

onderzoek V-Maatschappij



Vera Greuliker
Jessica Roesthuis
Judith van Veenendaal
Hogeschool Edith Stein

Inleiding

Doordat we (Vera en Jessica) vorig jaar een erg interessant literatuuronderzoek hebben gedaan naar de invloed van games op de ontwikkeling van kinderen, werden we nieuwsgierig naar het onderzoek waarin we de reclames en artikelen over de virtuele wereld in de gratis dagbladen onderzochten. Door ons enthousiasme hebben we Judith meegesleept. Het onderzoek liep over drie maanden, november, december en januari. We hebben in ons onderzoek van de verschillende kranten de reclames getuft en de artikelen doorgelezen en uitgeknipt. Verder hebben we gekeken welke invloed deze artikelen en reclames zouden kunnen hebben op schoolkinderen. Aan de hand van onze conclusies hebben we gekeken welke krant het meest geschikt is voor deze kinderen. De resultaten van het onderzoek vind je aan het einde van dit verslag.

Conclusie over de artikelen en reclames van gratis dagblad de Spits. Door Jessica

De Spits heb ik elke morgen opgehaald van het treinstation in Enschede. De krant werd uitgedeeld door twee vrolijke heren. Ze waren vriendelijk naar de mensen en maakten af en toe een praatje.

Reclames:

Wat me vooral opviel aan de Spits was de vele reclames van mobiele telefonie. Op elke pagina staat er wel één. Nu ik er wat langer op gelet heb lijkt het erg makkelijk om bijvoorbeeld een mobiele telefoon met abonnement aan te schaffen. Er zijn allemaal geweldige aanbiedingen en er staat vaak het woord GRATIS of SALE bij. Wat je allemaal wel niet kunt krijgen als je een abonnement van hun aanschaft. Nog nooit was een product zo goed en goedkoop!

De verschillende reclames staan bijna altijd op dezelfde plek in de krant. Als er eens een dag was dat de reclame er niet stond viel het op.

Ik denk dat kinderen beïnvloed kunnen worden door deze reclames. Het ziet er allemaal zo aantrekkelijk uit. De kinderen hebben nog niet in de gaten dat gratis niet echt gratis is en dat aanbieders hier eigenlijk vragen om geld uit te geven. Misschien heb je het niet eens nodig, maar omdat het zo goedkoop is kun je het best kopen.

Als ik naar mezelf kijk ben ik er ook een keer ingetrapt: Ik had zelf ook een abonnement met gratis mobiel. Hoewel ik een mobiel wilde waarmee ik kon sms'en bellen, kreeg ik een gratis mobiel met alle toeters en bellen bij het abonnement. Ik heb uitgerekend dat deze mobiel mij ongeveer 315 euro heeft gekost. Daar heb ik van geleerd! Vanaf nu ga ik gewoon naar de elektrawinkel en koop daar een mobieltje van 30 euro en neem een los abonnement.

Ik denk dat kinderen van de basisschool dit nog niet zien. Zij zullen denken dat het echt gratis is. Het staat in de advertentie dat het gratis is dus dan is het gratis. Ze zullen niet uit gaan rekenen hoeveel ze eigenlijk voor het gratis artikel hebben betaald.

Hieronder de resultaten van de geturfde reclames in de Spits:

| Reclame: | Waar: | Aantal: |
|----------------------------------|--|----------------|
| <i>Mobiele telefonie:</i> | | |
| Telfort | Bijna altijd onderaan op de voorpagina: | 75 |
| Hi | Bijna altijd op pagina 2 onderaan | 77 |
| KPN | Geen vaste plaats. Soms paginagroot | 61 |
| T-Mobile | Geen vaste plaats | 48 |
| Vodafone | Geen vaste plaats (tekstwolken niet meegeteld) | 36 |
| Ben | Geen vaste plaats. Soms paginagroot | 26 |
| The Phonehouse | Soms 4 pagina's achter elkaar op dezelfde plaats | 17 |
| Sony Ericsson | Geen vaste plaats | 13 |
| Nokia (Miky.nl) | Geen vaste plaats | 10 |
| <i>Virtuele wereld:</i> | | |
| Euro Casino | Meestal op één van de laatste pagina's | 33 |
| www.gsmweb.nl | Geen vaste plaats | 14 |
| Norton virusscanner | Geen vaste plaats | 13 |
| Dixons reclame | Geen vaste plaats. Soms paginagroot | 13 |

De reclames die minder vaak dan tien keer voorkwamen in de krant heb ik allemaal bij elkaar opgeteld

Daar onder vallen onder andere: Fifa-games, GSMweb, Belcompany, Studentmobiel en Blackberry. Er zaten een aantal paginagrote reclames tussen. Het totaal daarvan was 139!

Artikelen:

Als ik kijk naar de artikelen over de virtuele wereld vallen me vooral de stukken over games op. Elke week worden er op dinsdag twee pagina's gevuld met artikelen over games.

Deze games worden elke week besproken in het televisieprogramma Gamekings. Het lezen van die artikelen viel me eigenlijk best zwaar. De taal waarin geschreven wordt, vind ik erg overdreven. Woorden als "gigantisch" en "dramatisch" worden vaak gebruikt. Er worden rare Engelse woorden gebruikt en woorden die ik liever niet op straat hoor zoals bijvoorbeeld "chickies". Ik heb het programma Gamekings een paar keer gekeken en het valt me op dat ze daar dezelfde straattaal gebruiken. In de gamewereld zal het wel zo horen.

Na 3 maanden Spits gelezen te hebben, heb ik niet veel nieuws geleerd op gebied van virtuele wereld. Wel hoe verschillende nieuwe spellen in elkaar zitten en welke een beetje cool zijn om te spelen, maar verder vond ik er niet veel diepgang in zitten. Er werd niet vaak uitgeweken naar achterliggende gedachten van de spellen. Artikelen over nieuwe producten in de virtuele wereld waren er niet zo veel, maar waren af en toe best interessant om te lezen. De Spits gaat heel af en toe dieper op de onderwerpen in.

De kleinere artikelen zeggen mij ook niet zo veel. Er zijn een aantal apparaten getest en er werd af en toe wat verteld in kleine stukjes nieuws. Voor kinderen zijn het misschien leuke stukjes om te lezen, maar je steekt er niet veel van op.

Conclusie:

De Spits is wat mij betreft een leuke krant om als volwassene in de trein te lezen. Je hoeft niet echt na te denken en de stukken tekst zijn vaak erg kort. Als je op zoek bent naar een nieuw abonnement voor je telefoon heb je ruime keuze!

Voor kinderen vind ik deze krant niet geschikt. Er staan erg veel reclames in en de gamerecensies zijn erg gekleurd door de schrijver. Vaak zijn ze geschreven in straattaal. De artikelen zijn wel wat beter, maar nodigen niet uit om gelezen te worden. Misschien kunnen de kinderen in de trein een Sudoku oplossen.

Conclusie over de artikelen en reclames van gratis dagblad de Metro. Door Judith

Krant: Metro periode: november 2009 t/m januari 2010

Voordat ik aan dit onderzoek begon had ik niet echt een bewust beeld van de gratis kranten. Natuurlijk lees ik ze wel eens, tijdens een treinreis, maar een echte mening had ik er niet over gevormd. Een half uurtje afleiding, meer niet. Inmiddels ken ik de kranten wat beter (en dan vooral de Metro), en kan ik dus mijn bevindingen opschrijven.

Wat opvalt aan de Metro zijn de wat sobere kleuren van de krant zelf. Het titelvak is donkergroenig, en springt er daarom niet heel erg uit. Wat daarentegen wel heel erg opvalt, zijn de kleurenfoto's (vrijwel altijd op de eerste pagina eentje die de halve pagina in beslag neemt) die bij minstens de helft van de artikelen wel staan, en de vele reclames die allemaal in kleur zijn, en dan bovendien ook in knallende kleuren als roze, rood, blauw, etc.

Diezelfde reclames vormen een groot deel van de bladvulling van de Metro. Vrijwel altijd staat er op de beginpagina minstens één van een redelijk formaat, en verder komen ze in verschillende formaten op minstens elke twee pagina's langs. Soms zijn ze bovendien, qua opmaak, vrij agressief; bijvoorbeeld op een pagina met gewone artikelen van de rechterbovenhoek naar de linkeronderhoek, waardoor de advertentie dus diagonaal een halve bladzijde in beslag neemt en waanzinnig opvalt. Verder staat er elke dag minstens één advertentie in die een complete pagina in beslag neemt. Eigenlijk altijd in felle kleuren. Verder gaan de reclames in ongeveer 70% van de gevallen over mobiele telefoons, telefoonabonnementen of games, waarbij in vooral de reclame voor telefoons en abonnementen regelmatig het woord "gratis" wordt gebruikt.

Voor dit onderzoek moesten we ons concentreren op de artikelen met betrekking tot de virtuele wereld. Slechts op een handvol dagen stond er geen enkel artikel met dit onderwerp in de krant. Één keer in de week staat er een gamepagina in, waarop verschillende nieuwe spellen en nieuwtjes worden besproken. Op andere dagen staan de artikelen verspreid door de krant, maar dit is dan met name het "serieuzere" nieuws als bijvoorbeeld de aankondiging van een nieuw product. Soms komen er ook nog wat spelbesprekingen langs. De toon van deze artikelen is vrij zakelijk en objectief. De spelreviews zijn natuurlijk gekleurd door de mening van de auteur, maar deze doet desondanks ook moeite om zo objectief mogelijk te blijven.

Conclusie:

Omdat de krant bij de berichtgeving op virtueel gebied behoorlijk objectief is, zou ik dit een goede krant vinden om kinderen uit te laten lezen. Er wordt weinig straattaal gebruikt, en de spellen worden op een normale manier besproken. Wel denk ik dat de vele reclames voor mobiele telefonie niet erg geschikt zijn voor kinderen. Deze zijn meestal erg gevoelig voor de nieuwste telefoons en het feit dat het gratis wordt genoemd, maar beseffen nog niet goed genoeg dat dat helemaal niet gratis is. Verder is de krant, hoewel dus best geschikt, niet erg aantrekkelijk voor kinderen; de voorpagina nodigt niet erg uit tot lezen. Het blijft echter lastig om het voor kinderen wél aantrekkelijk te krijgen maar tegelijkertijd niet teveel reclame etc. te gaan gebruiken of de kwaliteit van de artikelen naar beneden te zien gaan.

Conclusie over de artikelen en reclames van gratis dagblad De Pers. Door Vera

Ik heb tijdens dit onderzoek Dagblad de Pers onderzocht. Aangezien dit dagblad in deze regio tijdens de onderzoeksfase niet verkrijgbaar was, heb ik de digitale versies gebruikt.

Ik heb mij als eerste geconcentreerd op de hoeveelheid reclame die in het Dagblad te vinden zou zijn en die binnen de criteria van het onderzoek vielen. In totaal ben ik 85 advertenties tegengekomen die binnen deze criteria vielen. Allen hadden te maken met mobiele telefonie. Hoofdzakelijk waren dit advertenties van online winkels die telefoons en abonnementen aanboden. Het viel op dat je bij de aanschaf van bijna alle aangeboden producten, er een gratis artikel bij krijgt. Dit varieerde van een gameconsole tot een laptop of LCD TV. Verder viel op dat de meeste advertenties in de maanden November en December te vinden waren, met een kleine piek in December. Dit heeft mijn inziens te maken met Sinterklaas en kerst.

| | November | December | Januari |
|-------------------|----------|----------|---------|
| Advertenties | 29 | 37 | 19 |
| Totaal: 85 | | | |

Vervolgens ben ik gaan kijken naar de verschillende artikelen. In totaal ben ik 111 artikelen tegen gekomen die op een of andere manier binnen de criteria vielen. Voornamelijk kwam ik gamerecensies en artikelen over internet tegen. Elke dag stond er een pagina in de Pers genaamd 'op de bank'. Op deze pagina werd een film en/of TV programma besproken die dezelfde avond op televisie uitgezonden zou worden. Daarnaast waren er op deze pagina regelmatig kleine artikelen te vinden met informatie over beroemde mensen.

| Categorieën | Aantal |
|----------------------|--------|
| Games | 36 |
| Internet | 43 |
| Mobiele telefonie | 9 |
| Technologie | 3 |
| Computer | 3 |
| Gadgets | 6 |
| Telefonie/internet | 3 |
| Console/games | 3 |
| Technologie/computer | 1 |
| Internet/games | 1 |
| Wetenschap | 1 |
| Nieuwe media | 1 |
| Relaties | 1 |
| Totaal: 111 | |

Conclusie:

Voordat ik aan dit onderzoek begon had ik verwacht dat ik veel meer advertenties tegen zou komen op het gebied van mobiele telefonie. Dit is mij uiteindelijk heel erg meegevallen. Volgens mij hebben dit soort advertenties een hele grote aantrekkingskracht op kinderen. Het feit dat je naast het aanschaffen van een GSM of abonnement er ook nog bv. een gameconsole gratis bij krijgt, maakt deze advertenties natuurlijk alleen nog maar aantrekkelijker. Alleen zijn de meeste basisschoolkinderen afhankelijk van hun ouders, die voor hen bepalen of het aanschaffen van één van deze producten uit de advertenties noodzakelijk is. Veel hangt dus af van de mate waarin ouders zich laten beïnvloeden door deze advertenties.

Voor leerkrachten in het basisonderwijs vind ik het wel belangrijk om te weten dat kinderen regelmatig met dit soort advertenties in aanraking komen en dat de aantrekkingskracht groot kan zijn. Bovendien houdt het je op de hoogte van de nieuwste ontwikkelingen op het gebied van mobiele telefonie.

De Pers heeft regelmatig zeer interessante artikelen over voornamelijk internet. Het niveau van deze artikelen is zodanig dat ik ze grotendeels te moeilijk vind voor kinderen in de basisschoolleeftijd. Een aantal artikelen zijn zeker geschikt voor de bovenbouw en zou je als leerkracht heel goed kunnen gebruiken voor een les (zie Excel bestand). De gamerecensies spreken de meeste kinderen aan. Ze zijn zodanig geschreven dat kinderen in de bovenbouw deze zeker kunnen lezen en begrijpen. Er wordt op een informatieve manier en in normaal Nederlands uitleg gegeven over de game. Af en toe wordt er nog wat extra achtergrondinformatie gegeven. Op basis van deze recensies kunnen kinderen redelijk goed bepalen of ze deze game wel of niet willen spelen. Wat jammer genoeg wel opviel is dat bij geen enkele recensie wordt aangegeven vanaf welke leeftijd deze games gespeeld mogen worden. Dit is belangrijke informatie, zeker voor ouders en leerkrachten. Een aantal games is zeker niet geschikt voor kinderen in de basisschoolleeftijd.

Voor leerkrachten vind ik het wel belangrijk om enigszins op de hoogte te zijn van wat er aan games op de markt is en wordt gebracht. Het kan je inzicht geven met voor soort beelden kinderen in aanraking komen en misschien kan het je helpen om bepaald gedrag te verklaren.

Aanbeveling:

Gezien de hoeveelheid advertenties en het taalgebruik in de gamerecensies zou ik de Pers zeker aanraden voor basisschool kinderen. Daarnaast staan er zeer informatieve artikelen in die voor bovenbouwkinderen van de basisschool, interessant kunnen zijn. Helaas is het taalgebruik vaak van zodanig niveau dat ik denk dat dit voor kinderen heel moeilijke te begrijpen is. Voor leerkrachten beveel ik de Pers zeker aan, er staan leuke en interessante artikelen in die heel goed als basis voor een les gebruikt kunnen worden. Bovendien houdt het je op de hoogte van de laatste ontwikkelingen op het gebied van games, internet en nieuwe media.

Conclusie van alle drie de kranten:

Presentatie:

De presentatie van de kranten was verschillend. Zo is de Spits een uitnodigende krant om mee te nemen. Op het station werd hij elke morgen uitgedeeld door twee vrolijke vriendelijke heren. De Metro lag ook elke morgen op het station, maar die moest je zelf pakken uit de speciale standaards. Verder is deze krant volgens ons ook de minst uitnodigende krant van de drie onderzochte kranten. De Pers zag er best leuk uit, maar wordt niet in heel Nederland verspreid. De laatste weken van het onderzoek werd hij wel uitgedeeld op het station in Enschede. Dit werd gedaan door een vrij rustige man. De mannen van de Spits overtroffen hem.

Reclames:

Als we de Metro en de Spits naast elkaar leggen lijken de reclames behoorlijk op elkaar. De meeste virtuele reclames gaan over mobiele telefonie. Ze zijn fel gekleurd en vallen goed op. De aanbieders zijn ook over een groot deel hetzelfde. De hoeveelheid reclames verschilde wel. De Spits had er een heleboel meer. De Pers had van de drie onderzochte kranten de minste reclame, maar gingen ook vooral over mobiele telefonie. Wat ons alle drie opviel was dat de reclames erg veel gaan over gratis artikelen. Het ene gratis artikel was nog mooier dan het andere. Dit kan grote invloed hebben op basisschoolkinderen. Ouders zullen hier alert op moet zijn.

Artikelen:

De artikelen verschilden per krant ook. Zo heeft de Pers veel informatieve stukken. Er wordt gekeken naar de achtergronden van verschillende onderwerpen. De Metro heeft ook een aantal artikelen goed beschreven. Ze hebben geprobeerd om zo objectief mogelijk te zijn. De Spits heeft een aantal artikelen waarin de mening van de schrijver erg naar voren komt. Zeker bij de game-recenties (die elke week op dinsdag twee pagina's besloegen) wordt er geschreven vanuit de mening van de schrijver. De Metro heeft ook elke week een pagina met onder andere gamerecensies, maar daar proberen ze zo objectief mogelijk naar te kijken. Bij geen enkele krant stond er een leeftijdsgrens bij. Dat zou eigenlijk wel moeten vinden wij.

De Spits en de Metro hadden soms ook kleine stukjes nieuws die over de virtuele wereld ging, maar dat waren meer mededelingen.

Leerkracht:

De Pers is voor ons de aangewezen krant om te lezen als leerkracht zijnde. Er staan veel interessante dingen in over de virtuele wereld en zo kun je bijblijven van wat er op de markt komt op dit gebied.

Kind:

Als we echt een krant zouden moeten kiezen zou het de Metro zijn. De meeste artikelen zijn op een leuke manier geschreven, en gaan niet te diep in op de onderwerpen. Zo worden ze ook niet zo moeilijk als sommige artikelen in de Pers. Wat we wel erg jammer vinden van de Metro is dat er op virtueel gebied heel veel reclames instaan. Net als bij de Spits staat er vaak het woord "gratis" in. Dat woord kan kinderen op het verkeerde spoor zetten. De Pers heeft ook reclames waar het woord gratis in voorkomt, maar het zijn er wel een heleboel minder.

Wat we van de Pers goed vinden is dat er in normaal Nederland geschreven wordt over games. Dit spreekt kinderen aan en deze artikelen zouden zelfs in een les gebruikt kunnen worden.

De Metro is een leuke krant, maar hij nodigt niet uit om hem te gaan lezen. Ze zouden hem volgens ons wel moeten pimpen.

Dus als je kinderen een dagblad zou moeten aanbieden zou het de Metro worden in het jasje van de Spits en de hoeveelheid reclames van de Pers. Dan heb je een uitnodigende krant met leuke objectieve artikelen en niet al te veel reclames.