend	+	+		
student 1	jongen	17	mbo 3/4	oriënterend	verliefd getongzoend	+	-	Nederlands	
student 2	jongen	17	mbo 1/2	oriënterend dokters-assistent	seks gehad	+	+	Nederlands Islamitisch	Islam.
student 3	jongen	19	mbo 1/2	oriënterend verpleger	verliefd getongzoend seks gehad	-	-	Nederlands Colombiaans	Chris.
student 4	meisje	19	mbo 4	oriënterend juridisch	verliefd getongzoend seks gehad	-	-	Nederlands	
student 5	meisje	17	mbo 1	oriënterend	verliefd getongzoend seks gehad	+	-	Nederlands	
student 6	meisje	17	mbo 1	oriënterend zorg	verliefd	-	-	Surinaams	Chris.

De onderzoeker heeft via een vmbo school contact gekregen met een biologiedocent. Tijdens twee biologielessen kreeg hij de mogelijkheid om vmbo'ers (leerlingen) te werven voor het onderzoek. Het ging om vmbo-t leerlingen (theoretische leerweg) uit het vierde leerjaar, dit is het hoogste niveau binnen het vmbo. De vmbo leerlingen volgen de richtingen 'Zorg en welzijn' en 'Economie'.

De mbo'ers (studenten) vormen een gemêleerde groep: het gaat om jongeren met verschillende culturele en opleidingsachtergronden. Ze delen dat ze om diverse redenen zijn vastgelopen in het onderwijs en moeten 'reïntegreren'. Via de Carrousel- of Entreeklas oriënteren zij zich en/of worden zij voorbereid op een vervolopleiding. De docenten hebben een aantal jongeren van te voren gevraagd of zij willen meedoen met het onderzoek. Er zat bijvoorbeeld een jongen bij met schuldproblematiek en een jongen zonder vooropleiding die nog niet zo lang in Nederland was. Deze jongen had wat moeite met het taalgebruik op Sense.info (zie 3.4).

Zoals verwacht hebben oudere jongeren, de mbo'ers, meer seksuele ervaring dan de jongere, de vmbo'ers: van de laatste groep heeft één jongere wel eens seks gehad en van de eerste groep hebben er vier seks gehad. De vmbo leerlingen zijn wel allemaal wel eens verliefd geweest en hebben wel eens getongzoend.

De respondenten maakten allen de indruk zich op hun gemak te voelen tijdens de interviews. Ze praatten makkelijk over de onderwerpen rond seksualiteit die voor hen belangrijk zijn of over de situaties waarin zij hulp via de website zouden zoeken. Wanneer gevraagd werd om naar 'Ontdek je lichaam' te gaan ontstond soms toch wat ongemak: jongeren klikten dan niet door op de naakte lichamen; een student klikte bijvoorbeeld maar even snel op de voeten.

Bekend met Sense.info?

De meeste jongeren hebben wel eens van Sense.info gehoord, maar hebben nog geen gebruik gemaakt van de (mobiele) website.

¹ Alleen mbo'ers zijn gevraagd naar hun culturele en religieuze identiteit. Deze vraag was geen onderdeel van de vraagstelling, maar is in de tweede fase van het onderzoek toegevoegd. De vmbo'ers zijn eerder geïnterviewd.

Op de vmbo school is een keer een promotieactie geweest van Sense. Daar kennen ze de naam Sense van, maar niet de website. Ze herinneren zich vooral dat er van alles werd uitgedeeld (hartjes en lampjes). Als de onderzoeker zich voorstelt aan een klas refereren een aantal leerlingen aan deze uitdeelactie. De onderzoeker krijgt daarop gelijk de vraag wat hij voor de leerlingen heeft meegenomen.

Bij de geïnterviewde mbo studenten is het slechter gesteld met de bekendheid van Sense: twee jongeren hebben van Sense.info gehoord en één hiervan heeft wel eens gebruik gemaakt van de mobiele website. De ene mbo student kent de website vanuit lessen over seksuele voorlichting:

Je hebt er wel over gehoord?

Ja, hiervoor zat ik op deze school, sociaal cultureel werk en we hadden een voorlichting en daar in die voorlichting werd die site genoemd.

Oké, en was dat een voorlichting over seks?

Ja, meer over onveilige seks, de gevolgen daarvan. Meer over soa's en zo.

En toen kwam iemand van buiten, kwam dat vertellen?

Ja, iemand van buiten. Ja, twee mensen, maar ik weet niet meer precies van waar ze waren.

Maar toen zeiden ze: 'Je kunt daar kijken?'

Ja, zo van: 'Er zijn verschillende sites' en we kregen een ja, een soort flyer, kregen we van Sense.

En daarna heb je er niet op gekeken?

Nee. (jongen 1 mbo)

De andere mbo student die Sense.info kent beschrijft een concrete situatie waarin iets aan de site heeft gehad:

Het was ook met een vriend van mij, die zat ook bij mij in de klas, die had het eerst, niet de eerste keer, maar hij had het een keertje gedaan zonder condoom, dus niet veilig, en toen wist hij niet wat hij moest doen. Dus toen had ik hem gewoon gezegd...

Toen heb jij gezegd van...

Ja, je kunt gewoon die morning-afterpil halen of je kunt ook gewoon kijken op de site wat je het beste kunt doen. Je hebt ook, eh, tijden dat je, na drie dagen werkt die pil niet meer. Zulke dingen. Dus toen heb ik hem ook laten zien van: 'Je kunt ook naar deze site en dan kan je ook dingen vinden.'

En had hij daar iets aan?

Jawel. Het is nu goed gekomen. Hij heeft nog steeds dezelfde vriendin, maar niet dat ze zwanger is of zo. (jongen 2 mbo)

Het valt niet uit te sluiten dat jongeren wel degelijk op de site zijn geweest en dat ze dit liever voor zichzelf wilden houden. Maar aan de (non)verbale reacties te zien tijdens het vrij navigeren leken de meeste jongeren de website toch echt voor het eerst te zien.

2 Resultaten: waardering inhoud, navigatie en uiterlijk

Waardering van de site valt uiteen in drie (aan elkaar gerelateerde) onderdelen:

1. Aangeboden informatie/ informatiegehalte: worden de inhoud, vragen en antwoorden gewaardeerd.
2. Opbouw en navigatie: is de site duidelijk en overzichtelijk (weet je waar je heen moet en hoe je terugkomt op het beginscherm).
3. Uiterlijk/ vormgeving: bevat het kleurgebruik, de lettergrootte en het scrollen.

De resultaten laten zien dat dat de geïnterviewde jongeren positief zijn over de aangeboden informatie, de opbouw en navigatie en het uiterlijk van Sense.info mobiel.

Tijdens het interview hebben jongeren zoekopdrachten uitgevoerd op Sense.info mobiel. Aan de hand daarvan hebben zij hun mening gegeven over de inhoud, navigatie en het uiterlijk van de site. In bijlage 1 is per zoekopdracht te zien welke leerling of student een zoekopdracht heeft gemaakt en welke route de jongere nam om bij het antwoord te komen. Als jongeren zich over specifieke informatie op de site uitspreken dan zal dit bij de quotes worden aangeven.

Eerste indruk

De jongeren mochten aan het begin van het interview een paar minuten vrij rondkijken op de site. Hierbij moesten ze actief op de verschillende onderdelen klikken en ook wat tekstjes lezen zodat ze goed een eerste indruk kunnen vormen. De meeste jongeren zien Sense.info voor het eerst en zijn gelijk onder de indruk, de site is 'netjes': ziet er goed uit, werkt goed op de telefoon en is duidelijk opgebouwd.

Oké, ik wilde net vragen: wat is je eerste indruk?

Ja, ik vind het wel netjes, overzichtelijk, als je zo kijkt.

Ja?

Je weet, je kunt ook gewoon typen als je iets...en hier weer dan de onderwerpen, dat vind ik wel handig gedaan. En het is wel echt voor de telefoon, want hij gaat ook snel en als ik zo, soms open ik een site en dat is dan, zeggen ze ook dat het voor de telefoon is, maar dat duurt dan heel lang. (meisje 5 vmbo)

Kun je zeggen wat je ervan vindt, de eerste indruk?

Wel netjes.

Netjes, en wat vind je netjes?

Gewoon, het is netjes, gewoon hoe het eruitziet, netjes ingedeeld, gewoon duidelijk. Ook gewoon wat je aan moet klikken als je bijvoorbeeld iets wilt. Bijvoorbeeld, stel, je wilt informatie, dan staat er gewoon bij het balkje van: hier informatie, advies, in de buurt. Gewoon, dat je het makkelijk kunt vinden, dat het niet echt helemaal zoeken is, want dat heb je echt bij sommige sites (meisje 5 mbo).

2.1 Aangeboden informatie, informatiegehalte

De geïnterviewde jongeren zijn tijdens het navigeren onder de indruk van de hoeveelheid informatie die ze op de site aantreffen. Deze wordt als zeer compleet ervaren, ze verwachten er de meeste vragen (waar zij mee zitten) en antwoorden te vinden.

Het woord 'uitgebreid' wordt door de jongeren gebruikt om hun waardering uit te spreken. Jongeren die naar 'Veel gestelde vragen', 'Vraag van de week' of 'Seks A t/m Z' navigeerden is ook gevraagd om goed naar de antwoorden te kijken. Antwoorden op vragen worden als duidelijk ervaren, de hoeveelheid tekst is niet te lang en de woorden zijn niet onduidelijk. De links naar aanvullende informatie worden gewaardeerd.

Een jongen (mbo) is enthousiast over antwoorden op de vragen: 'Waarom vinden sommige mensen dat een meisje moet bloeden tijdens de huwelijksnacht?' en 'Ik mag van mijn geloof geen seks hebben voor het huwelijk, heeft opletten bij voorlichting dan wel zin?':

En je zei net, je noemde net ook 'uitgebreid', wat vind je uitgebreid?

Ja, ik heb nu net twee vragen, drie vragen gezien en er wordt gewoon duidelijk antwoord gegeven en eventueel ook nog links naar andere sites waar nog meer informatie te vinden is.

En eh, is het te veel of te weinig informatie wat je zag?

Ja, het is denk ik precies genoeg.

...

Ja, het komt professioneel over, de antwoorden zijn professioneel. Ja, het is duidelijk, het is niet moeilijke taal of zo, dat er moeilijke termen of woorden naar voren komen, waar ik van denk: wat is dat? Het is gewoon duidelijk, makkelijk te begrijpen (jongen 1 mbo).

Oké. En wat voor cijfer zou je de site geven?

Ik zou het een negen geven.

Oké, dat is heel hoog.

Je krijgt gewoon overal antwoord op.

(jongen 2 mbo)

Jongeren vinden het ook fijn dat je na het lezen van informatie alsnog een vraag kunt stellen, mochten dingen nog steeds onduidelijk zijn. Dit idee stelt ze gerust. Het onderdeel Vraag van de week geeft de site een actueel karakter, de site is 'in leven', je kunt er daadwerkelijk terecht met je vragen.

Een meisje (mbo) komt via 'Veelgestelde vragen' bij 'Zwanger' en beoordeelt het antwoord bij de vraag 'Ik ben bang dat ik zwanger ben, hoe kom ik daarachter?':

Wat vind je van die informatie, van de inhoud?

Eigenlijk wel goed, want het staat op zich best wel duidelijk wat je, als je denkt dat je zwanger bent en als je vraag niet beantwoord is, dan kan je alsnog mailen of bellen.

Ja, dus dat stelt je ook gerust van...

Ja, want stel je voor dat je denkt van: o, mijn antwoord zit hier niet tussen, dan kan je toch bellen en dan heb je toch iemand aan de andere kant van de telefoon.

(meisje 4 mbo)

De site wordt als professioneel en de aangeboden informatie als betrouwbaar beschouwd: als jongeren een vraag hebben dan hebben ze er dus ook vertrouwen in dat die goed wordt beantwoord.

Het onderdeel Advies en Hulp in het bijzonder, heeft een professionele uitstraling, jongeren verwachten er betrouwbaar persoonlijk advies te kunnen krijgen. Alle benodigde informatie over hoe je Sense.info kunt benaderen staat er bij: welke kanalen je kunt gebruiken (bellen, mailen), kosten voor bellen en openingstijden van het spreekuur.

Oké. En vind je dat dan, eh, komt het betrouwbaar over, de informatie?

Ja, ik vind sowieso de site wel heel professioneel overkomen, dus ik zou wel als ik een vraag heb die durven te stellen en niet dat ik denk van dat het misschien verkeerd terecht komt of zo. (meisje 4 vmbo)

Als ze een vraag stellen verwachten ze dat er daadwerkelijk, binnen afzienbare tijd, gereageerd wordt, dat je echt hulp kunt krijgen. Ze ervaren regelmatig op websites dat er slecht, pas na lange tijd of niet gereageerd wordt op gestelde vragen:

En wat vind je ervan, wat vind je van de site?

Ja, eigenlijk wel goed, ja, dat mensen je kunnen helpen met dingen die, waar je geen antwoord op hebt. Want meestal hebben ze sites, ja, en dan stuur je een e-mailtje en dan krijg je pas na een paar weken antwoord. Maar hier kun je ook gelijk bellen, dus ja, veel beter. (jongen 2 mbo)

Geschikt voor jongens en meisjes

Er zijn geen verschillen in waardering van de informatie gevonden tussen jongens en meisjes, de aangeboden informatie spreekt beide seksen erg aan.

Een aantal jongens is expliciet gevraagd of de aangeboden informatie geschikt is voor jongens, hier wordt positief op gereageerd. De informatie over zwangerschap is bijvoorbeeld ook voor jongens relevant. Een jongen die aangeeft Islamitisch te zijn verwijst hierbij naar zijn cultuur waarin het 'een beetje moeilijk is' als een meisje buiten het huwelijk zwanger raakt. Een andere jongen krijgt als opdracht om informatie te zoeken over de eerste keer. Via 'Seks A tot Z' komt hij bij de desbetreffende informatie en leest die vervolgens hardop. Hij vindt de informatie goed; kan zich goed voorstellen dat het zo gaat bij de eerste keer. Hij zegt wel dat hij bij de informatie wat meer jongensdingen had willen zien, bijvoorbeeld over de lengte van de penis:

Zeg maar, dingen voor die heteromeisjes, over pijn doen bij de eerste keer, vind ik wel uitgebreid genoeg. Ik denk dat er ook wel andere dingen zijn bij jongens waar ze zich voor kunnen schamen of zoiets, en dat dat er dan misschien wel bij gezet kan worden.

O, dat staat er nu niet in?

Nee.

Oké. Ja, dus eigenlijk voor meisjes zit er veel in, maar iets minder voor jongens?

Ja.

Oké. En zou je iets kunnen bedenken wat je mist voor een jongen, waar een jongen mee zou kunnen zitten?

Over de lengte van zijn penis of, eh, ja. (jongen 2 vmbo)

Geschikt voor 'jong' en 'oud'

Zowel oudere als jongere jongeren zijn positief over de aangeboden informatie op Sense.info mobiel. De oudere jongeren, de mbo'ers, noemen soms wel dat ze de informatie bijzonder geschikt vinden voor de iets onervarene of onbewustere jongeren, die bijvoorbeeld net naar de middelbare school gaan. Als je wat jonger bent dan durf je nog iets alles aan ouders te vragen of je hebt gewoon minder seksuele kennis of ervaring. Sense.info biedt op zo'n moment relevante informatie. Dit neemt niet weg dat ook als je wat ouder bent je nog steeds wat kunt opsteken van de website, zeggen de oudere jongeren. Het onderdeel 'Vraag van de week' blijft bijvoorbeeld ook voor hen interessant:

Nou, dit is wel echt top, hoor. Zeker voor jonge kinderen. Zoals hier: 'Ik ben veertien en mijn piemel is nog niet zo groot, is dat normaal?' Ja, ik kan me voorstellen dat die jongetjes daar wel veel last van hebben en het niet durven vragen aan ouders. Dus dan kan je, en dan kan zo iemand inderdaad zeggen: 'Nee, dat is hartstikke, eh, weet je, dat groeit allemaal nog.' Ja, dat vind ik wel leuk.

En je zei net: 'Voor jongeren', spreekt het jou ook nog aan? Want jij bent iets ouder.

Ja, nee, eh, nou, ik vind dit soort vragen wel leuk, antwoord/reactie om te lezen, maar ja, ik weet niet, ik heb al vijf jaar een vriend, dus wat dat betreft, maar ik vind het altijd leuk om dat soort dingetjes, weetjes en zo te zoeken en te vinden. Dat vind ik wel leuk. Ik denk dat je daar nooit te oud of jong, eh... (meisje 4 mbo)

Later in het rapport zal blijken dat de informatie op Sense.info mobiel ook voor oudere jongeren nog relevant is. Zij zeggen bijvoorbeeld net als jongere jongeren dat ze hun vrienden over de site gaan vertellen (zie 3.1). Oudere jongeren vinden ook deels dezelfde onderwerpen op Sense.info mobiel interessant (soa's en (on)veilig vrijen) en deels interesseren zij zich voor andere onderwerpen (pil en anticonceptie) (zie 4.1). Ook zouden zij in noodgevallen, bijvoorbeeld bij een soa, de site raadplegen voor hulp (4.2).

2.2 Opbouw en navigatie

De jongeren hebben gedurende de interviews veelvuldig op de site genavigeerd. De opdrachten waren hier op gericht. Maar ook buiten de opdrachten om bleven de jongeren tijdens het beantwoorden van de vragen voortdurend kijken op de site, meestal lieten zij hun telefoon niet los. Ze hebben dus een goed beeld kunnen vormen van hoe het navigeren verloopt.

Het navigeren wordt als zeer prettig ervaren. Dit is gerelateerd aan de opbouw van de website. Deze wordt als duidelijk en overzichtelijk beschouwd. Het is duidelijk waar de verschillende onderdelen voor staan en waar je antwoorden op vragen kunt vinden.

De kopjes zijn duidelijk en makkelijk te begrijpen waardoor het makkelijk navigeren is. De jongeren geven aan dat dit vaak anders is, dat je soms echt moet zoeken waar je de informatie op een website kunt vinden. In zo'n geval zijn jongeren snel weg. Een meisje geeft aan dat ze op Sense.info alles makkelijk kan vinden en dat de site er verzorgd en niet rommelig uitziet, dit zijn belangrijke eigenschappen voor een site (student 5 meisje mbo). Om de duidelijkheid en overzichtelijkheid te benoemen wordt, zoals eerder gezegd, vaak de term 'netjes' gehanteerd:

Ja, het ziet er best wel netjes uit.

Netjes, en wat betekent 'netjes' voor jou?

Ja, ziet er goed eh, ja, het is gewoon goed, goed uitgelegd. Dus ook, eh, daar waar je terecht kunt komen, dat ziet er ook goed uit. Je raakt niet verdwaald en zo. En dan kom je ook gewoon snel aan je antwoord. Ja, mijn verbinding is niet echt goed, maar.

Precies, ja.

Maar ik ben wel aan mijn antwoorden gekomen, dus het is best wel heel, ja, ik vind het, ja, eerste keer dat ik van deze site dan hoorde, anders had ik, eh, vaker gekeken.

(jongen 3 mbo)

Tijdens de navigatieopdrachten spraken jongeren hun waardering uit voor het gemak waarmee ze antwoorden op vragen konden vinden. Een meisje (mbo) komt via 'Informatie', 'Veelgestelde vragen' en 'Zwanger' vlot terecht bij informatie over hoe je erachter komt dat je zwanger bent:

En vond je dat je het snel genoeg kon vinden?

Ja, eigenlijk wel, ja. Ik heb het echt wel binnen vijf minuten gevonden. Zelfs sneller, volgens mij.

Want je zei net al dat je soms op sommige sites, eh...

Ja, moet je echt dingen zoeken, echt zoeken tot, eh...Ik heb weleens gehad dat ik op een site ben, dat ik echt bijna een half uur bezig was om iets te gaan zoeken en dat ik dan gewoon uiteindelijk bijvoorbeeld een vriend of vriendin van mij ging bellen van: 'Hoe heb jij dat gevonden?'

En dat is nu niet, eh..

Nee, als ik dit echt al binnen vijf minuten kan vinden, dat is goed.

(meisje 4 mbo)

Opbouw en navigatie van een app

Een aantal keren wordt de opbouw van Sense.info vergeleken met de duidelijkheid en overzichtelijkheid van een app: je weet snel waar alles voor staat en hoe je op de site moet navigeren, het spreekt voor zich (de koppen aan de bovenkant zijn duidelijk). Ze waarderen dat het symbool van het onderdeel van de site waar je bent rood wordt. Ook verdwaal je niet snel: 'als je ergens verkeerd klikt dan kun je heel makkelijk weer terugvinden waar je was' zegt een meisje (leerling 4 meisje vmbo). Bovendien is de site net als een app echt geschikt voor de telefoon: niet te veel kleine dingen of tekstjes die je moet vergroten. Andere sites zijn vaak ongeschikt voor de telefoon, die openen dan niet snel genoeg of gebruiken een klein lettertype. Een app werkt wel nog wat soepeler, je kunt meer schuiven, bijvoorbeeld van links naar rechts.

Navigatie (geobserveerd door onderzoeker)

De onderzoeker heeft tijdens de navigatieopdrachten het navigeren van de jongeren geobserveerd, hierbij is ook gekeken of het jongeren lukte om antwoorden op de vragen te vinden. De meeste jongeren ging het navigeren goed af, ze vinden wat ze zoeken.

Startpunt voor het zoeken van informatie is in de meeste gevallen de applicatie 'Veelgestelde vragen'. Als daar de vraag daar niet tussen staat, zoals bij de vraag waar bestaat een soatest uit, dan lopen ze soms een beetje vast. Maar jongeren bewegen zich flexibel over de site, gaan de andere vragen af en klikken op vragen die er op lijken. Of ze gaan terug naar de startpagina en proberen het via een andere weg bijvoorbeeld via 'Seks At/m Z'. Ze komen dan toch vaak (ongeveer) bij het goede antwoord terecht. Dit opnieuw zoeken duurt jongeren niet te lang. Wel loopt een jongen een beetje vast tijdens het zoeken via 'Seks At/m Z' doordat hij 'de' eerste keer

invoerde. Door toevoeging van het lidwoord krijgt hij geen resultaten. Zonder het lidwoord lukt het vervolgens wel (jongen 2 vmbo).

2.3 Uiterlijk/ vormgeving van de site

Gevraagd is naar het uiterlijk en vormgeving van de site. Veel leerlingen vinden dat de site wel wat meer kleur kan gebruiken, om deze leuker of ook iets duidelijker te maken. Meer kleur is het meest (spontaan) genoemde verbeterpunt, zowel onder jonge (vmbo'ers) als oude jongeren (mbo'ers) en zowel onder jongens als meisjes. Het is echter geen must, jongeren vinden de site zoals die nu is al wel goed.

Oké. En zie je ook al iets dat je denkt van: dat kan beter of mooier?

Eh..Misschien een beetje meer kleur of zo.

Meer kleur? En wat zou dat dan doen, die kleur?

Het zou het bijvoorbeeld meer vrolijker en aantrekkelijker maken. Ik vind het zo wel gewoon goed, maar gewoon als ik algemeen denk, ik ken wel mensen die dan denken van: o, dit ziet er bijvoorbeeld echt heel basic uit, zoals met kleuren bijvoorbeeld, naar anderen of zo, dat ze bijvoorbeeld misschien...

O, dat ze denken dat het niet...

Ja, dat als je misschien de kleur gewoon, wel gewoon eh, dat zou het wel leuker maken. (meisje 5 mbo)

Als gevraagd wordt naar de gewenste kleur is de meest genoemde kleur rood. Rood past bij hartjes en liefde. Het rode symbool om aan te geven op welke pagina je bent wordt erg gewaardeerd. Het kleurgebruik (roze/ rood) bij de applicatie veel gestelde vragen spreekt de jongeren ook aan en zou als voorbeeld kunnen dienen voor de rest van de site.

Tegelijkertijd wordt het sobere, spaarzame kleurgebruik, door jongeren ook gewaardeerd. Het grijs zwarte kleurgebruik zorgt voor duidelijkheid en vergroot de leesbaarheid. Meer kleur kan het rommeliger, onrustiger maken, zeker op een klein telefoonscherm.

Een meisje (mbo) kijkt tijdens de zoekopdracht naar de applicatie 'Advies en Hulp' en informatie over de Sense-infolijn:

En wat vind je van de kleuren?

Nou, ik vind het, het is een klein scherm, dus die echte kleuren en alles, ja, dat maakt mij niet uit eigenlijk. Het is grijs met zwart.

Ja, precies.

Ja, ik stoer me daar niet aan.

Helpt het ook dat het die kleur heeft voor de duidelijkheid?

Ja, ik denk het wel. Ik denk dat het misschien door de kleur inderdaad ook het zo duidelijk is.

En als je bijvoorbeeld meer kleuren zou gebruiken, hoe zou het dan op je overkomen?

Ja, ik denk eh, omdat het natuurlijk op een klein scherm is, denk ik rommeliger (student (meisje 4 mbo)).

Het kleurgebruik past ook bij het karakter van de website, het gaat om een serieus onderwerp en mag ook niet te kinderachtig overkomen. 'Het is iets anders als een social media site waar je even iets gezelligs gaat bespreken, het is niet voor iemand van tien' zegt een meisje (meisje 5 vmbo). Meer kleur zou het volgens haar druk en kinderachtiger maken.

De groep die aangeeft meer kleur te willen zien is ongeveer even groot als de groep die dit liever niet wil (vijf om zes jongeren). Jongens verschillen hier niet van meisjes. De jonge leerlingen, vmbo'ers, geven vaker aan dat ze meer kleur op de site zouden willen zien dan de oudere jongens: vier van de zes vmbo'ers noemen meer kleur als verbeterpunt en vier van de vijf mbo'ers vinden het goed zo. De groep die meer kleur zou willen zien geeft wel aan dat dit spaarzaam moet gebeuren.

Ontdek je lichaam

De applicatie 'Ontdek je lichaam' is een blikvanger die direct veel aandacht trekt. Veel jongeren gaan hier tijdens het vrij navigeren als eerste kijken. Ze vinden het grappige maar ook belangrijke informatie die op een aantrekkelijke manier wordt weergegeven. Een jongen zegt dat meisjes via de applicatie er achter kunnen komen hoe ze moeten masturberen (jongen 2 vmbo) en een meisje geeft aan dat het handig is omdat jongeren soms niet weten hoe een meisjes- of jongenslichaam eruit ziet:

En wat vind je hiervan, dat de informatie zo wordt aangeboden via zo'n plaatje, dingen waar je op kunt klikken?

Wel handig, want je hebt mensen die niet eens weten hoe een vrouwelijk lichaam eruitziet. Ik ken zulke mensen hoor, die dat niet eens weten. En als die bijvoorbeeld hier naartoe gaan en meteen kunnen klikken van: 'Huh, hoe zou dit dan?' En ze daar dan meteen informatie over weten, dat is wel handig eigenlijk (meisje 5 mbo).

Leesbaarheid scrollbaarheid

Over de leesbaarheid en het scrollen door de informatie zijn de jongeren duidelijk positief. De tekstgrootte is zeer geschikt voor een mobiele telefoonscherm, niet te groot en niet te klein, en het scrollen verloopt goed. Je hoeft niet in- of uit te zoomen wat doorgaans wel bij het internetten op de telefoon moet gebeuren en als irritant wordt ervaren.

De leesbaarheid hangt ook samen met hoeveelheid aangeboden informatie die beknopt maar wel als volledig wordt gezien. Het nodigt uit om tekstjes volledig te lezen. En als je meer wilt weten dan zijn er links naar meer informatie. De duidelijke koppen dragen ook bij aan de leesbaarheid. Ten slotte, wordt gezegd dat voor de juiste kleurverhouding is gekozen: witte tekst op een donkere achtergrond, dit leest prettig, bijvoorbeeld als je dyslectisch bent zegt een jongen (jongen 3 vmbo).

*Als je dit niet kunt lezen, dan heb je echt een bril nodig.
(meisje 6 mbo)*

Een meisje beoordeelt de hoeveelheid informatie over het leuk maken van de eerste keer ('Veelgestelde vragen' --> 'Eerste keer'):

Ja, ik vind het wel goed dat het niet zoveel is, want als ik iets open en ik zie echt zo'n heel A4-tje vol met hè, dan denk ik: nou, laat maar. Dan lees ik het even snel door en dan lees ik ook niet...en dit zou ik wel gewoon helemaal kunnen lezen.

Oké, dus het is niet te lang, je blijft het lezen?

Ja. Als je teveel doet in één keer over één klein onderwerp, dan is het zo, wordt het saai. De meeste mensen lezen, ja, vooral de jongeren lezen dat toch niet.

Nee. Nee, dan haken ze af, denk je?

Ja. (meisje 5 vmbo)

3 Verbeterpunten: inhoud, vormgeving en navigatie

3.1 Verbeterpunten

Aan jongeren is expliciet gevraagd om verbeterpunten te noemen over de inhoud, de vormgeving en de navigatie. Zoals de eerdere resultaten al lieten zien zijn ze positief over de site en hebben ze dus moeite met het noemen van verbeterpunten:

Ja, je zei net al dat je heel tevreden was, maar zou je nog iets kunnen bedenken wat beter kan?

Nee, ik zou het echt niet kunnen bedenken. Ik zou deze website niet eens kunnen bedenken. Ik vind het echt goed, ja. (meisje 6 vmbo)

Wat vind je stom of irritant?

Ja, zo ik nu heb gekeken vind ik eigenlijk gewoon geen irritante dingen, dat hij alles gewoon goed. (meisje 5 vmbo)

Zou je verbeterpunten weten uit jezelf? Zou je iets weten?

Pff. Nee, niet. (jongen 3 mbo)

Maar, er zijn wel verbeterpunten genoemd, dit gebeurde ook vaak spontaan zonder dat er expliciet naar gevraagd werd. Drie verbeterpunten zijn genoemd: meer kleurgebruik, meer plaatjesgebruik en meer promotie van Sense.info mobiel onder jongeren.

Andere kleur

Het meest genoemde verbeterpunt, zoals net al bleek, betreft het kleurgebruik. Jongeren vinden de website vaak te zwart, grijs en geven aan dat meer kleur de website aantrekkelijker zouden maken. Maar het ingetogen kleurgebruik wordt tegelijkertijd ook juist gewaardeerd, het draagt bij aan de duidelijkheid van de site:

En vind je hem mooi (de website in zijn geheel)?

Ja, het is wel een beetje saai, maar het hoeft ook niet heel erg, ja, heel erg veel kleur te hebben of zo. Maar het is niet, het is ja, niet zoveel kleur heeft het. Dat is aan de ene kant wel goed, want het is natuurlijk wel serieus.

Ja, dat maakt het serieus, maar aan de andere kant, is het daardoor iets minder mooi?

Nee, dat vind ik niet (jongen 3 vmbo)

Meer plaatjes

Een vijftal jongeren noemen meer plaatjes, ter verduidelijking van de tekstuele uitleg, zodat je weet hoe dingen eruit zien (ter illustratie) of gewoon om de informatie wat leuker te presenteren. Maar, het toevoegen van plaatjes is geen must, de meeste jongeren zijn tevreden met de tekstuele informatie. Twee jongens zouden meer verduidelijkende plaatjes willen zien bij de uitleg van (moeilijke) woorden. Een jongen is erg te spreken over 'Ontdek je lichaam', hij vindt de plaatjes beter dan alleen tekst want anders moet je gaan verbeelden hoe het er uitziet (leerling 1 vmbo). Een andere jongen geeft aan dat het bijvoorbeeld handig zou zijn om plaatjes van een zwangerschapstest en een morning afterpil toe te voegen aan de beschrijvingen voor als je naar de apotheek gaat:

Wat je net zag was best wel veel tekst ('Seks A-Z'--> 'Zwanger'--> 'zwangerschapstest').

Ja, klopt, klopt, klopt. Eh, ja, eh, misschien hoe een zwangerschapstest eruitziet en hoe een morning-afterpil eruitziet, want ja, ik persoonlijk heb geen idee hoe een morning-afterpil eruitziet, dus dan, als ik dan in een apotheek sta, dan zou ik het bij god niet weten. Ja, of een merk, ja, dat is dan weer reclame, maar...

Ja, nee, ik begrijp het. Dus plaatjes, gewoon een illustratie van bepaalde termen.

Ja, dat je gewoon weet hoe het eruitziet en dat het gewoon makkelijk te vinden is, zeg maar. (jongen 1 mbo)

Er is tijdens de interviews ook gelet op uitspraken over behoeftes aan meer filmpjes, of gevraagd naar, deze worden niet echt gedaan door de jongeren. Slechts een paar jongeren zeggen hier iets

over: een jongen (student 2 mbo) zegt dat filmpjes handig zijn, 'om de informatie beter op te pakken'. Een meisje geeft aan dat zij zelf niet meer filmpjes of animatie zou willen zien maar dat dit de jonge jongeren zou aanspreken, kinderen beginnen volgens haar steeds eerder met seks (meisje 4 mbo).

Meer promotie Sense.info mobiel onder jongeren

Meer bekendheid of promotie maken voor Sense.info mobiel wordt door veel jongeren spontaan genoemd: acht van de twaalf jongeren maken hier opmerkingen over, jongens even vaak als meisjes en vmbo'ers even vaak als mbo'ers. Sense.info wordt namelijk als een website met een belangrijk thema beschouwd. Jongeren geven, na het voor het eerst zien van de website, vaak direct aan dat ze hun vrienden over de website gaan vertellen.

Een meisje dat door haar docent gevraagd was voor het onderzoek, en vooraf naar de site heeft gekeken, vond het belangrijk om mee te doen zodat ze haar vrienden over Sense.info mobiel kon vertellen (meisje 5 mbo). Als meer jongeren de site zouden kennen zouden ze elkaar erover vertellen. Er is behoefte aan informatie over seksualiteit, gezegd wordt dat veel jongeren onbekend zijn met deze informatie, bijvoorbeeld omdat seksuele voorlichting op school ontbreekt.

Zou er meer reclame gemaakt moeten worden voor deze site?

Ja, eigenlijk zou het wel, ja, moeten.

Waarom?

Omdat eigenlijk nog echt tegenwoordig veel jongeren nog niet echt, op sommige middelbare scholen krijgen ze geen seksuele voorlichting.

Hmhm.

Dat heb ik ook, ja, ik heb ook leerlingen bij mij in de klas, die hebben echt gewoon nooit seksuele voorlichting gehad op hun middelbare school en daar schrok ik wel even van. Eigenlijk hoort dat wel.

En daar kan dit....

Ja, het is echt een hulpmiddel dit, deze site.

Oké. En wat voor cijfer zou je de site geven?

Ik zou het een negen geven. (jongen 2 mbo)

Sociale media worden gezien als het middel om jongeren bekender met Sense.info mobiel te maken, bijvoorbeeld via een Sense.info Facebook pagina. in paragraaf 3.3 over voorgelegde verbeterpunten zal hier dieper op worden ingegaan.

De naam Sense.info is duidelijk genoeg

De onderzoeker heeft ook steeds gevraagd of de naam Sense.info duidelijk was en of jongeren hier meer of duidelijkere informatie over terug zouden willen zien op de website. Jongeren zijn op zich wel nieuwsgierig naar wat Sense is of wie er achter zitten, maar op de site zelf hoeft niet meer informatie over Sense.info te worden gegeven, het linkje 'Over sense' is voldoende.

3.2 Verbeterpunten: voorbeelden van andere sites

Aan de jongeren is gevraagd om andere mobiele sites (of apps) die ze mooi of handig vonden te noemen. Vervolgens is gevraagd om deze sites te vergelijken met Sense.info mobiel. Dit is gedaan om verbeterpunten voor de website op het spoor te komen. Jongeren vonden het lastig om andere sites te noemen. Vaak komt dit doordat er naast de bekende sites of apps als Facebook, Whatsapp, Instagram en Google weinig andere sites op de telefoon worden gebruikt. Spelletjes worden ook nog genoemd. Met name Google wordt als heel functioneel gezien: 'Ja, dat is natuurlijk wel gewoon intypen, hup, vraag, antwoorden, alles komt eruit meteen (student 4 meisje mbo).'

Een paar sites/ apps worden genoemd vanwege hun overzichtelijkheid en netheid (bijv. Voetbal International), deze eigenschappen ziet men ook terug bij Sense.info. Zoals gezegd vindt een aantal jongeren dat Sense.info qua functionaliteit en uiterlijk lijkt op een app, met name de bovenkant, de duidelijke koppen. De site is dan ook bijzonder geschikt voor de telefoon: 'Gewoon duidelijk en niet allemaal kleine priegeldingetjes (student 4 meisje mbo).' Een app heeft nog als bijkomend voordeel dat je meer kunt schuiven (van links naar rechts) en dat die soepeler loopt omdat die lokaal, op de telefoon, is geïnstalleerd.

3.3 Verbeterpunten naar aanleiding van de longlist (voorgelegd aan respondenten)

Uit het voorgaande bleek al dat het lastig was om spontaan verbeterpunten of aanvullingen voor Sense.info te noemen. Om het de jongeren makkelijker te maken is een longlist voorgelegd met ideeën om de site mee aan te vullen. De lijst met ideeën is eerder ook gebruikt in het evaluatieonderzoek van de desktopversie. Daaruit bleek dat jongeren positief stonden tegenover persoonlijke verhalen van andere jongeren, ze kunnen dan lezen hoe andere jongeren omgaan met situaties. Een column of blog en een forum worden om dezelfde reden gewaardeerd (Rutgers WPF en Soa Aids Nederland, 2012). De aanvullingen zijn afkomstig van andere sites over seksuele voorlichting. In tabel 2 is te zien hoe populair de verschillende ideeën zijn in het huidige onderzoek zijn: hoe vaak ze zijn genoemd, in de verschillende groepen.

Tabel 2: aanvullingen voor Sense.info mobiel

Ideeën om website te verbeteren	Genoemd	Genoemd vmbo	Genoemd mbo	Genoemd jongen	Genoemd meisje
Voorbeeldfilmpjes	1		1		1
Meer social media	5	3	2	1	4
Forum over seks, advies	7	4	3	5	2
Bekende Nederlanders over seks	3	2	1	2	1
Lijstje met meest bezochte pagina's	3	1	2	1	2
Persoonlijke verhalen van jongeren	7	2	5	3	4
Testjes over liefde en seks	5	2	3	2	3

Het vaakst genoemd worden: persoonlijke verhalen van jongeren ('mijn verhaal' of een 'column/blog), forum waar jongeren met elkaar over seks praten elkaar adviseren, testjes over liefde en seks (bijv. 'hoe flirt ik het liefst', 'welke type ben ik in relaties') en meer social media zodat je pagina's kan liken of een Sense hyves/FB hebt. Niet genoemd worden een topic van de week en plaatjes, animaties en video's.

Persoonlijke verhalen van andere jongeren.

Het kunnen lezen van verhalen van andere jongeren spreekt de respondenten, net als in het eerdere evaluatieonderzoek, vaak aan, 7 jongeren kiezen hiervoor, ongeveer evenveel meisjes als jongens.

Jongeren geven aan dat het fijn is om te horen dat andere jongeren vergelijkbare dingen meemaken, dit geeft het gevoel niet de enige te zijn die ergens mee zit. Bovendien kunnen ze dan horen hoe anderen met deze situaties omgaan. Dit neemt onzekerheid weg. Wel belangrijk is dat het 'echte' verhalen zijn, niet verzonnen door iemand die voor de website schrijft.

Want de jongeren die, anderen die misschien daarvoor al problemen hadden, die weten al: misschien die is zwanger of een kindje of iets, of die een ziekte hebben, die kunnen je al vertellen om iets te voorkomen, want voorkomen is beter dan genezen.

Hmhm. En dat spreekt je aan, als andere jongeren dat verhaal op de site zetten?

Die heeft het al meegemaakt, dus dat kan hij ook aan je meegeven.

(jongen 2 mbo)

Persoonlijke verhalen van andere jongeren. Ja, dit vind ik wel goed.

Die persoonlijke verhalen?

Ja.

En waarom vind je dat goed?

Dan kan je ook misschien wat jij zelf hebt meegemaakt, hoe diegene het heeft aangepakt bijvoorbeeld. Dat zou wel prettig zijn, denk ik.

Het is prettig dat je van anderen dat hoort?

Ja, klopt.

(meisje 6 mbo)

Forum

Een forum als aanvulling voor Sense.info is ook populair: 7 jongeren kiezen hiervoor.

Het wordt gewaardeerd dat je op een forum advies kan krijgen van leeftijdsgenoten of juist van iets oudere, meer ervaren jongeren. Je praat makkelijker of sneller met leeftijdsgenoten, je gebruikt dezelfde taal. Een forum zorgt, net als het horen van persoonlijke verhalen, voor een gevoel van herkenbaarheid. Je ziet dat andere jongeren dezelfde problemen hebben, dit neemt onzekerheid weg.

En waarom zou je dat belangrijk vinden, zo'n forum?

Je praat sneller met je leeftijdsgenoten dan met oudere. Dus ik denk dat ze, ja, ze kunnen elkaar leren omgaan hoe je ermee kunt omgaan en zo. Dus, dat vind ik wel goed.

(meisje 6 mbo)

Opvallend is dat jongens iets vaker voor een forum kiezen dan meisjes: 5 van de 6 jongens kiezen hiervoor en twee meiden. Jongens noemen bij hun keuze voor een forum een aantal keer het wegnemen van onzekerheid: 'gewoon om je minder onzelfverzekerd te voelen. Als je bijvoorbeeld niet zeker bent over je lichaam' (jongen 3 vmbo). Een ander jongen beschrijft waarom een forum met name aantrekkelijk is voor jongens:

Een forum. En waarom spreekt je dat aan?

Ja, ja, eigenlijk praten jongens eigenlijk niet echt vaak over...

Jongens niet?

Nee. Ja, meiden misschien, maar jongens niet echt, dus ja, als ik eh, als je niet met iemand praat, dan kan je ook geen advies geven of krijgen. Dus dan vind ik meer dat jongeren moeten praten over dat, want eh, ja, ik praat er eigenlijk met mijn broer over.

Met je neef?

Of met mijn neef ook, gewoon: 'Hé, we gaan vanavond uit, oké, wat gaan we doen? Oké, als je met een meid daar naartoe gaat, heb je een condoom bij je, heb je dit bij je?' Dan praten we over dat, maar veel jongens...

Die doen dat niet?

...doen dat eigenlijk niet.

(jongen 3 mbo)

Testjes over liefde en seks

Testjes op de site over liefde en seks worden door vijf jongeren genoemd, dit lijkt ze naast grappig ook functioneel. Jongeren hebben behoefte om zichzelf te leren kennen en via online zelftestjes hopen ze wat over zichzelf op te kunnen steken en adviezen te krijgen. Bijvoorbeeld welk type ze zijn in een relatie. Jongeren voelen zich soms onzeker over hoe ze met anderen moeten omgaan. Dit speelt met name als ze verliefd zijn. Ze willen dan door de ander geliefd worden, jongens kunnen dan bijvoorbeeld stoer gaan doen.

En bijvoorbeeld testjes ook wel.

En waarom vind je dat leuk?

Ik ken ook veel mensen die dan niet weten hoe ze bijvoorbeeld met andere mensen om moeten gaan of hoe ze met mensen moeten flirten en zo, en als je dan doordat, door testjes en zo, dat zou wel handig zijn.

(meisje 5 mbo)

Meer sociale media

'Meer sociale media' wordt vijf keer genoemd, 4 keer door een meisje en 1 keer door een jongen. Dit heeft tot doel om meer bekendheid over Sense.info te genereren. Via social media kan de website worden gepromoot, bijvoorbeeld via een Facebook pagina. In de vorige paragraaf werd al duidelijk dat jongeren vinden dat meer jongeren over Sense.info moeten weten. Sociale media, zoals Facebook, lijken hier het uitgelezen instrument/ kanaal voor. Jongeren brengen veel tijd door op Facebook en zeggen dat dit de plek is om jongeren te bereiken. Ze geven hierbij aan het geen

probleem te vinden om Sense.info posts (geplaatste berichten) te 'liken' (met het symbool duimpje omhoog je waardering voor posts van anderen uiten). Over de inzet van social media worden geen andere opmerkingen gemaakt.

Waarom meer social media?

Omdat er echt veel mensen op Facebook en zo zitten en stel, je hebt daar echt vragen over en je zit bijvoorbeeld gewoon op Facebook of er gebeurt iets op Facebook en je ziet dat, dan denk je van: ja, ik kan het wel gaan proberen om te gaan kijken, misschien kan ik er wel een antwoord op krijgen. Jongeren zitten echt heel vaak op social media, gewoon heel veel.

En ben je dan niet bang dat bijvoorbeeld andere mensen zien dat jij op die site hebt gekeken, als je iets liket bijvoorbeeld van die site? Zou je daarmee zitten?

Als mensen dat zouden zien, eh...nee, want het is gewoon voorlichting voor seks en zo, en dat krijg je ook op school, dus ik zou het niet erg vinden (meisje 6 vmbo).

Uit het evaluatieonderzoek van de **desktopversie** (Rutgers WPF en Soa Aids Nederland, 2012) bleek dat jongeren vanwege privacy liever niet een koppeling met sociale media zouden willen zien: ze willen niet dat andere jongeren kunnen zien dat je interesse toont in een pagina over seksualiteit. Opvallend is dat jongeren nu aangeven dit geen enkel probleem te vinden, 'tuurlijk zouden ze dingen liken'. Het blijft natuurlijk hypothetisch of jongeren echt posts over seks gaan liken op een Facebook pagina van Sense.info, dit valt nu niet te zeggen. Maar, het vorige onderzoek is alweer een paar jaar oud, wellicht zijn de normen over online privacy wat veranderend. Sowieso zitten nu meer mensen op social network sites en hebben meer jongeren een telefoon met internet. In 2012 maakte al 86% van de jongeren (12-25 jaar) gebruik van een apparaat voor mobiel internet (doorgaans een smartphone) (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2012).

Bekende Nederlanders over seks

Het idee dat bekende Nederlanders over hun seksuele ervaringen vertellen spreekt een drietal jongeren aan. Naast dat dit ze grappig lijkt, vinden ze ook dat bekende Nederlanders een voorbeeldrol vervullen, mensen kijken immers tegen ze op.

Plaatjes, animaties, video's worden niet en voorbeeldfilmpjes van seks slechts één keer genoemd. Zoals eerder gezegd worden filmpjes als verbeterpunt in de andere gedeeltes van de interviews ook nauwelijks genoemd. Eén meisje geeft nadrukkelijk aan dit te expliciet te vinden:

Beelden van seks, dat sowieso niet. Waarom dat op de site?

Wat zou je daarvan vinden dan?

Dan gaat het een beetje te ver.

Te ver, oké.

Ja, dat gaat te ver (meisje 6 mbo)

3.4 Verbeterpunten tijdens de navigatieopdracht

Hiervoor ging het om verbeterpunten die zijn genoemd door de jongeren zelf en om aanvullingen op de site die zijn voorgelegd aan de jongeren. Hiernaast zijn er ook nog een paar aandachtspunten geobserveerd door de onderzoeker tijdens de navigatieopdrachten. Dit zijn niet direct punten die kunnen worden verbeterd, maar die wel spelen in het gebruik van de website.

Trage internetverbinding

Een aantal leerlingen hadden last van een slechte internetverbinding waardoor pagina's langzaam of niet laden. De interviews met de mbo-studenten vonden plaats in een nieuw schoolgebouw, 'een soort bunker'. De Wifi verbinding functioneerde hier niet goed en tijdens de interviews waren we gedwongen om dicht tegen het raam aan te zitten.

Naast een slecht internetbereik in het gebouw hadden een aantal jongeren ook een goedkoop telefoonabonnement met een trage verbinding of een verouderde of geen eigen telefoon. De applicatie 'Ontdek je lichaam' functioneerde op deze telefoons niet goed, de filmpjes moesten lang laden. Docenten/ begeleiders van het Loopbaan Informatie Centrum die deze jongeren begeleiden gaven aan dat veel jongeren schulden hebben en hiervoor een budgetcoach kunnen krijgen. Een meisje gaf aan dat ze vanwege telefoonkosten niet naar het 0900 nummer van de Sense hulplijn zou bellen, maar eerder zou mailen (student 6 mbo).

Een trage internetverbinding zorgt ervoor dat het bekijken van filmpjes op de telefoon niet voor alle jongeren goed werkt. Mogelijk is dit een reden dat jongeren bij verbeterpunten voor de Sense.info mobiel niet direct aan filmpjes denken.

Taalgebruik?

Soms was het taalgebruik op Sense.info een beetje lastig. Dit gold met name voor de jongen die nog niet zo lang in Nederland was: 'Ja, ik zie hier zo: lesbi, lesbo. Ja, allemaal woorden die ik echt niet kende (student 3 mbo). Echter ook met de zoekopdracht naar informatie over een soatest had men wat moeite. De twee jongeren namen genoeg met informatie over soa's. De meeste jongeren hadden echter geen moeite met de teksten zo bleek uit de zoekopdrachten waarin ze de teksten goed moesten (op)lezen. Jongeren zeggen als ze een moeilijk woord tegenkomen ook dat dit goed wordt uitgelegd, zie ook paragraaf 2.1 hierover.

En als je op zo'n woord drukt die je niet kent, misschien kun je dat eens doen?

Oké.

Dan ben ik benieuwd of je die uitleg, wat je daarvan vindt. Dan klik je inderdaad gewoon op een moeilijke. Op welke klik je dan? 'Deep throat', oké.

Dit is een manier van pijpen waarbij je de penis diep in de mond neemt, tot het begin van je keel. Hm, oké.

En wat vind je van die informatie? Wordt dat duidelijk zo?

Ja, het is gewoon duidelijk, ja.

Zou je nog meer informatie willen hebben of is het genoeg?

Ja, het is gewoon genoeg.

4 Resultaten: persoonlijk zoekgedrag/ motieven

Dit laatste deel van de resultaten behandelt welke onderwerpen jongeren belangrijk vinden, dus over welke onderwerpen ze informatie op Sense.info willen terugzien. Daarna wordt besproken in welke situaties jongeren op de website naar informatie zoeken of zouden zoeken.

4.1 Belangrijke onderwerpen voor Sense.info mobiel

De jongeren is gevraagd wat voor hen belangrijke of interessante onderwerpen over seksualiteit zijn, waar ze informatie over op zouden zoeken. Dit is gedaan door het voorleggen van een longlist met thema's die ook op Sense.info mobiel terugkomen. Hieruit moesten zij onderwerpen kiezen en vertellen waarom zij deze belangrijk vonden. De meeste jongeren kozen twee tot vier onderwerpen.

Tabel 3: Belangrijke onderwerpen over seksualiteit

Belangrijke onderwerpen	Aantal keer genoemd	Genoemd vmbo	Genoemd mbo	Genoemd jongen	Genoemd meisje	Seksuele ervaring vmbo	Seksuele ervaring mbo
Stopweek overslaan	1		1		1	1	
Morning-afterpil	5	2	3	1	4		2
Transgender	1		1		1		1
Help! Dringende vragen	3	2	1	1	2		
Liefde en relaties	1	1			1		
Jongenslichaam	1	1			1		
Meisjeslichaam	1	1			1		
Vrijen	1	1			1		
Pijn bij het vrijen	3	2	1	1	2		
De eerste keer	4	2	2	1	3		
Condoom	4	3	1	2	2	1	1
Pil	5	1	4	2	3		3
Andere anticonceptie	2	1	1		2		1
Zwanger	4	1	3	1	3		1
(On)veilig vrijen	6	3	3	4	2	1	2
Soa's	8	5	3	4	4	1	1
Homo/lesbisch/bi	2	1	1	1	1	1	1
Over je grens	1	1			1		
Cultuur en geloof	2		2	2			1
Noodsituaties							
Seks en internet	4	2	2	2	2		
Seks, alcohol en drugs	4	2	2	2	2	1	1

Soa's en onveilig vrijen

Onderwerpen die noodsituaties of problemen met seks weerspiegelen worden het vaakst genoemd. Jongeren zouden Sense.info mobiel vooral raadplegen in acute of noodsituaties.

Een jongen zegt over soa's dat je niet bang moet zijn voor seks maar wel bewust moet zijn van de gevolgen, en dat je moet weten wat je precies moet doen en waar je hulp kunt krijgen (jongen 1 mbo). Zowel jongens als meisjes, vmbo'ers als mbo'ers, vinden deze thema's belangrijk. Wel kiezen meisjes vaker dan jongens voor het onderwerp 'Morning-afterpil'.

Anticonceptie

Onderwerpen rond anticonceptie en zwangerschap worden ook als belangrijk ervaren (condoom, pil en zwanger). Bij de onderwerpen thema's 'Pil en Zwanger' gaat het met name om oudere meisjes, vaak met seksuele ervaring, en bij het onderwerp 'Condoom' om jongens en meisjes van het vmbo.

Seks en internet

Het thema Seks en internet wordt ook belangrijk gevonden. Gezegd wordt dat jongeren veel met elkaar communiceren via sociale media (naar eigen zeggen de 'hele dag') en dat ze zich meer bewust zouden moeten zijn van welke informatie ze over zichzelf versturen. Je moet niet te snel foto's versturen als je een meisje nog maar net kent of net een relatie hebt, dit kan pas na een tijdje als je elkaar vertrouwd (student 3 jongen mbo). Jongens geven aan dat door meisjes verstuurd privéfoto's op Facebook of Twitter terecht komen.

En waarom is dat een thema, een belangrijk thema?

Ik denk ja, onder jongeren leeft internet sowieso heel erg. De meesten zijn er iedere dag mee bezig. En wat je ook steeds meer ziet op social media is bijvoorbeeld dat ze via WhatsApp dan een naaktfoto of zo gaan sturen en dat er dan uiteindelijk op Twitter of Facebook of ergens anders waar het eigenlijk helemaal niet hoort, dat het daar opeens belandt en wat daar de gevolgen van zijn van, eh, dat je dat soort dingen doet. Ja, dat je daar gewoon bewust van moet zijn, wat de gevolgen kunnen zijn en dat het gewoon heel vervelend kan zijn.
(jongen 1 mbo)

Seks en alcohol en drugs

Ten slotte wordt nog gewezen op de combinatie van seks met alcohol en drugs als iets waar jongeren voorgelicht over zouden moeten worden. Jongeren zijn nog onwetend: beginnen met alcohol en/of drugs, raken onder invloed en dan kunnen er in combinatie met seks 'gekke of vervelende dingen' gebeuren. Bijvoorbeeld dat je wakker wordt naast iemand die je niet kent, of dat jongens onder invloed met elkaar ruzie krijgen om meisjes (jongen 1 vmbo). Dit is ook een thema waar je op school niet zoveel dingen over hoort zegt een meisje (meisje 6 vmbo).

4.2 Situaties om Sense.info te gebruiken**Noodsituaties**

Jongeren geven aan dat ze Sense.info mobiel vooral zouden gebruiken als er iets aan de hand is, in noodsituaties. Ze zeggen ook vaak dat ze de site aan andere jongeren zouden adviseren als die ergens mee zitten. Meestal gaat het dan om angst voor soa's of een ongewenste zwangerschap.

Jongeren zijn op zo'n moment onzeker en hebben behoefte aan informatie over wat ze het beste kunnen doen en durven dit dan niet aan anderen te vragen. Via de website kun je dan snel anoniem informatie opzoeken. Het onderdeel 'In de buurt' wordt ook erg gewaardeerd, via deze applicatie wordt snel duidelijk hoe en waar je hulp kunt krijgen.

In wat voor situaties zou je deze site dan bezoeken?

Ja, ik weet niet, als ik bijvoorbeeld denk dat ik een soa heb of zo of dat ik denk dat ik zwanger ben en ik weet niet wat ik moet doen of zo.

Dus echt een beetje zo'n noodgeval of zo?

Ja.

En zou je ook gewoon uit nieuwsgierigheid gaan kijken of eerder als je ergens mee zit?

Meer als ik ergens mee zit echt.

(meisje 4 vmbo)

Wanneer zou jij dat bijvoorbeeld doen (een afspraak maken via 'In de buurt')?

Ja, nou, ik ben zeventien, als ik dan een vriendin zou hebben en die zegt op een dag: 'Ik ben zwanger', dan zou ik het wel fijn vinden om een beetje advies te krijgen van: hoe en wat moet ik nu gaan doen en regelen en wat is verstandig?

(jongen 1 mbo)

Er is ook gevraagd wel hulpkanaal van Sense.info de voorkeur heeft (chat, mail, bellen of een afspraak) als ze ergens mee zouden zitten. Verschillende kanalen om hulp of advies aan Sense.info te vragen worden genoemd, ieder heeft zo z'n voorkeur. Een jongen zou chatten, dan hoeft hij niet ergens naar toe. Bellen vindt hij te persoonlijk: het voelt minder veilig als iemand je hoort (jongen 2 vmbo). Een andere jongen zegt dat je tijdens chatten sneller open bent: 'Je praat makkelijker dan als je een afspraak maakt of als je belt en zegt dingen die je normaal niet zou zeggen (jongen 3 vmbo).' Een meisje geeft aan niet zo verlegen te zijn en eerder te bellen: 'Omdat ik het 't snelst wil weten, dus dan zou ik denk ik wel bellen. Maar ik denk voor iemand die dan daar een beetje onzeker over is of zo, zou ik denk ik mailen (meisje 6 vmbo).'

Als jongeren over noodsituaties spreken wordt vaak gezegd dat 'andere' jongeren vaak niemand hebben bij wie ze terecht kunnen, dat ze het niet tegen anderen, zoals ouders en vrienden, maar ook de huisarts durven te zeggen. Als ze bijvoorbeeld geen goede band met hun ouders hebben of als ze niet makkelijk met hen over seks kunnen praten. Bij Biologie krijg je goede informatie, maar niet iedereen durft vragen te stellen (meisje 4 vmbo). Voor deze jongeren is de laagdrempeligheid en anonimiteit van Sense.info heel geschikt: je kunt als er iets is snel informatie vinden en/ of makkelijk een afspraak maken.

Nee, ik vind het wel goed. Er staat ook en Appje 'In de buurt' of een, ja, dingetje. Ja, dus dan kan je een spreekuur of soa-test in de buurt doen. Nou, dat is ook heel handig, want sommige mensen durven ook geen soa-test aan te vragen bij hun eigen huisarts of ziekenhuis en dan is het via zoiets, durven mensen het misschien wel.

Oké, laagdrempelig of zo?

Jaha, ik heb een vriendinnetje namelijk en die durft dat allemaal niet. Nou, dit is wel handig.

En zou je dus die site ook aan vriendinnen aanraden?

Ik zou zeggen van, ja, tegen mensen die eh, die dat moeilijk vinden of om aan andere mensen te vragen: 'Ga naar deze site, daar staat gewoon veel informatie.'

(meisje 4 mbo)

Wegnemen van onzekerheid

Jongeren noemen ook dat ze uit nieuwsgierigheid naar de ervaringen van andere jongeren op Sense.info zouden zoeken. Het is fijn om te horen wat andere jongeren meemaken met seksualiteit, dit neemt gevoelens van onzekerheid weg. Genoemd worden onzekerheid rond de eerste keer seks en onzeker zijn over je lichaam. Een meisje (leerling 5 vmbo) leest de informatie over de eerste keer en vindt die goed. Er staat iedereen is zenuwachtig en dat geeft haar vertrouwen: 'Je ben niet de enige die het spannend vindt, iedereen vindt het lastig (meisje 5 vmbo).'

5 Samenvatting, discussie en conclusies

5.1 Samenvatting

Dit evaluatieonderzoek gaat over de tevredenheid van bezoekers (jongeren 12- 25) over Sense.info mobiel: kunnen ze er hun weg vinden, vinden ze de site aansprekend en weten ze verbeterpunten. Daarnaast gaat het om het verkrijgen van inzicht in de zoekmotieven van bezoekers: in welke situaties wordt op de site naar informatie gezocht en met welke vragen. Hierbij is gekeken naar verschillen tussen jongens en meisjes en tussen jongere en oudere jongeren (vmbo-leerlingen versus mbo-studenten).

De meeste jongeren hebben wel eens van Sense.info gehoord, maar hebben nog geen gebruik gemaakt van de mobiele website. De vmbo-leerlingen hebben het vaakst van de website gehoord; er is een promotieactie op school geweest.

De meeste jongeren zijn bij het zien van Sense.info gelijk onder de indruk: de site er ziet goed uit, werkt goed op de telefoon en is duidelijk opgebouwd. De resultaten laten zien dat jongeren positief zijn over de aangeboden informatie (vragen en antwoorden), de opbouw en navigatie en het uiterlijk (kleurgebruik en de lettergrootte):

Aangeboden informatie:

- De site wordt als 'netjes' beschouwd: het is duidelijk wat alles betekent en de site is overzichtelijk. Uit de navigatieopdrachten bleek dat jongeren logisch over de site bewogen en redelijk eenvoudig antwoorden op de gestelde vragen konden vinden.
- De inhoud van de site wordt als zeer compleet ervaren: jongeren denken er de meeste vragen (waar zij mee zitten) en antwoorden te vinden. De teksten geven volgens hen duidelijke antwoorden op vragen en zijn niet te lang.
- De site en de aangeboden informatie worden als professioneel en dus als betrouwbaar beschouwd. Dit geldt in bijzonder voor het onderdeel 'Advies en Hulp': ze verwachten er betrouwbaar persoonlijk advies te kunnen krijgen.
- Dat je snel advies kunt krijgen en dat er ook echt iemand antwoordt op online vragen (zie 'Vraag van de Week') wordt gewaardeerd. Dit geeft zekerheid. Jongeren merken vaak dat er geen of pas laat reactie op online vragen komt.
- Er zijn geen verschillen in waardering van de informatie gevonden tussen jongens en meisjes, de aangeboden informatie spreekt beide seksen erg aan, en geen verschillen tussen jongere (vmbo'ers) en oudere jongeren (mbo'ers).
- Oudere jongeren noemen wel dat ze site speciaal geschikt vinden voor jongeren die nog minder seksuele ervaring hebben en/ of minder goed over seks durven praten.

Navigatie en opbouw:

- Het navigeren wordt als zeer prettig ervaren. Dit is gerelateerd aan de duidelijke en overzichtelijke opbouw van de website. Het is duidelijk waar de verschillende onderdelen voor staan en waar je antwoorden op vragen kunt vinden.
- De opbouw van Sense.info mobiel wordt vergeleken met die van een app: je weet snel waar alles voor staat en hoe je op de site moet navigeren. De duidelijke koppen bovenaan de site en de juiste lettergrootte versterken het 'appgevoel'.
- Het navigeren op de site verliep tijdens de opdrachten veelal via de applicatie 'Veelgestelde vragen'. Jongeren komen hier heel ver mee, maar als een bepaalde vraag hier niet tussen staat lopen ze soms wel een beetje vast. Ze gaan dan wel vaak weer terug naar de startpagina en proberen het via een andere weg, bijvoorbeeld via 'Seks A t/m Z'.

Uiterlijk

- Veel leerlingen vinden dat de site wel wat meer kleur kan gebruiken, om deze leuker of ook om iets duidelijker te maken (het meest genoemde verbeterpunt in alle groepen: jongens en meisjes en vmbo'ers en mbo'ers).
- Tegelijkertijd zijn er ook veel jongeren die het spaarzame kleurgebruik waarderen: dit past bij het serieuze karakter van de website en meer kleur kan de site drukker, rommeliger en kinderachtiger maken.

- Over de leesbaarheid en het scrollen zijn de jongeren positief: de tekstgrootte is zeer geschikt voor een mobiele telefoonscherm, niet te groot en niet te klein, en het scrollen verloopt goed. De leesbaarheid hangt samen met de aangeboden informatie die beknopt maar wel als volledig wordt ervaren.

Verbeterpunten voor Sense.info mobiel:

- Ondanks dat het lastig was voor de jongeren om verbeterpunten te noemen kwamen de volgende punten naar voren: meer kleurgebruik, meer plaatjesgebruik en (veel) meer promotie van Sense.info mobiel onder jongeren.
- Meer bekendheid of promotie maken voor Sense.info mobiel wordt door jongeren in alle groepen spontaan genoemd. Sense.info wordt namelijk als een website met een belangrijk thema beschouwd. Jongeren geven na het voor het eerst zien van de website vaak direct aan dat ze hun vrienden over de website gaan vertellen.

De jongeren is een lijst voorgelegd met ideeën om de site mee aan te vullen. Het vaakst genoemd worden: persoonlijke verhalen van jongeren, forum over seks, testjes over liefde en seks en meer social media.

- Het lezen van persoonlijke verhalen van andere jongeren spreekt, net als in het eerdere evaluatieonderzoek, erg aan. Dit geldt voor zowel jongens als meisjes. Het lijkt ze fijn om te horen dat andere jongeren vergelijkbare dingen meemaken en hoe anderen met deze situaties omgaan. Om dezelfde redenen wordt gekozen voor een forum over seks, dit zorgt voor een gevoel van herkenbaarheid.
- Jongens kiezen vaker voor een forum en geven als reden het wegnemen van onzekerheid (die je als puber hebt).
- Testjes over liefde en seks worden ook genoemd: via testjes hopen jongeren op een luchtige manier wat over zichzelf op te kunnen steken en adviezen te krijgen.
- Meer social media is onder meisjes populair. Hierdoor kan meer bekendheid over Sense.info mobiel worden verkregen (geen probleem om Sense.info posts te 'liken').
- Filmpjes worden als verbeterpunt voor de site nauwelijks gekozen en ook niet vaak in de rest van interviews genoemd. Mogelijke verklaringen: een trage internetverbinding op de telefoon en filmpjes zijn te expliciet.

Belangrijke onderwerpen over seksualiteit

De volgende belangrijke of interessante onderwerpen over seksualiteit worden genoemd:

- Onderwerpen die betrekking hebben op problemen met seks (soa's en morning-afterpil) worden het vaakst genoemd. Dit sluit aan op de antwoorden die jongeren geven in welke situaties zij Sense.info mobiel vooral zouden raadplegen, in acute situaties.
- Onderwerpen rond anticonceptie en zwangerschap worden ook als belangrijk ervaren (condoom, pil en zwanger). Bij de thema's 'Pil' en 'Zwanger' gaat het om oudere meisjes, vaak met seksuele ervaring.
- Het thema 'Seks en internet' wordt ook belangrijk gevonden. Jongeren zouden meer bewust moeten zijn van welke informatie ze over zichzelf via social media versturen. -
- De combinatie van seks met alcohol en drugs is ook iets waar jongeren meer voorgelicht over zouden moeten worden.

Sense.info mobiel gebruiken

- Jongeren geven aan dat ze Sense.info mobiel vooral zouden gebruiken als er iets aan de hand is, in noodsituaties, bijvoorbeeld bij angst voor een soa. Jongeren zijn op zo'n moment onzeker en hebben behoefte aan informatie over wat ze het beste kunnen doen.
- Jongeren zeggen vaak dat 'andere' jongeren niemand hebben bij wie ze terecht kunnen in noodsituatie, dat ze het niet tegen ouders en vrienden, durven te zeggen. De site biedt een uitkomst voor deze jongeren.
- Uit nieuwsgierigheid naar de ervaringen van andere jongeren zou ook op Sense.info mobiel worden gezocht. Het is fijn om te horen wat andere jongeren meemaken met seksualiteit, dit neemt gevoelens van onzekerheid weg.

5.2 Discussie

Twaalf jongeren zijn geïnterviewd: 6 vmbo'ers en 6 mbo'ers, 6 meisjes en 6 jongens. De onderzochte groep is dus klein. Resultaten gelden niet zomaar voor andere jongeren en dienen als

indicatief te worden beschouwd. Wel is bewust aangesloten bij de methoden van het eerdere evaluatieonderzoek. Hierdoor is zowel de interne geldigheid (validiteit door al eerder getoetste instrumenten) als de externe geldigheid (de reikwijdte van de resultaten van dit onderzoek) vergroot (Baarda, De Goede en Teunissen, 2005). Resultaten zijn waar mogelijk vergeleken met het eerdere evaluatieonderzoek.

Wat nog bijdraagt aan de geldigheid is dat jongens en meisjes gelijk verdeeld waren over de opleidingen. Het inzetten van zowel interviewen als observeren heeft de validiteit vergroot. Naast jongeren zelf laten vertellen over het navigeren tijdens de zoekopdrachten is dit ook door onderzoeker geobserveerd. Ondanks deze maatregelen moet voorzichtig worden omgegaan met het betrekken van de resultaten op andere jongeren.

Er is in het onderzoek niet gekeken of de informatie meer of minder geschikt is voor jongeren met een bepaalde culturele en/ of religieuze identiteit (dit was geen onderdeel van de vraagstelling). Bij de mbo'ers is wel gevraagd naar culturele en/ of religieuze identiteit (zie tabel 1). Een paar mbo'ers gaven aan zich (ook) met een andere dan de Nederlandse cultuur te identificeren en gelovig te zijn; te weinig om echte uitspraken te doen. De gelovige jongeren leken niet echt praktiserend te zijn en niet anders tegen de aangeboden informatie aan te kijken. Alleen de Islamitische jongen maakte expliciet een verwijzing naar zijn culturele achtergrond bij problemen rond zwangerschap voor het huwelijk. Via Sense.info mobiel kan je goede informatie krijgen over (het voorkomen van) zwangerschap (student 2 mbo).

5.3 Conclusies

De waardering van Sense.info mobiel is positief. De aangeboden informatie, het navigeren op de site en de verschijningsvorm, alles wat er nu is wordt (zeer) positief gewaardeerd door zowel jongens als meisjes en door zowel jonge als oudere jongeren. Uit de resultaten komen dan ook geen grote verbeterpunten naar voren.

Meer kleur is een vaak genoemd verbeterpunt, maar is ook weer geen must: het spaarzame kleurgebruik zorgt voor een serieuze uitstraling. Er zou wel voorzichtig geëxperimenteerd kunnen worden met meer kleur, zoals bij de applicatie 'Vraag van de week', om de informatie aantrekkelijker aan te bieden. Het afbreukrisico is wel groot: meer kleur kan de site rommeliger en kinderachtiger maken. Het laatste is belangrijk want jongeren vinden Sense.info mobiel nu een professionele site die past bij een serieus onderwerp. Illustratieve plaatjes, ter verduidelijking van de tekstuele uitleg, zouden naast wat kleur ook nog een aanvulling kunnen zijn.

Jongeren denken bij onderwerpen over seksualiteit vooral aan serieuze zaken als problemen met seks (soa's en ongewenste zwangerschap) en anticonceptie. Ze zouden Sense.info mobiel vooral raadplegen in acute situaties, als ze onzeker zijn en behoefte hebben aan informatie over wat ze op dat moment het beste kunnen doen.

Doordat jongeren gaan kijken op Sense.info mobiel als er al een 'probleem' is werkt de informatie op de site wellicht minder preventief. Een belangrijk verbeterpunt is dan ook het genereren van meer bekendheid. Dit is ook een duidelijk signaal van de jongeren zelf: zorg voor meer bekendheid over Sense.info mobiel, het is een goede site over een belangrijk onderwerp. Zeker jongeren die (voor hun gevoel) niet terecht kunnen bij anderen met vragen over seksualiteit kunnen de site goed gebruiken.

In plaats van verbeterpunten kan beter gesproken worden van aanvullingen op het bestaande aanbod. Aanvullingen voor Sense.info mobiel zitten in het creëren van mogelijkheden voor persoonlijke betrokkenheid en herkenning. Dit kan door toepassingen met persoonlijke verhalen van andere jongeren en interactieve mogelijkheden voor geven van advies en voor het opdoen van zelfkennis (testjes).

Literatuur

- Baarda, De Goede en Teunissen (2005). *Basisboek kwalitatief onderzoek*. Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff.
- Ruttens-Van de Velde, I & Vermeire, K. (2010). *Usability onderzoek* www.allesoverseks.be. Antwerpen: Sensoa.
- Rutgers WPF en Soa Aids Nederland (2012). *No nonsense. Onderzoek onder de gebruikers van Sense*. Utrecht.

Bijlage: Navigatieopdracht

Uitleg aan jongeren:

- Je krijgt een zoekopdracht die je op je telefoon uitvoert, zie je vragenlijst.
- Het is de bedoeling dat hardop denkt waar je de informatie zou kunnen vinden en welke stappen je onderneemt. Dit doe je normaal niet, dus kan een beetje gek zijn, maar voor ons heel belangrijk. Zo zien we of de site logisch in elkaar zit.
- Stop met zoeken wanneer je normaal ook zou zijn gestopt met zoeken, ook al heb je het antwoord niet gevonden. Het is niet erg wanneer je iets niet kan vinden. Het gaat er niet om dat je de informatie vindt, maar het gaat om het zoekproces er naar toe.

Uitleg voor onderzoeker:

- Geef een navigatievraag op een kaartje aan de respondent. De vragen beslaan de verschillende onderdelen van Sense.info mobiel (Informatie, Advies en hulp en In de buurt). Maak van te voren een verdeling van navigatievragen onder de respondenten (totaal 7 vragen en 12 respondenten --> (bijna) elke vraag komt twee keer aan bod: één keer bij een jongen en één keer bij een meisje).
- Vertel niet aan de jongeren hoe ze iets moeten doen; geef geen aanwijzingen of andere hulp.
- Noteer verbaal en non-verbaal gedrag.
- Zoekacties beslaan maximaal 5 minuten. Na het verstrijken van de tijd stopt de zoekactie, het maakt daarbij niet uit of het antwoord wel of niet wordt gevonden.
- Noteer of de opdracht is gelukt. Kruis ook de genomen route aan.
- De jongere vertelt vervolgens aan de hand van vragen van de onderzoeker wat hij van de zoekactie vond.

=====

Navigatie opdrachten: (je wilt weten...)

Informatie (vraag van de week, veelgestelde vragen, seks A-Z: stel, sense video, ontdek je lichaam):

1. Waar bestaat een soa-test uit?

Leerling 1 jongen:

- informatie-->veelgestelde vragen --> soa--> doet het testen pijn
- informatie--> seks-a-z --> t--> testen (2^e poging)
- vraag van de week zwangerschap (1^e poging)

Leerling 4 meisje:

- informatie-->veelgestelde vragen --> soa--> doet het testen pijn (2^e poging)
- informatie--> seks-a-z --> t--> testen
- Advies en hulp--> mail (1^e poging: 'nee gaat te ver om te bellen')

2. Na onveilige seks, hoe weet je of je zwanger bent? (indien deelnemer jongen: of een meisje zwanger is).

Student 1 jongen

- informatie-->veelgestelde vragen --> zwanger --> ik ben bang dat ik zwanger ben. Hoe kom ik daar achter
- informatie-->seks-a-z --> z--> zwangerschapstest (2^e poging)
- Advies en hulp (1^e poging)

Student 5:

- informatie-->veelgestelde vragen --> zwanger --> ik ben bang dat ik zwanger ben. Hoe kom ik daar achter
- informatie-->seks-a-z --> z--> zwangerschapstest

3. Hoe zorg je dat de eerste keer leuk is?

Leerling 2 jongen

informatie-->veelgestelde vragen --> de eerste keer--> hoe zorg ik dat de eerste keer leuk is

informatie-->seks-a-z --> eerste keer

Sense video's-->hun eerste keer

leerling 5 meisje

informatie-->veelgestelde vragen --> de eerste keer--> hoe zorg ik dat de eerste keer leuk is

informatie-->seks-a-z --> eerste keer

Sense video's-->hun eerste keer

Advies en hulp (mail, chat, bel, afspraak):

4. Stel, het condoom is gescheurd en je wilt weten wat je moet doen. Je wilt advies van een expert (sense infolijn). Hoe pak je dat aan?

Student 2 jongen:

advies en hulp --> mail, chat, bel of afspraak--> bv. bel--> persoonlijk advies per telefoon

informatie-->veelgestelde vragen --> Help! Dringende vragen -->Het condoom is gescheurd, wat moet ik doen --> sense infolijn --> mail, chat, bel of afspraak--> bv. bel--> persoonlijk advies per telefoon)

informatie-->veelgestelde vragen --> Help! Dringende vragen -->Het condoom is gescheurd, wat moet ik doen -->soatest bij jou in de buurt-->bij jou in de buurt--> soatest

5. Stel, een meisje is de pil vergeten en je wilt weten of je nu kans loopt op een zwangerschap. Je wilt advies van iemand die er verstand van heeft. Hoe pak je dat aan op sense.info mobiel

leerling 3 jongen

advies en hulp--> mail, chat, bel of afspraak--> telefoon

informatie-->veelgestelde vragen --> zwanger --> ik ben bang dat ik zwanger ben. Hoe kom ik daar achter-->bel, chat of mail met de Sense infolijn

leerling 6 meisje

advies en hulp--> mail, chat, bel of afspraak--> bv. bel--> persoonlijk advies per telefoon

informatie-->veelgestelde vragen --> zwanger --> ik ben bang dat ik zwanger ben. Hoe kom ik daar achter-->bel, chat of mail met de Sense infolijn --> chat

In de buurt (Sense spreekuur, soa test):

6. Stel, je wilt een soatest doen in jouw buurt. Wat ga je dan heen op de site?

Student 3 jongen:

in de buurt-->soatest-->vind-->adres

advies en hulp-->afspraak-->zoek een spreekuur bij jou in de buurt-->in de buurt

informatie-->veelgestelde vragen --> s--> soa-->waar kan ik me laten testen op een soa--> soatest bij jou in de buurt

7. Stel je hebt al een tijd een vriend/vriendin maar je vindt het seksuele contact niet prettig. Het doet soms pijn en geniet er niet van. Hoe maak je via de website een afspraak voor een (Sense) spreekuur bij jou in de buurt?

Student 4 meisje:

in de buurt-->sense spreekuur-->vind-->adres

advies en hulp-->zoek een spreekuur bij jou in de buurt-->in de buurt (chatten)

Student 6 meisje:

in de buurt-->sense spreekuur-->vind-->adres

advies en hulp-->zoek een spreekuur bij jou in de buurt-->in de buurt (mailen)