

Tekst 3

Kindermarketing in vlogs

(1) Op *Showbytes* – een rubriek van het AD waar Instagramkiekjes van min of meer bekende Nederlanders met het grote publiek worden gedeeld – zag ik de foto van ene Gabi Blaaser die in een sporthansopje zwoel de camera in kijkt. Naast haar ligt het boek *Mindgym* en voor haar staat een ongezellig bordje pap. De tekst die Gabi bij de foto heeft geplaatst: “Iedereen is weleens onzeker over zijn of haar lichaam, ik ook. Ik sport 4/5 keer per week en zie al veel verandering, maar nu moet ik nog proberen mijn eetgewoontes aan te passen.”

(2) Nou ja zeg... Als je de overige foto's van haar Insta bekijkt (ik neem de research voor deze column heel serieus) dan zie je dat zij hartstikke dun is. Dit zegt natuurlijk niets over haar onzekerheid – de mooiste mensen zijn onzeker en dat is verdrietig genoeg – en als Gabi vier tot vijf keer per week wil sporten én ongezellige

pap wil eten, dan moet ze het zelf weten.

(3) Maar mij lijkt het niet gezond. Niet voor haar en niet voor haar volgers.

Je moet er niet aan denken dat bij jonge meisjes die haar adoreren het mallotige idee postvat dat ze bijna dagelijks moeten sporten en een strafdieet moeten volgen om er acceptabel uit te zien. Dáár word je onzeker van. Je kunt beter leren je onvolkomenheden te accepteren. Als het al onvolkomenheden zijn.

(4) *Influencers*, er zijn mensen die zichzelf zonder ironie zo noemen, moeten zich bewust zijn van, nou ja, hun invloed dus. Onlangs verscheen een onderzoek van *Wijzer in geldzaken*¹, waaruit bleek dat die enorm is: de helft van de basisschoolkinderen in groep vijf tot en met acht wordt bij het doen van aankopen beïnvloed door vlogs waarin ze het product hebben gezien. En dat zijn alleen nog maar de kinderen die zich daar-

van bewust zijn.

(5) Vloggers lopen te pas en te onpas met producten voor hun camera te zwaaien. Dit gezwaai is vaak zo vernuftig verweven in hun verhaal dat het, zeker voor kinderen, moeilijk als reclame is te herkennen. Het Commissariaat voor de Media heeft daarom samen met YouTubers een richtlijn opgesteld: zij moeten duidelijk maken wanneer ze betaald zijn om een bepaald artikel te laten zien en ook vermelden wanneer ze een product gratis van een fabrikant hebben gekregen. Omdat inmiddels is gebleken dat meer dan de helft van de vloggers zich niet aan de richtlijnen houdt, gaat het Commissariaat er nog eens naar kijken.

(6) Vlogger Thomas van Grinsven – fervent productzwaaiër – baalt ervan

dat vloggers hiermee negatief in het nieuws komen, want: “We hebben het ook heel vaak over maatschappelijke thema’s.” Wie regelmatig geld overmaakt aan het Rode Kruis, mag daarom nog geen bank overvallen.

(7) Als het om voedsel gaat, begint de lobby tegen kindermarketing langzamerhand (met de nadruk op langzaam) succes te boeken. Het is verboden reclame te maken gericht op kinderen onder de zeven jaar, en voor kinderen onder de dertien mag geen reclame gemaakt worden voor producten die te zoet, te zout of te vet zijn.

(8) Nu de invloed van de televisie op kinderen afneemt en die van *influencers* toeneemt, wordt het zaak net zulke strenge regels voor YouTubers op te stellen.

*naar: Teun van de Keuken
uit: de Volkskrant, 26 maart 2018*

Teun van de Keuken is journalist, columnist en programmamaker.

noot 1 *Wijzer in geldzaken* is een website van het ministerie van Financiën.

Sinds 4 februari 2019 is er een verbod op het gebruik van auteursrechtelijk beschermde kinderidolen, zoals Nijntje, op verpakkingen en in reclames gericht op peuters en kleuters. Voorafgaand aan het ingaan van dit verbod, verscheen onder meer onderstaande tekst.

Tekst 3 Kindermarketing in vlogs

1p 24 Wat is vooral het doel van alinea 1 in het kader van tekst 3?

Alinea 1

- A geeft een kritische invalshoek bij de introductie van het onderwerp.
- B schetst een voorbeeld dat de aanleiding vormt voor de tekst.
- C suggereert een overeenkomst tussen Gabi Blaaser en de lezer.
- D vertelt een persoonlijke anekdote in relatie tot het onderwerp.

“Nou ja zeg... Als je de overige foto's van haar Insta bekijkt [...] dan zie je dat zij hartstikke dun is.” (regels 17-21)

Met deze opmerking reageert de auteur op de woorden die Gabi Blaaser bij een van haar eigen Instagramfoto's heeft geplaatst.

1p 25 Welke emotie van de auteur blijkt uit deze opmerking, gezien het vervolg van de tekst?

- A boosheid
- B jaloezie
- C teleurstelling
- D verbazing

In alinea 8 pleit de auteur voor het opstellen van strenge regels voor reclame van YouTubers die gericht is op kinderen.

- 2p 26 Noem drie argumenten hiervoor die blijken uit de alinea's 5 tot en met 8. Geef antwoord in een of meer volledige zinnen.

“*Influencers*, er zijn mensen die zichzelf zonder ironie zo noemen, moeten zich bewust zijn van, nou ja, hun invloed dus.” (regels 39-42)

- 1p 27 Welke omschrijving verwoordt het best wat er met de woorden ‘nou ja’ wordt uitgedrukt?

Het zinsgedeelte ‘nou ja’ drukt uit dat

- A het duidelijk is dat *influencers* wezenlijke invloed hebben.
- B het woord ‘*influencers*’ al voldoende duidelijk maakt dat zij invloed hebben.
- C ‘iemand met invloed’ een slechte vertaling is van het woord ‘*influencer*’.
- D *influencers* zichzelf met deze titel belangrijker maken dan ze eigenlijk zijn.

In tekst 3 drukt de auteur zich spottend uit. Het woord “mallotige” (regel 32) is daar een voorbeeld van.

- 2p 28 Noteer onder elkaar vier andere, inhoudelijk verschillende, formuleringen uit de alinea's 2 tot en met 6 die spot uitdrukken.

“We hebben het ook heel vaak over maatschappelijke thema's.” (regels 73-75)

- 1p 29 Wat is de belangrijkste functie van deze uitspraak van Thomas van Grinsven, gezien het onderwerp van tekst 3?

Van Grinsven

- A benadrukt dat vloggers het vervelend vinden om een waardeoordeel te krijgen.
- B geeft aan dat vloggers positief in het nieuws willen komen.
- C legt uit dat veel vloggers maatschappelijk actief zijn.
- D verdedigt de manier van werken van vloggers.

“Wie regelmatig geld overmaakt aan het Rode Kruis, mag daarom nog geen bank overvallen.” (regels 75-77)

Met deze analogie reageert de auteur op de uitspraak van Thomas van Grinsven uit alinea 6.

- 1p 30 Wat is het belangrijkste doel van deze reactie?

- A aangeven dat het argument van Van Grinsven niet relevant is
- B laten zien dat Van Grinsven overdrijft
- C tonen dat het argument van Van Grinsven verkeerd opgevat kan worden
- D uitleggen waarom Van Grinsven ongelijk heeft

Uit tekst 3 is een bepaalde houding af te leiden van de auteur ten opzichte van het Commissariaat van de Media wat betreft de richtlijnen voor vloggers.

- 1p 31 Hoe is die houding het best te omschrijven?
- A afwachtend en kritisch
 - B afwachtend, maar positief
 - C kritisch, maar vol vertrouwen
 - D wantrouwig en negatief

Bronvermelding

Een opsomming van de in dit examen gebruikte bronnen, zoals teksten en afbeeldingen, is te vinden in het bij dit examen behorende correctievoorschrift, dat na afloop van het examen wordt gepubliceerd.