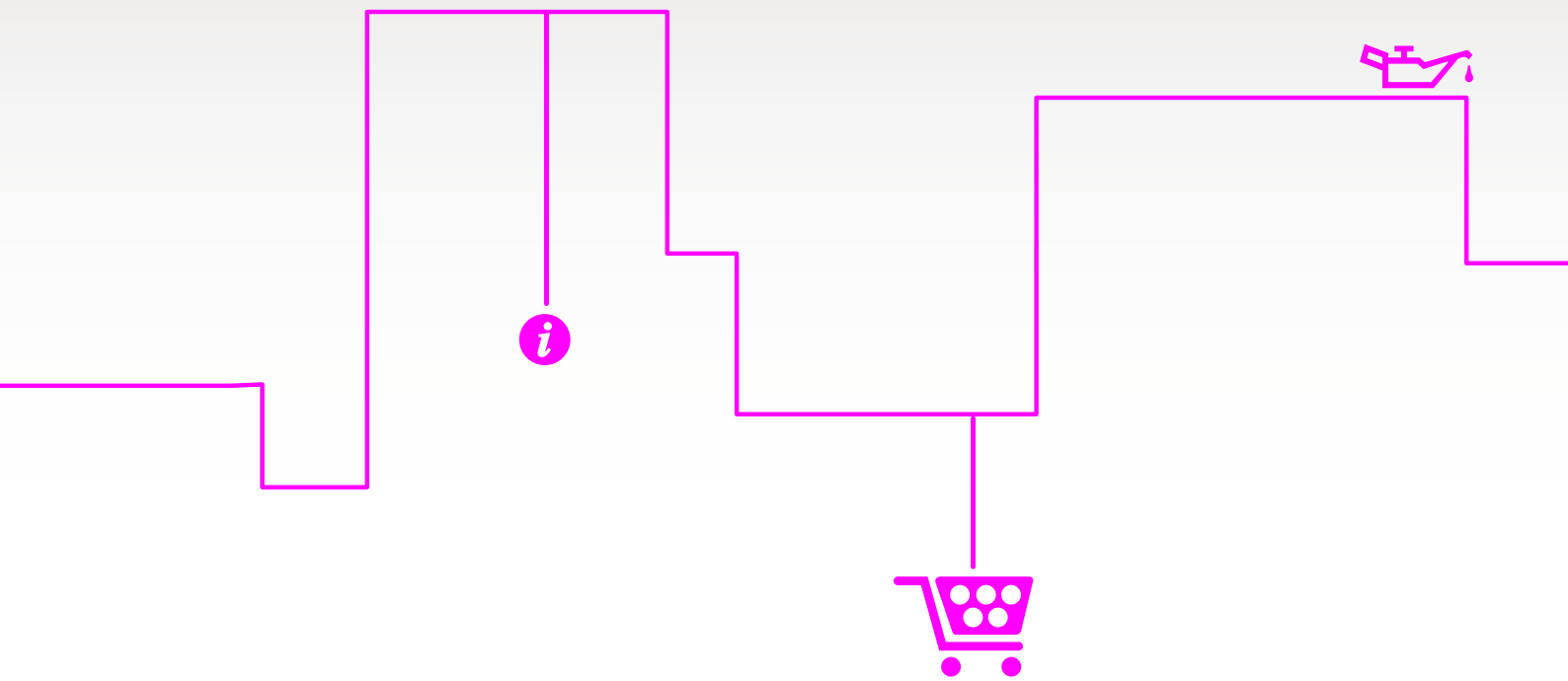


Meten van mediawijsheid



Bijlage 2

De vragenlijst



terug naar meten van mediawijsheid

Bijlage 1 bij pilot TSG

De vragenlijst

Onderstaand is de leerlingenvragenlijst opgenomen, aangevuld met de bijbehorende klassikaal geprojecteerde beelden.

Test Mediawijsheid

Welkom bij deze mediawijsheidtest! Deze bestaat uit meerkeuzevragen en een aantal open vragen. Probeer de vragen zo serieus mogelijk in te vullen. De uitslag van de test wordt verwerkt in een onderzoek naar mediawijsheid op middelbare scholen. Er volgen nu eerst een aantal algemene vragen.

Alvast bedankt voor je medewerking!

Algemene vragen

Vraag 1: Geslacht (kruis aan wat van toepassing is)

☐ Jongen

☐ Meisje

Vraag 2: Klas: _____

Vraag 3: Leeftijd (vul je leeftijd in)

_____ Jaar

Vraag 4: Ik maak gebruik van de volgende media: (Je mag meerdere antwoorden aankruisen)

☐ Televisie

☐ Internet

☐ Tijdschriften

☐ Kranten

☐ Smartphone

☐ Games

Vraag 5: Hoeveel televisie kijk je per week?

☐ Minder dan 5 uur

☐ 5 tot 10 uur

☐ 10 tot 15 uur

☐ Meer dan 15 uur

Vraag 6: Hoeveel uur (per week) maak je gebruik van het internet?

- ☐ Minder dan 5 uur
- ☐ 5 tot 10 uur
- ☐ 10 tot 15 uur
- ☐ Meer dan 15 uur

Vraag 7: Volg je het nieuws? (Je mag meerdere antwoorden aankruisen)

- ☐ Ja, via de televisie
- ☐ Ja, via de krant
- ☐ Ja, via internet
- ☐ Ja, via de radio
- ☐ Nee
- ☐ Anders: _____

Vraag 8: Heb je een profiel op internet? Zo ja, welke? (Je mag meerdere antwoorden aankruisen)

- ☐ Hyves
- ☐ MySpace
- ☐ Msn Space
- ☐ That's Me
- ☐ CU2
- ☐ Sugababes/Superdudes
- ☐ Ik heb geen profiel
- ☐ Anders: _____

Begin van de vragenlijst

Bekijk de tekst in de volgende afbeeldingen en beantwoord daarna de vraag onder elke afbeelding:



Vraag 9: Wie of wat wordt in bovenstaande advertentie met ‘ze’ bedoeld? [Eén antwoord aankruisen]:

- ☐ Mensen die van bloemen houden
- ☐ Mensen
- ☐ Bloemen
- ☐ Bloemen die van mensen houden



Vraag 10: Wat wordt in bovenstaande afbeelding bedoeld met de tekst: “en daar begrijpt de hele buurt niks van”? [Eén antwoord aankruisen]

- ☐ [] Niemand in de buurt begrijpt dat je in deze straat zou willen wonen
- ☐ [] Niemand in de buurt begrijpt waarom je MVA-makelaar bent
- ☐ [] Niemand in de buurt begrijpt dat “u” single bent
- ☐ [] Niemand in de buurt begrijpt dat Sonja single is
- ☐ [] Niemand in de buurt vindt het daar leuk



Vraag 11: Voor wie is bovenstaande reclameboodschap bedoeld?



Vraag 12: Waarom zou de reclamemaker op deze afbeelding één gekleurd vlak hebben gebruikt en de rest zwart-wit?

Vraag 13: Afbeeldingen zijn er in verschillende soorten. Bijvoorbeeld:

- ♦ A). **Informatieve** beelden (om je informatie te geven)
- ♦ B). **Amusements**beelden (om je te vermaken)
- ♦ C). **Reclame**beelden (om je ergens van te overtuigen)
- ♦ D). **Kunst**beelden (geschikt voor in een fotokunsttentoonstelling)

Sommige foto's kunnen een combinatie van soorten zijn: zo kan een reclameafbeelding ook informatief én amusant zijn.

Bekijk nu de volgende afbeeldingen en beantwoord daarna de vraag onder elke afbeelding: {-> beeldcategorieën/genres}

Afbeelding 1:



Vraag 13 a): **Afbeelding 1** is vooral bedoeld als:

Informatie / amusement / reclame / kunst [één antwoord omcirkelen]

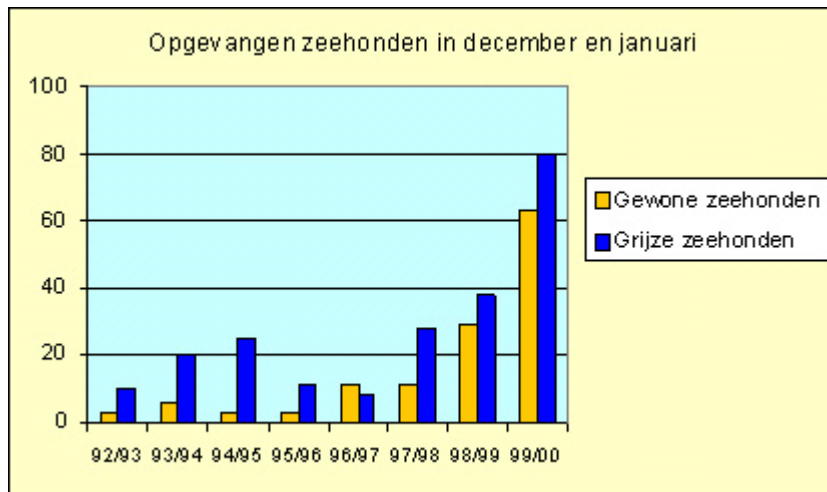
Afbeelding 2:



Vraag 13 b): **Afbeelding 2** is vooral bedoeld als:

Informatie / amusement / reclame / kunst [één antwoord omcirkelen]

Afbeelding 3:



Vraag 13 c): **Afbeelding 3** is vooral bedoeld als:

Informatie / amusement / reclame / kunst [één antwoord omcirkelen]

Afbeelding 4:



Vraag 13 d): **Afbeelding 4** is vooral bedoeld als:

Informatie / amusement / reclame / kunst [één antwoord omcirkelen]

Afbeelding 5:



Vraag 13 e): **Afbeelding 5** is vooral bedoeld als:

Informatie / amusement / reclame / kunst [één antwoord omcirkelen]

Afbeelding 6:



Vraag 13 f): **Afbeelding 6** is vooral bedoeld als:

Informatie / amusement / reclame / kunst [één antwoord omcirkelen]

Afbeelding 7:



Vraag 13 g): **Afbeelding 7** is vooral bedoeld als:

Informatie / amusement / reclame / kunst [één antwoord omcirkelen]

Afbeelding 8:



Vraag 13 h): Afbeelding 8 is vooral bedoeld als:

Informatie / amusement / reclame / kunst [één antwoord omcirkelen]

Afbeelding 9:



Vraag 13 i): Afbeelding 9 is vooral bedoeld als:

Informatie / amusement / reclame / kunst [één antwoord omcirkelen]

Afbeelding 10:



Vraag 13 j): **Afbeelding 10** is vooral bedoeld als:

Informatie / amusement / reclame / kunst [één antwoord omcirkelen]

Vraag 14: Zeg van de volgende (reclame-)uitspraken of het gaat om een **feit** (dan is iets zo en niet anders) of een **mening** (wat vindt iemand hiervan?).

14 a): “Amsterdam heeft het!” – **feit / mening** [één antwoord omcirkelen]

14 b): “Dat zeg ik, Gamma!” – **feit / mening** [één antwoord omcirkelen]

14 c): “Naast het hoofdkantoor aan de Van Twickelostraat in Deventer, heeft Witteveen+Bos kantoren op verschillende locaties in Nederland en in het buitenland.” – **feit / mening** [één antwoord omcirkelen]

14 d): “Miele: er is geen betere!” – **feit / mening** [één antwoord omcirkelen]

14 e): “Van Buuren Rijopleidingen: vanaf 1 januari 2010 is het verplicht om naast je theorie-examen ook een praktijkexamen af te leggen.” – **feit / mening** [één antwoord omcirkelen]

14 f): “'Pietertje' van Calve Pindakaas is bekroond met de Gouden Loeki als zijnde de beste commercial van 2010” – **feit / mening** [één antwoord omcirkelen]

14 g): “Je bent net een Rivella: een beetje vreemd maar wel lekker” – **feit / mening** [één antwoord omcirkelen]

14 h): “De laatste aanbiedingen en folderacties online op Folderz.nl!” – **feit / mening** [één antwoord omcirkelen]

14 i): “Deze shampoo bevat lipides.” – **feit / mening** [één antwoord omcirkelen]

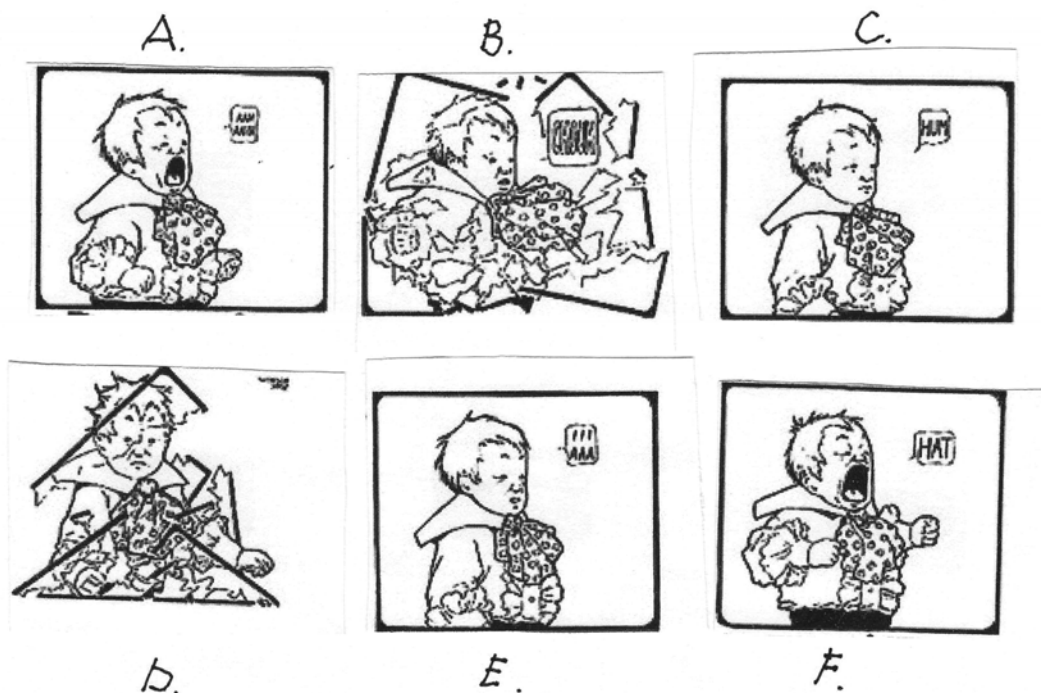
14 j): “Nespresso coffee: what else?...” – **feit / mening** [één antwoord omcirkelen]

Vraag 15 a): Probeer je een reclamefilmje voor te stellen, waarin een verhaaltje wordt verteld. Zet de volgende shots van dat reclamefilmje in een goede volgorde [Plaats alleen de hoofdletters in de goede volgorde]:

- ♦ A). Autoverkoper heet familie welkom in showroom autobedrijf
- ♦ B). Familie stapt vrolijk en enthousiast in de nieuwe auto
- ♦ C). Autoverkoper vertelt over de kwaliteit van de nieuwe auto
- ♦ D). Oude auto komt met een knal en een rookwolk tot stilstand vlak voor de ingang van het autobedrijf
- ♦ E). Familie rijdt in de nieuwe auto op een snelweg richting ondergaande zon
- ♦ F). Familie betreedt via de ingang de showroom van het autobedrijf
- ♦ G). Oude auto rijdt trillend en schokkend door de straten van de stad

Volgorde: _____

Vraag 15 b): Zet de volgende plaatjes A t/m F van het verhaaltje “De niesbui” op volgorde, zodat er een logisch beeldverhaal ontstaat.



Volgorde: _____

Vraag 16: In sommige reclamespotjes (bijvoorbeeld voor een (af)wasmiddel of tandpasta) komt een deskundige aan het woord, die vertelt waarom het product zo goed is. Hoe beelden reclamemakers deskundigheid uit? [Kruis aan; meerdere antwoorden mogelijk]

- ☐ De deskundige heeft een snor en baard
- ☐ De deskundige wijst lachend op de merknaam
- ☐ De deskundige draagt een witte laboratoriumjas
- ☐ De deskundige staat in de open lucht voor de fabriek, die het product maakt
- ☐ De deskundige draagt een hoed of pet
- ☐ De deskundige draagt een leesbril
- ☐ De deskundige zit voor een wand vol boekenkasten

Vraag 17: Kijk naar de volgende afbeeldingen en beantwoord daarna telkens de volgende vraag: welke goede eigenschap van het product wordt benadrukt?

Afbeelding 1:



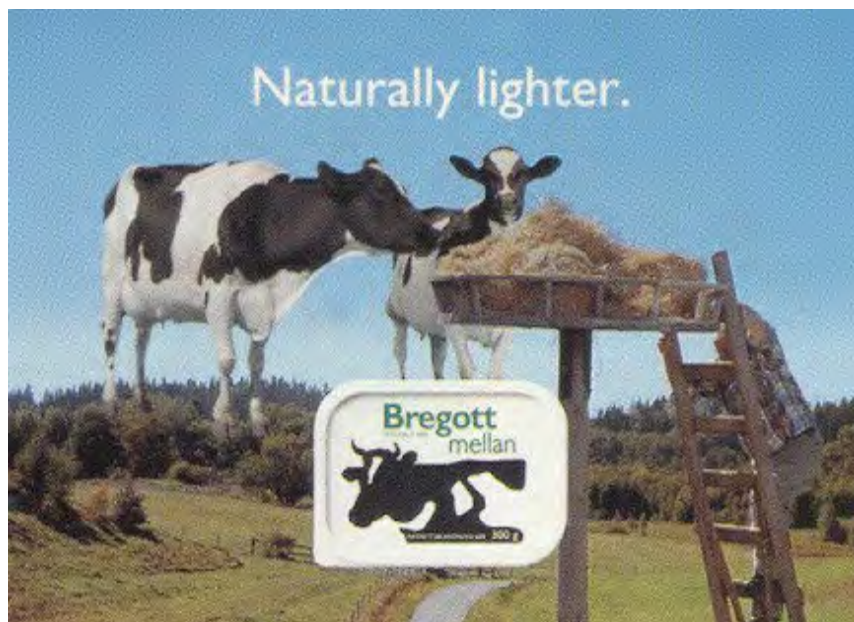
17 a). Goede eigenschap product: _____

Afbeelding 2:



17 b). Goede eigenschap product: _____

Afbeelding 3:



17 c). Goede eigenschap product: _____

Afbeelding 4:



17 d). Goede eigenschap product: _____

Afbeelding 5:



17 e). Goede eigenschap product: _____

Afbeelding 6:

go4inkt

Bespaar 70/80% op printen

WWW.GO4INKT.BE

Wilt u ook geld overhouden met printen!?

hp
Canon
brother
EPSON
LEXMARK

Canon inkt vanaf €1,50
Epson inkt vanaf €2,25
HP inkt vanaf €5,00
Brother vanaf €3,50
Lexmark vanaf €17,50

Bij een bestelling vanaf €75,- **GEEN VERZENDKOSTEN!**

Eventueel afhaaladres:
Dorpsstraat 25 - 5768 CD Meijel - NL

WWW.GO4INKT.BE

17 f). Goede eigenschap product:

Vraag 18: Kijk naar onderstaande screenshots uit Goede Tijden, Slechte Tijden.



De maker van deze soap wil behalve het verhaal nog iets anders in beeld brengen.
Weet jij wat dat is?

Vraag 19: De Koninklijke Landmacht maakt reclame om personeel te zoeken. Bekijk de afbeelding goed en beantwoord daarna de onderstaande vraag:

Afbeelding:



Welke boodschap geeft de Landmacht met bovenstaande afbeelding?

Vraag 20: Bij deze vragen worden verschillende reclames getoond. Bekijk de afbeelding en beantwoord daarna de vraag.

Afbeelding 1:



Vraag 20 a): De reclamemaker wil deze dure auto verkopen aan mensen met veel geld. Denk je dat dit met deze foto lukt?

is], omdat: _____

Afbeelding 2:



Vraag 20 b).: De reclamemaker wil graag laten zien, dat Nutella een gezond product is. Denk je dat dit met deze foto lukt?

Ja / nee [omcirkelen wat je mening is], **omdat:**

Vraag 21: Reclamemakers proberen vaak met hun reclame een effect bij de consument te bereiken. Bij deze opdracht zijn de effecten: **laten lachen, aan het schrikken maken, vrienden maken, sexy overkomen, natuur beleven, vertederen**. Bekijk de volgende afbeeldingen en beantwoord daarna telkens de vraag.

Afbeelding 1:



Vraag 21 a): Welk effect wil de reclamemaker met bovenstaande afbeelding bereiken?

Laten lachen / aan het schrikken maken / vrienden maken / sexy overkomen / natuur beleven / vertederen [Eén antwoord omcirkelen]

Afbeelding 2:



Vraag 21 b).: Welk effect wil de reclamemaker met bovenstaande afbeelding bereiken?

Laten lachen / aan het schrikken maken / vrienden maken / sexy overkomen / natuur beleven / vertederen [Eén antwoord omcirkelen]

Afbeelding 3:



Vraag 21 c): Welk effect wil de reclamemaker met bovenstaande afbeelding bereiken?

Laten lachen / aan het schrikken maken / vrienden maken / sexy overkomen / natuur beleven / vertederen [Eén antwoord omcirkelen]

Afbeelding 4:



Vraag 21 d): Welk effect wil de reclamemaker met bovenstaande afbeelding bereiken?

Laten lachen / aan het schrikken maken / vrienden maken / sexy overkomen / natuur beleven / vertederen [Eén antwoord omcirkelen]

Vraag 22: Welke technieken worden er gebruikt bij het maken van een reclameboodschap?
Schrijf maar op wat je te binnen schiet:

Vraag 23: Welk doel wil de mediaproductent met onderstaande advertenties bereiken?

Advertentie 1:



23 a). Doel advertentie 1:

Advertentie 2:



23 b). Doel advertentie 2:

Advertentie 3:



23 c). Doel advertentie 3:

Advertentie 4:



23 d). Doel advertentie 4:

Advertentie 5:



23 e). Doel advertentie 5:

Sonja Kimpfen

Sterker dan suiker

BEVRIJD JEZELF VAN JE SUIKERVERSLAVING

21 DAGEN

Advertentie 7:

[illegible]

Meten van Mediawijsheid | Bijlage 2: De vragenlijst

Vraag 24: Op welke verschillende manieren (via welke verschillende media) kun je een reclame maken voor attractiepark De Efteling?

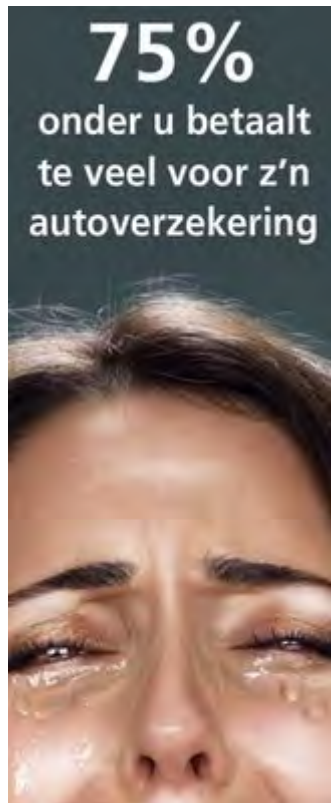
Vraag 25: Dagelijks kom je met veel verschillende media in aanraking. Als er bijvoorbeeld een grote brand zou uitbreken in het gemeentehuis van Zwolle en je wilt hierover meer te weten komen, dan zal je via het ene medium hierover waarschijnlijk eerder berichten vinden dan via het andere. Zet nu de volgende media in **volgorde van snelle berichtgeving**:

- A). De Stentor/Zwolse Courant
- B). Twitter
- C). De Peperbus, huis-aan-huisweekblad
- D). Website van De Stentor/Zwolse Courant
- E). RTVOost

Volgorde van snel medium naar langzamer medium: _____ [Alleen hoofdletters vermelden]

Vraag 26: Behalve met gewone taal en tekst kun je in advertenties ook met “beeldtaal” een boodschap overbrengen. In de volgende afbeelding wordt behalve met tekst ook met “beeldtaal” een boodschap overgebracht.

Bekijk de volgende afbeelding. Beantwoord daarna onderstaande vraag.



Vraag 26 a).: Wat is de boodschap van de “beeldtaal” in deze reclamefoto?

Vraag 26 b).: Waarom staat er in de tekst “**z’n** autoverzekering” in plaats van “**haar** autoverzekering”?

Vraag 27: Onderstaande foto's zijn gebruikt in een brochure genaamd "*Als je verder kijkt...*", samengesteld door het Landelijk bureau ter Bestrijding van Rassendiscriminatie. Het gaat hier om het bestrijden van vooroordelen. Bekijk de foto's en lees de tekst::



ALS JE WAT VERDER KIJKT...



...ZIE JE GEWOON 'N ZIEKENVERZORGSTER.



ALS JE WAT VERDER KIJKT...



...ZIE JE GEWOON 'N OBER-KELNER.

Vraag : Leg uit hoe de combinatie van beelden en woorden bijdragen aan het bestrijden van vooroordelen:

Vraag 28: Bekijk onderstaande afbeelding:



Welke invloed hebben de hier gephotoshopte dolfijnen op de reclameboodschap?

Bekijk nu eerst de volgende afbeelding en beantwoord daarna de vraag:



Vraag 29: Leg uit waarom er vooral mannen op bovenstaande foto te zien zijn:

Vraag 30: Een adverteerder die op de televisie wil adverteren, zal ook kijken naar het tijdstip waarop de reclame wordt uitgezonden.

Hieronder zie je een overzicht van producten waarvoor om 16.00 uur óf om 23.00 uur reclame wordt gemaakt op televisie. Geef per product aan of het tijdstip van uitzending van de reclame een handige tijd. Geef ook aan waarom.

Reclameblok:

Product: **16.00 uur / 23.00 uur /** **Omdat:**
beide tijdstippen:

Wasmiddel _____

Bier _____

Rookworst _____

Horrorfilm _____

Sexy bh's _____

Melk _____

McDonald's _____

Parfum _____

Speelgoed _____

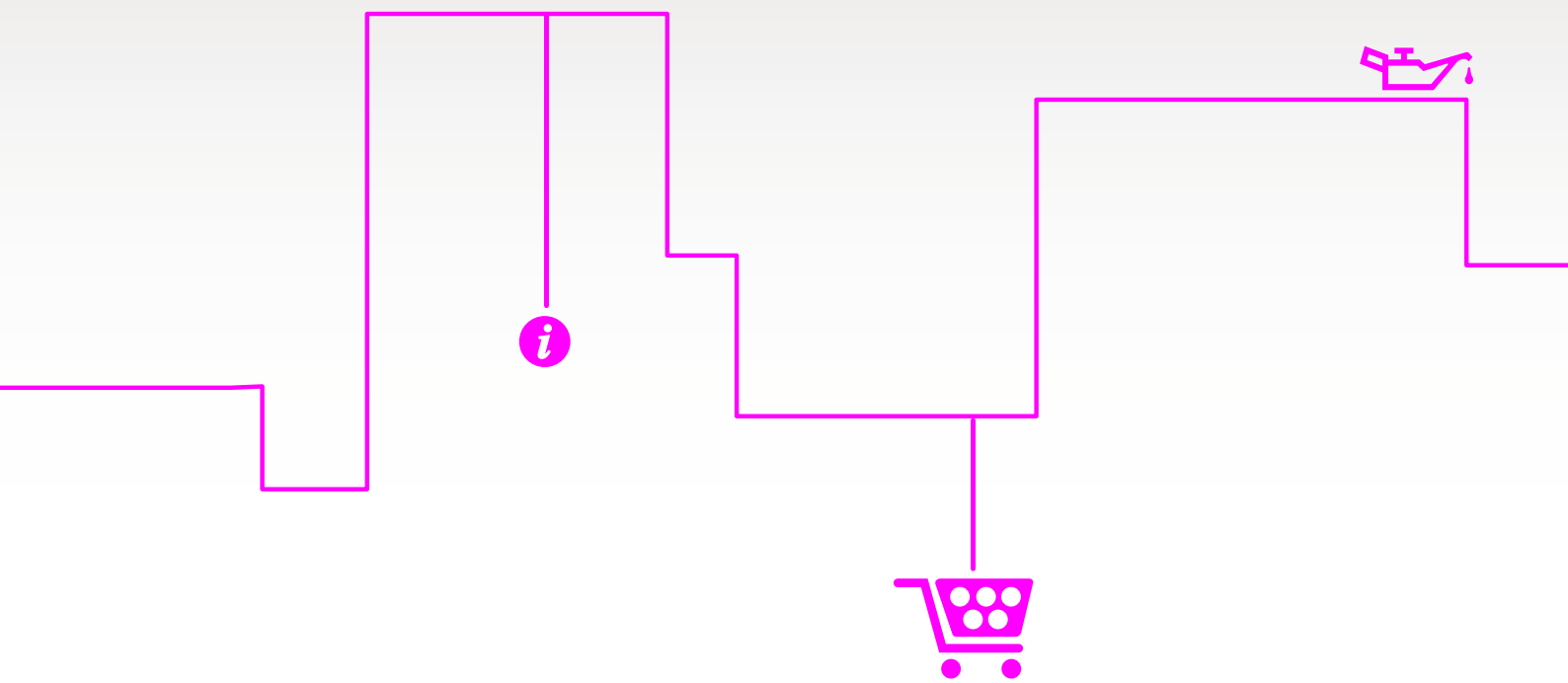
De Efteling _____

Auto _____

Museum _____

Bedankt voor het invullen van deze vragenlijst!

Meten van mediawijsheid



terug naar meten van mediawijsheid

