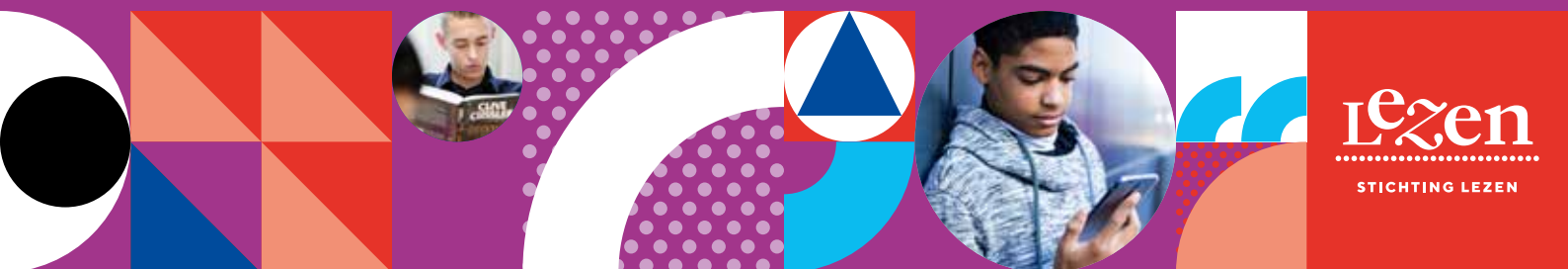


ONDERZOEKSPUBLICATIE

Jonge gamers stimuleren om te lezen

Een kwalitatief onderzoek naar 'Readification'



Lezen
STICHTING LEZEN

Qrius

Jonge gamers stimuleren om te lezen

Een kwalitatief onderzoek naar 'Readification'



Colofon

Stichting Lezen
Nieuwe Prinsengracht 89
1018 VR Amsterdam
020 – 623 05 66
www.lezen.nl
info@lezen.nl

Auteur

Paul Sikkema (Qrius)

Vormgeving cover

Judith Schoffelen en Erik olde Hanhof, Amsterdam

Citeren als: Qrius (2023). *Jonge gamers stimuleren om te lezen. Een kwalitatief onderzoek naar 'Readification'*. Stichting Lezen.

©2023 Stichting Lezen, Amsterdam

Inhoud

Voorwoord.....	1
Samenvatting.....	2
1 Introductie	4
2 Opzet en uitvoering	9
3 Resultaten.....	11
3.1 De jonge gamers: een heel diverse groep	11
3.2 De positie van Assassin's Creed	12
3.3 Opzoeken van meer informatie	13
3.4 De Ubisoft Special-app.....	15
3.5 De leesverhalen	15
3.6 Hoe kijken jongeren tegen dit project aan?	19
4 Conclusies en aanbevelingen.....	22
Bijlage 1	27
Bijlage 2	32

Voorwoord

“Uwe hoogheid,” zei Badr. “Welke opdracht wacht mij in Ingliterra.” “Je zult iemand ontmoeten. Eivor. Onthoud zijn naam goed.” Badr vecht als krijger voor het kalifaat van de Abbasiden, een Middeleeuws islamitisch rijk. Zijn missie bestaat eruit zich undercover aan te sluiten bij de clan van Vikingen, die onder leiding van Eivor Varinsdottir op expansie gaan in de Angelsaksische gebieden. De Abbasiden vrezen een nieuwe wereldheerschappij, en sturen Badr op verkenning uit.

Badr bij de Noormannen is een van de korte verhalen van Readification, een project van de Leescoalitie waarin geschreven verhalen worden gebaseerd op bestaande games. Schrijver Abdelkader Benali keert het perspectief om. Terwijl de gamer in *Assassin’s Creed Valhalla* in de schoenen staat van Eivor, kijkt de lezer van het verhaal door de ogen van Badr: de andere strijdende partij.

Readification zoekt de kruisbestuiving tussen media om jongeren te enthousiasmeren voor lezen. Veel jongeren houden van games, en mogelijk biedt dit een ingang voor het boek. Maar klopt deze aanname ook? Dat is het onderwerp van het onderzoek waarvan onderzoeksbureau Qrius in deze rapportage verslag doet.

Negentien jongeren van drie middelbare scholen hebben meegedaan aan een interview. Zij geven de verhalen een ruime voldoende. “Het is een geschiedenisverhaal,” aldus een deelnemer, “maar het heeft veel actie.” Toch noemen ze de verhalen ook “langdradig” en “de opbouw duurt te lang.” De jongeren vragen zich af of ze de verhalen uit zichzelf zouden gaan lezen. Maar over het concept van Readification zijn ze positief, en ze raden aan om ook bij andere games verhalen te gaan maken.

De resultaten bieden de Leescoalitie stof tot nadenken over een vervolg van dit spannende experiment. En Badr? Hij slaagt net als Readification in zijn missie, maar wel op een heel bijzondere manier.

Gerlien van Dalen
Directeur-bestuurder Stichting Lezen
Voorzitter De Leescoalitie

Samenvatting

In 2023 heeft Qrius in opdracht van de Leescoalitie een kwalitatief onderzoek uitgevoerd over het leesbevorderingsproject 'Readification'.

'Readification' richt zich op jonge gamers in de leeftijd van 15 t/m 18 jaar. Het basisidee is dat aantrekkelijke verhalen worden geschreven die qua setting en personages aansluiten bij specifieke games. Ze zijn niet zo lang (maximaal 3.000 woorden) en bevatten beeld en geluid uit de games. De verhalen worden in een omgeving geplaatst die met de games te maken heeft. Zo wordt geprobeerd om de gamers te stimuleren om te lezen en ze enthousiast te maken over lezen.

Aanleiding voor het onderzoek waren de resultaten van de pilot van het project (in 2021), waaruit bleek dat de verhalen wel gelezen worden, maar dat de meeste lezers de verhalen niet uitlezen. De Leescoalitie wil graag weten waarom dat zo is en wat hier eventueel aan gedaan kan worden. Hiernaast wil de Leescoalitie weten of de aanname van Readification klopt: of door middel van games het lezen gestimuleerd kan worden.

In het onderzoek stonden twee verhalen centraal die betrekking hadden op de game *Assassin's Creed Valhalla* van de grote gameontwikkelaar Ubisoft: *Badr bij de Noormannen* van Abdelkader Benali en *De Wilde Jacht* van Roderick Leeuwenhart. De verhalen zijn te vinden in de Ubisoft Special-app, die gratis gedownload en gebruikt kan worden. Deze app bevat allerlei extra's met betrekking tot de games van het bedrijf.

Assassin's Creed is een 'geschiedenis spel'. Er ligt een historisch verhaal aan ten grondslag (in dit geval de expeditie van de Vikingen om Engeland te veroveren, rond 870) en het is een spel dat je in de praktijk alleen speelt.

Het onderzoek is uitgevoerd op drie middelbare scholen. Er zijn uitgebreide individuele gesprekken en duo-gesprekken gevoerd met negentien jongeren van 15 t/m 18 jaar die *Assassin's Creed Valhalla* spelen of gespeeld hebben. Het was een diverse groep; niet alleen qua achtergrondgegevens maar ook qua leesgedrag. We hebben de jongeren onder meer de verhalen laten lezen; dat mochten ze op hun eigen manier doen en ze mochten stoppen als ze er geen zin meer in hadden.

Uit het onderzoek blijkt onder meer het volgende:

- Er zijn maar weinig jongeren die *Assassin's Creed Valhalla* op dit moment nog spelen. Dat is ook wel logisch. De game is in november 2020 gelanceerd en duidelijk aan het eind van zijn levenscyclus. *Assassin's Creed* is bekend, maar behoort volgens de jongeren uit ons onderzoek niet tot de meest populaire games in hun leeftijdsgroep.
- Geen van de jongeren had de Ubisoft Special-app op zijn of haar telefoon. Ze waren ook niet bekend met deze app. Ubisoft kennen ze wel (spontaan of geholpen).
- Tijdens het onderzoek hebben de jongeren de app bekeken. De leesverhalen merken ze dan vaak niet op of ze gaan er snel aan voorbij. Een enkeling opent de verhalen en kijkt even waar die over gaan. Ze zien de app als een reclame-app waarmee Ubisoft haar games onder de

aandacht probeert te brengen en probeert te verkopen. In dat kader zien ze ook de verhalen. Die zijn bedoeld om je enthousiast te maken over een game, zodat je die game gaat kopen.

- Als de jongeren wat beter naar de verhalen kijken, voordat ze gaan lezen, dan ontstaat er een positieve indruk, op basis van het plaatje en de titel. Ze vinden het allemaal interessant om achtergrondinformatie te krijgen over een game die ze graag spelen of gespeeld hebben en die ze 'gegrepen' heeft. Bijvoorbeeld over de hoofdpersonen, de verhaallijn of (in dit geval) over de periode waarin de game speelt. Bij de meeste jongeren is deze interesse meer 'nice to know' dan 'need to know'.
- Na het lezen zijn de eerste reacties positief. De jongeren vonden het leuk om (een deel van) het verhaal te lezen. Daarbij speelt mee dat het aansluit bij hun interesse en dat de vorm van de verhalen aantrekkelijk voor ze is. De afwisseling van tekst en beeld is prima en werkt niet storend, integendeel. Ook is het lezen van een scherm geen probleem. Ze geven voor de verhalen rapportcijfers die overwegend tussen de 7 en 8 liggen; soms zelfs nog wat hoger. Onvoldoendes zijn niet gegeven.
- Ongeveer een kwart van de jongeren heeft het verhaal uitgelezen. Dit zijn fervente lezers die gegrepen zijn door het verhaal en die geen moeite hebben met de lengte.
- Ook ongeveer een kwart heeft één tot hooguit twee pagina's gelezen. Dit zijn niet-lezers of lichte lezers voor wie het echt een opgave is om de pagina's te lezen. Er zitten jongeren bij die een hekel aan lezen hebben ("*ik haat lezen*"), maar ook jongeren die langzaam lezen en/of die zich moeilijk kunnen concentreren. Ze zeggen: "*Als je niet van lezen houdt, is het te lang.*"
- De rest, ongeveer de helft, leest tot ergens in de loop van het verhaal. Dit zijn lichte of soms fervente lezers die gaandeweg hun aandacht verliezen. Zij vinden het verhaal te lang en maken ook opmerkingen over de manier waarop het verhaal geschreven is: "*Het is een vrij langdradig verhaal*", "*het bevat te veel details*", "*er staan veel dure woorden in*", "*het is niet je eigen taal.*" Voortijdig stoppen heeft dus te maken met de leesvaardigheden van de jongeren, met het feit dat het om lezen gaat en/of met de toegankelijkheid van de verhalen (met name de teksten).
- Het project heeft de sympathie van de doelgroep. Jongeren kunnen de achterliggende strategie goed begrijpen en vinden het fijn dat er verhalen worden gemaakt die aansluiten bij hun interesse.
- Toch is er twijfel onder de jongeren of deze verhalen jonge gamers zoals zij op grote schaal zullen stimuleren om te gaan lezen. Het gaat uiteindelijk toch om lezen, hoe aantrekkelijk de verhalen er ook uit zien. En het lezen van deze verhalen blijkt voor niet-lezers en sommige lichte lezers een grote opgave. Als we daarbij bedenken dat de informatie vooral 'nice to know' is en ook op andere manieren te verkrijgen is, dan is de twijfel van de jongeren goed te begrijpen.

De aanname, dat via de wereld van gaming het lezen door jonge lezers kan worden gestimuleerd, klopt. Er kan echter nog veel aan het project worden verbeterd. We bevelen onder meer aan om van dit soort verhalen een 'genre' te maken en om ook verhalen te maken bij andere games dan 'geschiedenisgames'; met andere ontwikkelaars dan Ubisoft. Denk bijvoorbeeld aan GTA. Tot slot adviseren we om na te gaan of de verhalen toch in de games kunnen worden geplaatst en om te overwegen of de verhalen ook beschikbaar gemaakt kunnen worden voor gebruik op school.

1 Introductie

Jongeren vormen voor organisaties die zich met leesbevordering bezighouden een belangrijke doelgroep. Onderzoek in Nederland en in het buitenland wijst uit dat de ontleding onder jongeren toeneemt en dat de leesmotivatie en leesprestaties dalen.

Jongeren vinden het overigens wel belangrijk om te lezen. Uit het onderzoek dat Qrius in 2020 over de leescultuur van jongeren heeft uitgevoerd, in opdracht van Stichting Lezen, bleek dat 90% van de jongeren van 12 t/m 20 jaar lezen belangrijk vindt. Ze vinden dat met name omdat je door te lezen de Nederlandse taal beter leert. Een goede taalbeheersing is nodig om in het leven vooruit te komen, op school en op je werk. Of zoals een respondent het zei: *“Lezen bepaalt je niveau.”*

Ondanks dit inzicht lezen jongeren in de praktijk steeds minder boeken en andere lange teksten. Uit de PISA-meting van 2018 bleek bijvoorbeeld dat bijna de helft van de Nederlandse 15-jarigen lezen een tijdverspilling vindt en dat 60% alleen leest als het echt moet.¹

Deze ontwikkelingen hangen samen met de grote veranderingen die in de afgelopen 25 jaar hebben plaatsgevonden op het gebied van onze informatievoorziening, ons entertainment en de besteding van onze vrije tijd:

- Veel jongeren houden zich in hun vrije tijd liever bezig met andere activiteiten dan lezen, zoals sociale media, series kijken of gamen.
- Veel jongeren kunnen de concentratie niet meer opbrengen die nodig is om bijvoorbeeld een boek te lezen, of ze hebben daar niet de motivatie voor.
- Lezen is als activiteit minder zichtbaar en ‘top-of-mind’ geworden in de leefwereld van jongeren.

Onderliggend onderzoek is onder meer te vinden op www.lezen.nl/onderzoek.²

‘Readification’

Jongeren die te weinig lezen, lopen het risico onvoldoende mee te komen in de maatschappij. Dat begint al op de middelbare school; voor het maken van toetsen voor allerlei vakken is het nodig dat je de vragen goed kunt lezen en begrijpen.

Er zijn dan ook veel initiatieven om het lezen onder jongeren te stimuleren en om met lezen beter aan te sluiten op de leefwereld van jongeren. Dat kan op allerlei manieren. Een van de initiatieven is

¹ Stichting Lezen – Leesmonitor (2023). Nederlandse middelbare scholieren vinden lezen het minst leuk. <https://www.lezen.nl/onderzoek/nederlandse-middelbare-scholieren-vinden-lezen-het-minst-leuk/>.

² Stichting Lezen – Leesmonitor (2023). Waarom lezen we minder boeken? <https://www.lezen.nl/onderzoek/waarom-lezen-we-minder-boeken/>; Stichting Lezen – Leesmonitor (2023). Lezen minder in trek dan andere media-activiteiten. <https://www.lezen.nl/onderzoek/lezen-minder-in-trek-dan-andere-media-activiteiten/>; Stichting Lezen – Leesmonitor (2023). Jongere generatie leest en schrijft anders. <https://www.lezen.nl/onderzoek/jongere-generatie-leest-en-schrijft-anders/>.

'Readification'. Dit is een project van de Leescoalitie³ in samenwerking met NBD Biblion. Het doel van dit project is om het lezen te stimuleren via de wereld van, en rondom, *gaming*. Het is bedacht door The Invaders, een creatief marketingbureau, en wordt ook door dat bureau begeleid.

'Readification' richt zich op *jonge gamers* in de leeftijd van 15 t/m 18 jaar. Voor het project is een samenwerking aangegaan met Ubisoft Entertainment; een van de grootste uitgevers, ontwikkelaars en distributeurs van interactieve entertainmentproducten ter wereld. Ubisoft maakt onder meer de bekende 'videogameserie' *Assassin's Creed*, waarvan inmiddels twaalf hoofdedities verschenen zijn. *Assassin's Creed* kan gespeeld worden op een console of een PC.

Het project werkt als volgt:

- Er worden aantrekkelijke *verhalen* geschreven die qua setting en personages aansluiten bij een specifieke game van Ubisoft. Zo wordt geprobeerd om jonge gamers te stimuleren om te lezen en enthousiast te maken over lezen. De verhalen zijn niet zo lang; ze bevatten maximaal 3.000 woorden en kunnen in ongeveer 15 minuten gelezen worden (dit is een gemiddelde).
- Deze 'leesverhalen' worden geplaatst in de '*Ubisoft Special-app*'. Dit is een app voor mobiele telefoons en tablets die allerlei extra's bevat met betrekking tot de games van het bedrijf. De app wordt dus op andere media gebruikt dan de game zelf. Hij kan door iedereen gedownload worden, dus niet alleen door gamers. Je hoeft er geen account voor te hebben. Het downloaden en het gebruik zijn gratis.
- De verhalen moeten in de app eerst aangeklikt en gedownload worden (dat gaat vrij snel), waarna een eenvoudige instructie voor het lezen volgt.
- Een verhaal is verdeeld over een aantal schermen en bevat visuals, videobeelden en geluidseffecten uit de betreffende game. Lezers kunnen tijdens het lezen meer uitleg krijgen over termen en gebeurtenissen uit het verhaal door erop te klikken. Tot de extra onderdelen behoort ook een korte quiz.
- Aan het einde van het verhaal krijgen de gamers een aantal boekentips voor het geval ze verder willen lezen. Als ze aangeven dat ze nog meer tips willen hebben, worden ze doorgeleid naar de online Bibliotheek. Aan het einde kunnen ze ook aangeven wat ze van het verhaal vonden.
- De verhalen worden onder de aandacht van jonge gamers gebracht via de sociale media van Ubisoft en via een aantal influencers.

De pilot

In 2021 heeft een pilot van Readification plaatsgevonden, met twee verhalen van Ronald Giphart en Margje Woodrow over *Assassin's Creed Valhalla*. Tijdens de pilot is gebleken dat de verhalen inderdaad worden gedownload en gelezen. De meeste lezers lezen de verhalen echter niet uit:

- Ongeveer 50% van de lezers begint met lezen maar stopt voordat ze op de helft van het verhaal zijn.
- Ongeveer 20% haakt voor het einde af.

³ De Leescoalitie is opgericht in 2012 en bestaat uit Stichting Lezen (voorzitter), Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek, Stichting Lezen en Schrijven, het Literatuurmuseum/Kinderboekenmuseum, de Koninklijke Bibliotheek, de Vereniging van Openbare Bibliotheken, het Nederlands Letterenfonds, de Taalunie, de Schoolschrijver en de Schrijverscentrale.

- Ongeveer 30% leest de verhalen helemaal uit.

Deze cijfers komen uit de Ubisoft Special-app.

Onderzoeksbureau GfK heeft tijdens de pilot aan 212 jongeren van 15 t/m 18 jaar gevraagd om de app te downloaden en om de verhalen te lezen. Uit dat onderzoek bleek onder meer het volgende:

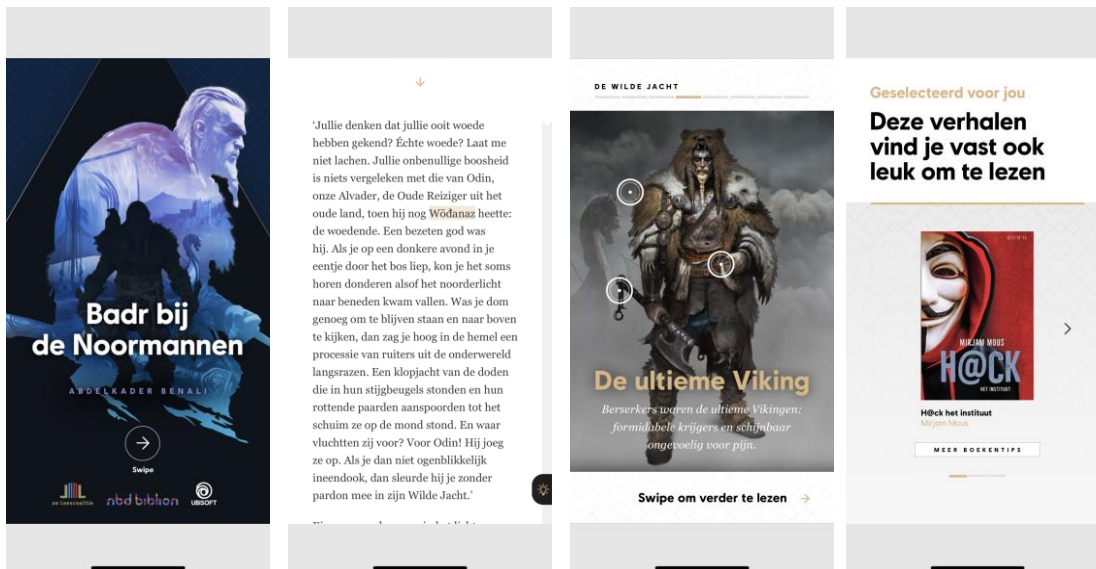
- De verhalen werden positief beoordeeld door de lezers. Ze kregen een gemiddeld rapportcijfer dat net iets onder de 7 ligt.
- 50% van de jongeren had tot de helft gelezen en 10% tot het einde.
- Vier van de tien jongeren gaven aan dat Readification lezen leuker maakt.
- De visuals en geluiden uit de game die in de verhalen zijn opgenomen, dragen bij aan een positieve leeservaring.

Drie waves

De resultaten van de pilot waren goed genoeg voor de Leescoalitie om te besluiten om het project voort te zetten.

In december 2022 (wave 1) zijn in de Ubisoft Special-app twee 'leesverhalen' geplaatst die gebaseerd zijn op *Assassin's Creed Valhalla*. Abdelkader Benali heeft het verhaal *Badr bij de Noormannen* geschreven en Roderick Leeuwenhart het verhaal *De Wilde Jacht*.

Hieronder zijn enkele afbeeldingen uit het verhaal *Badr bij de Noormannen* te zien: de voorpagina, een pagina met tekst, een afbeelding en een boekentip.



In bijlage 2 zijn nog meer afbeeldingen uit de verhalen van wave 1 opgenomen.

In mei 2023 (wave 2) zijn twee verhalen verschenen van Manon Uphoff en Marcel van Driel, gebaseerd op de game *Skull and Bones*. De game zelf is nog niet uit; de release is al meerdere keren uitgesteld.

In september 2023 (wave 3) zijn twee verhalen verschenen van Marion Pauw en Rima Orie, gebaseerd op de game *Assassin's Creed Mirage*. Deze game (de nieuwste editie van de *Assassin's Creed*-serie) is op 5 oktober 2023 uitgekomen.

De verhalen blijven actief in de Ubisoft Special-app tot en met eind 2025.

Tabel 1

Overzicht van de waves

	Game	Verhalen
Wave 1	Assassin's Creed Valhalla	1. Abdelkader Benali, 'Badr bij de Noormannen'. 2. Roderick Leeuwenhart, 'De Wilde Jacht'.
Wave 2	Skull and Bones	3. Manon Uphoff, 'De Ruiters van de Octopus'. 4. Marcel van Driel, 'Weerwraak'.
Wave 3	Assassin's Creed Mirage	5. Marion Pauw, 'De roof van Enkidu'. 6. Rima Orie, 'Het pad der Verborgenen'.

Aan wave 3 is een nieuw element toegevoegd: Readification en de CPNB-campagne Boekenweek van Jongeren (15 t/m 22 september 2023) zijn aan elkaar gerelateerd. Het verhaal van Young Adult-schrijver Rima Orie kent twee hoofdpersonen. In het geschenkboek 3PAK (Boekenweek van Jongeren) staat het verhaal beschreven vanuit het ene perspectief en in de Ubisoft Special-app staat het andere perspectief. 3PAK is op papier beschikbaar (oplage 112.000) en als e-boek; in beide uitgaves wordt verwezen naar de Special-app.

De behoefte aan verdiepend onderzoek

Uit de pilot kwam het beeld naar voren dat de verhalen gedownload worden en dat er gelezen wordt, maar dat de meeste lezers niet tot het einde door lezen. De Leescoalitie wil graag weten hoe dat kan en wat hier eventueel aan gedaan kan worden. Hiernaast wil de Leescoalitie weten of de aanname van Readification klopt: of door middel van games het lezen gestimuleerd kan worden.

De Leescoalitie heeft aan ons (Qrius) gevraagd om een verdiepend onderzoek uit te voeren, met de focus op *Assassin's Creed Valhalla* en op de verhalen van wave 1. De cijfers uit de Ubisoft Special-app over wave 1 bevestigen overigens het beeld van de pilot.

In theorie zou het niet uitlezen volgens de Leescoalitie aan de verhalen kunnen liggen; misschien zijn ze niet interessant en prikkelend genoeg. In het pilotonderzoek zijn ze echter goed gewaardeerd; ze kregen een ruime voldoende.

Het zou er ook aan kunnen liggen dat de integratie van de verschillende 'ingrediënten' niet goed gelukt is en dat er te weinig samenhang is. Ook dit is op basis van het pilotonderzoek niet waarschijnlijk.

Andere mogelijke verklaringen:

- Fervente gamers hebben vooral interesse in gamen en minder in het lezen van verhalen. Als ze die al lezen, dan is het vluchtig en oppervlakkig.
- De verhalen worden aangeboden in een app, op een mobiele telefoon of een tablet. Misschien zijn jongeren niet gewend of bereid om langdurig in een app en vanaf een scherm te lezen.

Welke verklaring hier ook aan ten grondslag ligt; de Leescoalitie wil graag laten onderzoeken *waarom* de gamers dit leesgedrag vertonen. De doelstelling van het onderzoek is om een antwoord te geven op de volgende vragen:

1. Wat zijn de motieven van jonge gamers (van 15 t/m 18 jaar) om wel of niet te beginnen met het lezen van de verhalen in de Ubisoft Special-app? En als ze wel beginnen met lezen, wat zijn hun motieven om de verhalen in de meeste gevallen niet helemaal uit te lezen?
2. Wat kan er gedaan worden om het lezen van de verhalen in de Ubisoft Special-app te verbeteren?
3. Klopt de aanname achter Readification wel, namelijk dat via de wereld van gaming het lezen door jonge gamers kan worden gestimuleerd?

2 Opzet en uitvoering

Om de bovenstaande vragen te kunnen beantwoorden, hebben we een kwalitatief onderzoek uitgevoerd onder **negentien** jonge gamers in de leeftijd van 15 t/m 18 jaar die *Assassin's Creed Valhalla* spelen of gespeeld hebben.

1. Omdat het om een specifieke en relatief kleine doelgroep gaat die lastig te selecteren is, hebben we ervoor gekozen het onderzoek op drie middelbare scholen te houden. Die liggen enigszins gespreid over Nederland:

a. De Meergronden in Almere-Haven.

Op deze school is de hele bovenbouw (vmbo, havo, vwo) door een lerares Nederlands uitgenodigd om aan het onderzoek mee te doen. De school trekt leerlingen aan uit heel Almere.

b. Het Corderius College in Amersfoort.

Op deze school (vmbo, havo, vwo) hebben twee leerlingen de selectie uitgevoerd, aan de hand van onze instructies. Op deze school zitten leerlingen uit Amersfoort en ruime omgeving.

c. Het Dr. Knippenbergcollege in Helmond.

Op deze school (vmbo, havo, vwo) is de selectie uitgevoerd door een teamleider, aan de hand van onze instructies.

2. Aanvankelijk hebben we geprobeerd om met jongeren in contact te komen die op dit moment *Assassin's Creed Valhalla* spelen. Al snel bleek dat dat niet lukte. Op De Meergronden voldeed bijvoorbeeld niemand aan dit criterium.

Dat is eigenlijk ook wel logisch. *Assassin's Creed Valhalla* is op 10 november 2020 gelanceerd en de game was op het moment van het onderzoek duidelijk aan het einde van zijn levenscyclus. Het is dan ook niet verrassend dat Ubisoft op 5 oktober 2023 een nieuwe editie van *Assassin's Creed* heeft gelanceerd, *Mirage*, om de serie weer nieuw leven in te blazen.

In overleg met de begeleidende werkgroep hebben we besloten om ons verder te richten op jongeren die *Assassin's Creed Valhalla* in het verleden gespeeld hebben of die eventueel eerdere edities van *Assassin's Creed* gespeeld hebben. Hierdoor werd de selectie gemakkelijker en konden we voldoende jongeren vinden die aan het onderzoek wilden meedoen.

We hebben er bij de selectie op gelet dat we een zo goed mogelijke afspiegeling van jonge gamers in het onderzoek opnamen. Ook is gelet op een spreiding over verschillende soorten lezers (niet-lezers; lichte lezers; fervente lezers).

3. De gesprekken hadden de vorm van *duo-gesprekken* die 75 tot 90 minuten duurden. Het waren dus gesprekken met twee jonge gamers tegelijk. In de gevallen dat het niet lukte om een duo samen te stellen, hebben we individuele gesprekken gehouden.
4. Het eerste gesprek was op 9 juni 2023, de laatste gesprekken waren op 12 oktober 2023.

De opzet van de gesprekken

De gesprekken zijn gevoerd aan de hand van een checklist die in overleg met de werkgroep is opgesteld. Deze is als bijlage opgenomen (bijlage 1).

We hebben het onderwerp bewust wat breder aangevlogen dan voor het beantwoorden van de doelstellingen noodzakelijk was. Onze ambitie was om als het ware in het hoofd van de jonge gamers te kruipen. De respondenten wisten van tevoren dat het onderzoek over 'gamen' zou gaan; het onderwerp 'lezen' is in de uitnodiging niet genoemd.

1. Eerst hebben we met de jongeren over **gamen** gesproken: waarom gamen ze, hoe intensief doen ze dat, welke games spelen ze, spelen ze ook samen met andere jongeren?
2. Daarna zijn we ingegaan op het spelen van ***Assassin's Creed Valhalla***. Wat trekt ze aan in *Assassin's Creed Valhalla*? Waarin onderscheidt de game zich van andere games? Vinden ze het leuk om zich te verdiepen in de wereld en de personages?
3. Hierna hebben we met ze gesproken over de **Ubisoft Special-app**.
4. Vervolgens hebben we de deelnemers gevraagd om één van de **leesverhalen** van wave 1 te kiezen en die te gaan lezen. Dat mochten ze op hun eigen manier doen en ze mochten stoppen als ze er geen zin meer in hadden. Wij waren bij dit gedeelte niet aanwezig. Na het lezen hebben we uitgebreid met ze over hun ervaringen en het verhaal gesproken.
5. Tot slot hebben we de **gedachte** achter 'Readification' met ze besproken en de hele aanpak doorgenomen. Is dit inderdaad een goede manier om jongeren te stimuleren om te lezen? Hierbij hebben we ook een vergelijking gemaakt met het geschenkboek 3PAK.

3 Resultaten

3.1 De jonge gamers: een heel diverse groep

De jonge gamers die we gesproken hebben, waren voornamelijk jongens. Er hebben maar twee meisjes meegedaan. Verder was het een heel diverse groep. Niet alleen qua leeftijd, opleidingsniveau en culturele achtergrond, maar ook wat betreft de rol die gamen in hun leven speelt en de spellen die ze spelen. Ongeveer een kwart van de deelnemers vindt lezen niet leuk, de helft behoort tot de 'lichte lezers' en het resterende kwart tot de 'fervente lezers'.

Waarom gamen de jongeren?

Daar zeggen ze het volgende over:

- Om te ontspannen na bijvoorbeeld een intensieve schooldag.
- Vanwege het spannende en uitdagende karakter van de games. Dat klinkt als een tegenstelling, maar het gaat bij een game om een ander soort spanning dan de spanning van een schooldag.
- Om even te ontsnappen aan hun dagelijkse leven.
- Om af te kunnen reageren.
- Om op een leuke manier contact te hebben met vrienden; "het doet er dan niet toe welke game we spelen."
- Om nieuwe mensen te leren kennen, in Nederland of in het buitenland. "Op school is er een bepaald beeld van je, dan is het niet gemakkelijk om vrienden te maken. Maar dat is niet zo bij mensen die je via de game leert kennen."
- Om iets te leren in combinatie met de gameplay. Dit is bijvoorbeeld het geval bij *Assassin's Creed*.

Veel jongeren zijn op de basisschool begonnen met gamen omdat het een 'trend' was en omdat 'iedereen' het deed.

Hoeveel tijd besteden ze aan gamen?

Er zijn respondenten die niet zo veel tijd meer besteden aan gamen. Zij hebben dat op de basisschool en in de eerste klassen van de middelbare school wel gedaan. Het belang van gamen is afgenomen omdat ze in een andere levensfase zijn gekomen, van hun ouders meer vrijheid krijgen en meer andere dingen te doen hebben:

- meer huiswerk;
- meer activiteiten met vrienden, zoals later buiten blijven, naar de film, uit eten et cetera;
- meer sporten;
- een bijbaantje.

Er zijn ook jongeren voor wie gamen inmiddels een hobby is geworden. De tijd die aan gamen besteed wordt wisselt nogal van dag tot dag en van periode tot periode. Het is minder in periodes met toetsen en meer in het weekend of tijdens vakanties. Gemiddeld gaat het om één tot twee uur per dag.

Een enkeling ziet zichzelf als ‘verslaafd’. Er was bijvoorbeeld een jongen bij die acht uur per dag aan gamen besteedt, naast zijn reguliere activiteiten zoals naar school gaan. Hij zag dat als een probleem (het had ook te maken met zijn thuissituatie), alhoewel zijn schoolcijfers er niet ernstig onder leden.

Welke games spelen ze?

Door de jongeren worden tientallen verschillende games gespeeld; en als we het verleden meenemen zijn dat er nog veel meer. De volgende games hebben ze veel genoemd (afgezien van *Assassin’s Creed*):

Op alfabet

- Call of Duty
- Fall Guys
- Fifa (nu EA FC)
- Fortnite
- GTA
- Minecraft
- Rocket League
- Warzone
- Watch Dogs

Verder noemen ze onder meer (een selectie):

- NBA
- 2K23
- UFC4
- Friday the 13th
- The Elder Scrolls
- VALORANT
- Overwatch
- Cyberpunk 2077
- ARK
- Clash Royal
- Total War

3.2 De positie van Assassin’s Creed

Door te kiezen voor *Assassin’s Creed* heeft de Leescoalitie gekozen voor een specifieke groep gamers. *Assassin’s Creed* behoort volgens de jongeren die we gesproken hebben niet tot de meest populaire games in hun leeftijdsgroep.

Assassin’s Creed is een ‘geschiedenis spel’ en een ‘parcoursspel’.

- Er ligt een historisch **verhaal** aan ten grondslag. Sommige jongeren vinden dat leuk en interessant, maar andere jongeren hebben daar niets mee of vinden dat niet aantrekkelijk. Een citaat: “Het is een spel waar je erg bij na moet denken.”
- Het is een spel dat je in de praktijk **alleen** speelt. Terwijl veel jongeren graag met andere jongeren willen spelen.
- Het heeft niet de **intensiteit** van sommige andere games.

Veel van onze deelnemers zijn enthousiast over *Assassin's Creed*, maar tegelijkertijd is het ook maar één van de games. Je speelt het uit en daarna ga je weer verder met een andere game. We hebben geen *die hard* fans van de serie gesproken.

Onze respondenten hebben overigens nooit de lancering van de serie meegemaakt, of het succes van de eerste edities. Sommigen hebben wel eerdere edities gespeeld. Ofwel omdat ze daar goedkoop aan konden komen, ofwel omdat ze er nieuwsgierig naar waren geworden na het spelen van een recentere editie.

Kritiek op Assassin's Creed Valhalla

Diverse jongeren hebben verteld dat er veel kritiek is op *Assassin's Creed Valhalla*. Die gaat rond op internet en ook mondeling onder jongeren. Twee jongeren hadden het spel gekocht en waren er ook aan begonnen, maar zij waren na verloop van tijd met het spel gestopt omdat ze het niet leuk meer vonden.

De kritiekpunten zijn:

- De assassin's spelen in *Assassin's Creed Valhalla* een minder prominente rol dan in eerdere edities.
- Er zijn andersoortige missies geïntroduceerd. Bijvoorbeeld dat je vanuit je boot dorpen in Engeland moet veroveren. Dat is niet aantrekkelijk.
- Ubisoft heeft *Assassin's Creed Valhalla* enorm uitgesponnen, waardoor het langdradig is geworden. Er zijn allerlei verhaallijnen die nergens toe leiden. "Ik heb denk ik 60% gedaan en 40% niet. Ik ben mijn interesse verloren." "Je hebt het gevoel dat het een enorme hoop losse dingen zijn."
- Er zaten bepaalde bugs in het spel.
- "Het is te veel vechten geworden (en bijvoorbeeld minder rondkijken)."
- "Assassin's Creed is ingehaald door andere spellen."

Ubisoft heeft inmiddels min of meer toegegeven dat *Assassin's Creed Valhalla* minder geslaagd was. Ze hebben de feedback uit de 'community' serieus genomen en zijn (naar eigen zeggen) met *Mirage* weer teruggegaan naar de basis van *Assassin's Creed*.

3.3 Opzoeken van meer informatie

Alle jongeren zoeken tijdens het spelen van een game wel eens informatie op. Dat doen ze vooral als ze vast komen te zitten. Ze zoeken dan via Google of op YouTube naar tips van spelers die de game al uitgespeeld hebben, zodat ze weer verder kunnen.

Sommige jongeren zijn ook actief op sociale media (in relatie tot games). Zij volgen gamebedrijven, games en/of influencers en zijn soms ook lid van communities. Dit is allemaal heel versnipperd.

De volgende informatie is dan voor de jongeren interessant:

- ervaringen van andere (meer ervaren) gamers;
- statistieken. Die zijn bijvoorbeeld bij *Fifa (EA FC)* interessant. Het is leuk om je met anderen te kunnen vergelijken;
- informatie over wapens. Welke wapens zijn er? Wat kunnen wapens?

- reviews van games;
- nieuws over updates of releases.

De jongeren gebruiken onder meer de volgende kanalen en platforms:

- YouTube
- Instagram
- TikTok
- X
- Fandom
- Discord
- YouPlay
- Rockstar games (een 'video game publisher')
- 433football

En ze volgen onder meer de volgende influencers:

- Jacob Geller
- theRadBrad
- Danny Aarons
- Bateson87
- Let's game it out
- Dani
- Technoblade
- Royalistiq
- Ninja

Kanalen van Ubisoft worden door niemand gevolgd.

De jongeren gaan niet naar game-events. Ze vinden die niet aantrekkelijk. Hun leeftijd zal ook wel een rol spelen; ze kunnen er niet zo gemakkelijk naartoe (tenzij ze online zijn natuurlijk). Sommigen hebben wel interesse voor e-sports.

Achtergrondinformatie

De jongeren zoeken niet uit zichzelf naar 'inhoudelijke' achtergrondinformatie. Als we daar expliciet naar vragen, dan zeggen ze dat ze bij sommige games best informatie zouden willen hebben over:

- hoofdpersonen (characters). Wat is de achtergrond van de hoofdpersoon? Wat heeft hij of zij meegemaakt voordat hij of zij in de game opdook? "*Hoe is hij zo ver gekomen?*" Welke skills heeft hij of zij? Hoe zit het leven van de hoofdpersoon in elkaar tijdens de game (dit is bijvoorbeeld genoemd bij GTA)?
- de verhaallijn. Wat ging er aan de game vooraf? Interessant is dat de verhaallijn in een wat groter kader wordt geplaatst en/of beter wordt uitgelegd;
- de 'making of'. Deze informatie is volop beschikbaar;
- hoe komen ze op onderwerpen? Bijvoorbeeld in het geval van *Assassin's Creed Valhalla*: waarom Vikingen?

3.4 De Ubisoft Special-app

Geen van de jongeren had de Ubisoft Special-app op zijn of haar telefoon. Ze waren ook niet bekend met deze app. Ubisoft kenden ze wel, al was de naam bij ongeveer de helft van de jongeren niet top-of-mind. Dat wil zeggen dat ze niet uit zichzelf de maker van *Assassin's Creed Valhalla* konden noemen.

Sommigen hadden in het verleden wel de Ubisoft Connect-app op hun telefoon gehad, maar die hadden ze weer verwijderd. Uit het eerder aangehaalde onderzoek van GfK bleek overigens dat tijdens de pilot in 2021 een kwart van alle jongeren bekend was met de Ubisoft Special-app.

Tijdens de gesprekken hebben we de jongeren gevraagd om de app te downloaden. Dat ging snel en probleemloos. Daarna hebben we ze gevraagd om de app rustig te bekijken, om te zien wat voor app het is en of er dingen in staan die ze aanspreken.

Wat de jongeren vooral opvalt is dat de app informatie bevat over allerlei games. Dat vinden ze wel leuk. Iedereen ziet wel één of enkele games die zijn of haar interesse hebben.

De leesverhalen merken ze vaak niet op of ze gaan er snel aan voorbij. Een enkeling opent de verhalen en kijkt even waar die over gaan.

Als we ze om een reactie op de app vragen, dan is het oordeel unaniem: het is een *reclame-app* waarmee Ubisoft haar games onder de aandacht probeert te brengen en probeert te verkopen. In dat kader zien ze ook de verhalen. Die zijn bedoeld om je enthousiast te maken over een game zodat je die game gaat kopen.

De jongeren hebben er geen bezwaar tegen dat Ubisoft op deze manier reclame maakt, integendeel. De meeste jongeren vinden het ook best een aardige app, maar de informatie is vrij oppervlakkig en niet bijzonder. Het is geen app die je echt op je telefoon hoeft te hebben.

3.5 De leesverhalen

Hierna hebben we aan de jongeren gevraagd om een van de verhalen over *Assassin's Creed Valhalla* uit te kiezen en om die te gaan lezen. Ze konden dus kiezen uit het verhaal *Badr bij de Noormannen* van Albelkader Benali en *De Wilde Jacht* van Roderick Leeuwenhart.

De eerste indruk

De meeste jongeren hebben, voordat ze gaan lezen, een *positieve indruk* van de verhalen. Deze indruk is ontstaan op basis van het plaatje en de titel.

Ze vinden het in principe allemaal interessant om achtergrondinformatie te krijgen over een game die ze graag spelen of gespeeld hebben en die ze 'gegrepen' heeft.

Toch zeggen de jongeren die niet van lezen houden dat ze de verhalen normaal gesproken waarschijnlijk niet zouden gaan lezen. Het zijn immers 'leesverhalen' en het is meteen duidelijk dat het om lezen gaat.

De jongeren die lichte of fervente lezers zijn, willen wel beginnen met lezen. Maar:

- Zij hebben geen realistische verwachting van de verhalen. Ze denken dat de verhalen reclame voor de game maken. Dit leiden ze af uit het 'umfeld' (de app).
- Ze geven aan dat de relevantie van de verhalen minder groot is omdat ze *Assassin's Creed Valhalla* niet meer spelen.

Bij deze categorie jongeren zouden deze gedachten ertoe kunnen leiden dat ze buiten het onderzoek toch niet aan de verhalen waren begonnen.

De instructies

We hebben aan de jongeren de volgende instructies gegeven:

- Ga het verhaal rustig lezen, zoals je normaal ook leest.
- Je mag stoppen als je het niet leuk meer vindt en/of als het niet meer gaat.
- Wij hebben de jongeren op de plek waar we zaten alleen gelaten. Ze hebben ons weer geroepen op het moment dat ze klaar waren met lezen.

Tot waar zijn ze gekomen?

- Ongeveer een kwart van de jongeren heeft het verhaal helemaal uitgelezen.
- Ongeveer een kwart heeft één tot hooguit twee 'pagina's' gelezen.
- De rest, ongeveer de helft, leest tot ergens in de loop van het verhaal.

Eerste reacties

De eerste reacties op wat ze gelezen hebben zijn bijna allemaal positief; de jongeren vonden het leuk om (een deel van) het verhaal te lezen.

- "Interessant."
- "Het wordt op een leuke en enthousiaste manier verteld."
- "Het is een geschiedenisverhaal, maar het heeft veel actie."
- "Je ziet plaatjes, er is muziek, je ziet uitleg, leuke feitjes."
- "Ik heb nog nooit een verhaal gelezen wat op deze manier is gebracht."
- "Ik zou niet uit mijzelf begonnen zijn met lezen, maar nu ik het moet lezen vond ik het toch wel leuk."
- "Het was leuker dan ik had gedacht."

Waarom lezen ze het verhaal wel of niet uit?

Degenen die het verhaal hebben uitgelezen, zijn allemaal gegrepen door het verhaal. Het zijn ook allemaal fervente lezers die geen moeite hebben met de lengte. Een citaat van een van deze jongeren: "Het is goed geschreven."

Degenen die één tot hooguit twee pagina's hebben gelezen, zijn niet-lezers of lichte lezers voor wie het echt een opgave is om de pagina's te lezen. Er zitten jongeren bij die een hekel hebben aan lezen ("ik haat lezen"), maar ook jongeren die langzaam lezen en/of die zich moeilijk kunnen concentreren. Sommige van deze jongeren geven aan dat ze normaal gesproken graag in etappes lezen.

- "Als je niet van lezen houdt, is het te lang."

Degenen die langer doorlezen maar die niet tot het einde lezen, zijn lichte of soms fervente lezers die gaandeweg hun aandacht verliezen. Zij vinden het verhaal te lang en maken ook opmerkingen over de manier waarop het verhaal geschreven is:

- “Het is een vrij langdradig verhaal.”
- “De opbouw duurt te lang.”
- “Het is een beetje te uitgebreid, het bevat te veel details.”
- “Er staan veel dure woorden in.” Zoals broederschap, inheemse volken, de raadgevers.
- “Het is niet je eigen taal.”

De laatste twee opmerkingen worden door lichte lezers gemaakt.

Voortijdig stoppen heeft dus te maken met de leesvaardigheden van de jongeren, met het feit dat het om lezen gaat en/of met de toegankelijkheid van het verhaal (met name de teksten).

De presentatie: de graphics en het geluid

De jongeren zijn over het algemeen heel enthousiast over de graphics die in de verhalen zijn opgenomen:

- “Mooi gemaakt.”
- “Dit is heel vet gedaan.”

Niet alle plaatjes vinden ze overigens even mooi; sommige zijn niet helemaal scherp. Jongeren vinden dat minder professioneel.

De geluiden zijn ook belangrijk voor de sfeer, maar meer ondersteunend.

De afwisseling van tekst en beeld is prima en werkt niet storend, integendeel. De graphics maken de verhalen aantrekkelijker en beter leesbaar. Ze leveren daardoor ook een bijdrage aan het streven om jongeren zo veel mogelijk van de verhalen te laten lezen en aan het leesplezier. Maar hoe aantrekkelijk de graphics ook zijn, ze kunnen niet voorkomen dat veel jongeren op een bepaald moment willen stoppen. Als jongeren stoppen, dan is dat altijd midden in een tekst of na een graphic, als er weer tekst gaat beginnen.

Sommige jongeren vinden het fijn dat de verhalen met bewegend beeld beginnen; dan maak je een soort zachte landing en kom je meteen in de sfeer.

Over *De Wilde Jacht* wordt opgemerkt dat er bijna alleen maar plaatjes van de hoofdpersoon in zijn opgenomen. Terwijl het juist ook interessant zou zijn om te zien waar iets zich afspeelt (‘straatbeeld’, afbeeldingen van ruimtes et cetera).

De afbeelding van ‘De ultieme Viking’ in *De Wilde Jacht* spreekt diverse jongeren aan; ze komen er expliciet op terug. Het plaatje biedt interessante en toegankelijke informatie die appelleert aan de behoefte om meer kennis over dit onderwerp te krijgen. Een soortgelijk plaatje is dat van ‘De echte assassins’ in *Badr bij de Noormannen*.

De navigatie

Het downloaden van de verhalen gaat heel snel en ook de navigatie verloopt soepel.

De jongeren slaan de pagina 'Zo gebruik je de app' overwegend over en vinden het desgevraagd ook niet nodig dat die erin staat. Interessant is vervolgens dat ongeveer de helft van de jongeren niet ziet dat er woorden geaccentueerd zijn, dat er rondjes op sommige afbeeldingen staan en dat er lampjes in de tekst staan.

Dat is jammer, want iedereen vindt dit hele goede functionaliteiten: dat je de betekenis van woorden op kunt zoeken en dat je meer informatie bij afbeeldingen kunt krijgen.

De meeste jongeren vinden het fijn dat de verhalen in 'pagina's' zijn opgedeeld; het swipen is dus geen bezwaar. Hierdoor lijken de verhalen minder lang. Ze zouden het wel fijn vinden als je, bij een onderbreking, beter zou weten waar je gebleven bent. In dat kader suggereren sommigen dan ook om paginanummers toe te voegen.

De boekentips

Maar weinig jongeren zijn uit zichzelf bij de boekentips aangekomen en vrijwel niemand is uit zichzelf verdergegaan naar de online Bibliotheek (via 'meer boekentips'). We hebben de boekentips en de link naar de bibliotheek wel met alle jongeren besproken.

Iedereen vindt het slim dat de tips zijn opgenomen en dat er een koppeling is gemaakt met de online Bibliotheek. Een jongen had al een aanbevolen boek gelezen.

De persoonlijke relevantie van dit gedeelte is echter beperkt. Jongeren zouden best een boek op dit gebied willen lezen, als dat ook voor school zou mogen. Maar dat is op de scholen waar we geweest zijn niet het geval.

De auteurs

De auteurs van beide verhalen, Abdelkader Benali en Roderick Leeuwenhart, zijn bij de jonge gamers niet of nauwelijks bekend. Ze kunnen de namen van de auteurs ook moeilijk uitspreken.

Lezen van een scherm

De jongeren vinden het niet vervelend om deze verhalen van een scherm te lezen. Maar de meeste jongeren geven aan (zoals we ook uit eerder onderzoek weten) dat ze boeken liever op papier lezen. Dan worden ze minder afgeleid, kunnen ze zich beter concentreren en voelen ze zich meer verbonden met het verhaal.

Wat er verder nog besproken is

- De jongeren zijn niet uit zichzelf op de quiz teruggekomen. Niemand heeft aan de quiz meegedaan. We hebben de quiz besproken; jongeren zien dat niet als een erg interessant onderdeel van de verhalen.
- De pagina 'Wat vond jij van het verhaal' vinden de jongeren prima. Het lijkt ze nuttige informatie voor degenen die het verhaal gemaakt en/of geplaatst hebben. Wel zouden sommige jongeren meer keuze willen hebben; het aanbod van slechts twee keuzemogelijkheden biedt weinig ruimte voor nuance.

- Het sprak de jongeren met een migratieachtergrond, die in Almere aan het onderzoek hebben meegedaan, aan dat Badr een reiziger/migrant is en dat het verhaal onder andere over de Islam gaat. Zij behoren tot de niet-lezers of de lichte lezers.
- Het is fijn dat de leesduur van de verhalen vermeld is.

Tot slot: de beoordeling

Aan het einde van dit deel van het onderzoek hebben we de jongeren een *rapportcijfer* voor het verhaal laten geven. De cijfers zijn hoog en liggen overwegend tussen de 7 en de 8; sommigen geven zelfs nog een wat hoger cijfer. Onvoldoendes zijn niet gegeven.

- “De verhalen zijn heel goed in elkaar gezet.”
- “Hier is heel goed over nagedacht.”

We zien dus dat de eerste reacties op de verhalen positief zijn en dat hoge cijfers aan de verhalen worden gegeven. Toch is er ook kritiek op de verhalen. De positieve beoordeling heeft vooral te maken met de koppeling aan een game en met de vorm van de verhalen, die goed aansluit bij de behoeften van jongeren. De jongeren kennen dit soort verhalen nog niet en zijn erdoor verrast. De kritiek gaat vooral over de manier waarop de verhalen geschreven zijn (de tekst dus) en over de lengte. Wat dat betreft sluiten de verhalen minder aan op de behoeften van jongeren.

3.6 Hoe kijken jongeren tegen dit project aan?

De jongeren dachten, tot het moment dat we de boekentips bespraken en de koppeling met de online Bibliotheek bekeken, dat de verhalen gemaakt waren door het bedrijf achter *Assassin's Creed Valhalla*. Ubisoft dus.

Het doel van de verhalen was volgens hen:

1. het maken van reclame voor *Assassin's Creed Valhalla*, op een andere manier;
2. stimuleren van de verkoop van allerlei spullen van *Assassin's Creed Valhalla*;
3. meer aandacht geven aan geschiedenis;
4. jongeren stimuleren om meer te lezen.

Als ze horen dat het hier gaat om een initiatief van de ‘leesbranche’ om het lezen door jongeren te bevorderen, dan vinden ze dat een slim plan.

Ze vinden het slim dat ingespeeld wordt op de populariteit van games en dat ingehaakt wordt op de interesse van jongeren. Ze vinden het bijzonder dat “de bibliotheken” (zo zeggen ze dat) in staat zijn om een samenwerking aan te gaan met zo’n groot bedrijf als Ubisoft. Dat alleen al geeft deze verhalen een grotere aantrekkingskracht en geloofwaardigheid.

Maar ze hebben ook wel bedenkingen bij de effectiviteit van dit initiatief:

- Ze denken dat door de keuze voor *Assassin's Creed* maar een kleine groep gamers bereikt wordt. “*Assassin's Creed Valhalla* is een niche-game.”
- Veel jongeren twijfelen er toch aan of ze de verhalen uit zichzelf zouden lezen als er geen stimulans achter zit - hoe aantrekkelijk ze de verhalen ook vinden.

“Als ik meer over dit onderwerp wil weten, zou ik misschien eerder op internet of YouTube kijken.”

“Ik heb dezelfde informatie liever in de vorm van een video.”

Ze denken dat een deel van de spelers van *Assassin's Creed Valhalla* de verhalen zal gaan lezen; dat zijn dan degenen die alles van de game willen weten en die van lezen houden.

- Ze merken ook op dat dit eigenlijk niet het goede moment is om een verhaal over *Assassin's Creed Valhalla* te lezen.

“Dit is interessant als je de game aan het spelen bent. Maar waarom zou je het nu lezen?”

Verbreden naar andere games

We hebben naar aanleiding van het eerste punt met de jongeren besproken of het een goed idee zou zijn om een serie verhalen te gaan maken over meerdere games, ook uit andere genres, zoals de populaire game GTA. De jongeren vinden dat een goed idee. Niet alle populaire games lenen zich daarvoor, maar er zijn zeker games waarvoor dat een aantrekkelijke aanvulling zou zijn.

Enkele kanttekeningen hierbij:

- De verhalen worden idealiter **in de game** geplaatst, of in ieder geval in een omgeving die dichterbij voelt dan de Ubisoft Special-app. De jongeren denken aan een verwerking:
 - in het startscherm;
 - op plekken waar toch al achtergrondinformatie staat;
 - op een plek die je via de 'settings' kunt activeren.
- Verder moet een verhaal op het goede **moment** worden aangeboden, bijvoorbeeld:
 - voordat een spel uitkomt, om spelers alvast op te warmen;
 - tijdens het spel, bijvoorbeeld via het startscherm;
 - na afloop van het spel, om de sfeer vast te houden en nog wat verder te verdiepen;
 - op vakantie, als je niet kunt spelen, ter overbrugging.
- Het zou leuk zijn als in de verhalen ook een stukje **gameplay** kan worden opgenomen.
- Idealiter levert een verhaal iets op wat je kunt gebruiken in de game, zoals een bepaald inzicht in waar je iets kunt vinden in de game.

De vraag is wel of dit tot lezen leidt; waarschijnlijk zullen dit soort tips ook weer snel online worden gedeeld.

School

We hebben ook besproken of het aantrekkelijk zou zijn als de jongeren dit soort verhalen voor school (voor de lijst) zouden mogen lezen. Dat is het intrappen van een open deur: alle jongeren zouden graag dit soort verhalen op of voor school willen lezen; bijvoorbeeld drie verhalen in ruil voor één standaard boek dat nu voor de lijst gelezen moet worden.

Op deze manier zouden de verhalen ook een andere groep jongeren kunnen bereiken, namelijk jongeren die *Assassin's Creed* niet spelen, maar die wel interesse hebben in geschiedenis (Vikingen, Romeinen, het oude Bagdad et cetera). Dat is waarschijnlijk een aanzienlijke groep leerlingen. Dan moet er voorafgaand aan het verhaal wel een uitleg komen.

We hebben dit op de scholen met enkele leraren besproken (Nederlands, Geschiedenis) en die zijn hier ook enthousiast over.

De benaming; de taal

De jongeren vinden de aanduiding 'leesverhalen' unaniem niet geschikt; het maakt je niet enthousiast en stoot meteen een grote groep jongeren af.

"Leesverhalen klinkt niet heel aantrekkelijk."

Ze noemen de volgende alternatieven:

- 'Gameverhalen'.
- 'Lore', in de een of andere combinatie. 'Lore' is als aanduiding van achtergrondinformatie een bekend begrip onder gamers.
- 'Duik in de wereld van de Vikingen'.

Sommige jongeren worstelen ook met de taal. Zij zouden het logischer vinden als de verhalen in het Engels zouden zijn. Of, als dat niet kan, minimaal een Engelstalige titel zouden hebben. Dat soort titels klinkt meteen een heel stuk beter, vinden ze.

3PAK

Om de beoordeling van Readification wat meer in een kader te plaatsen, hebben we aan het einde van het onderzoek het geschenkboek 3PAK aan ze voorgelegd (editie 2021; papier). Aan deze niet-digitale methode om het lezen te bevorderen hebben we in de inleiding al kort aandacht besteed.

Enkele jongeren kenden het boekje; de meesten kenden het niet. Ze hebben het boekje even doorgebladerd. Ze vinden dat het er aantrekkelijk uit ziet. Het zijn korte verhalen, die zo op het oog gemakkelijk te lezen zijn. Ook spreekt de *graphic novel* aan. Die term kennen ze overigens niet (zoals ook al eerder uit onderzoek bleek); voor hen is het gewoon een strip.

Als ze mogen kiezen, dan lezen de meeste jongeren op school het liefst (in chronologische volgorde):

1. Drie 'gameverhalen'.
2. 3PAK.
3. Een gemiddeld boek voor op de lijst.

Enkele jongeren maken een andere indeling, namelijk:

1. 3PAK.
2. Drie 'gameverhalen'.
3. Een gemiddeld boek voor op de lijst.

Dit zijn lichte en fervente lezers die de verhalen van 3PAK zo op het oog toegankelijker vinden en die liever van papier lezen.

De jongeren hebben tijdens het gesprek meermaals aangegeven dat ze boeken, die ze interessant vinden, over het algemeen niet voor de lijst mogen lezen. Dat is natuurlijk ook van invloed op de bovenstaande keuzes.

4 Conclusies en aanbevelingen

“Ik ben te jong om boeken te lezen.”

Jongen, 15 jaar.

Met het project ‘Readification’ richt de Leescoalitie zich op één van de moeilijkste doelgroepen die er op het gebied van lezen en leesbevordering is: jonge gamers van 15 t/m 18 jaar (dat zijn vooral jongens). Bovendien wordt de uitdagende wereld van de games betreden; een wereld die een heel andere dynamiek kent dan de boekenwereld.

Het is een project dat tot de verbeelding spreekt en op veel aandacht kan rekenen, onder meer van de scholen (leraren Nederlands en Geschiedenis, teamleiders) en van de bibliotheken die met het onderzoek geholpen hebben.

Waar staan we nu, als we afgaan op de resultaten van het onderzoek?

- Enerzijds hebben we twee verhalen over *Assassin’s Creed Valhalla* die goed gewaardeerd worden.
 - Ze spelen in op de behoefte aan meer achtergrondinformatie over games (zoals meer informatie over de hoofdpersonen) en in het geval van *Assassin’s Creed* op een interesse in bepaalde periodes in de geschiedenis. Bij de meeste jonge gamers zijn deze behoeften en interesses wel meer ‘nice to know’ dan ‘need to know’.
 - Het project heeft de sympathie van de doelgroep. Jongeren kunnen de achterliggende strategie goed begrijpen en vinden het fijn dat er verhalen worden gemaakt die aansluiten bij hun interesse. Dit speelt zeker mee bij de goede beoordeling van de verhalen. Ze vinden het bijzonder dat de leesbranche samen kan werken met een groot en eigentijds bedrijf als Ubisoft.
- Anderzijds zien we dat het lezen van de verhalen voor niet-lezers een grote opgave is. Dat geldt ook voor lichte lezers; ook zij lezen de verhalen niet uit. Dat heeft te maken met de leesvaardigheden van de jongeren, met het feit dat het om lezen gaat en/of met de toegankelijkheid van de verhalen (en dan met name de teksten).
- Er is twijfel onder de jongeren of deze verhalen jonge gamers zoals zij op grote schaal zullen stimuleren om te gaan lezen. Misschien is dat wel het geval als voor populaire games wordt gekozen die volop gespeeld worden als de verhalen worden gepubliceerd. Maar dan nog kan het zo zijn dat jonge gamers liever op internet naar achtergrondinformatie zoeken (bijvoorbeeld over Vikingen) en naar video’s kijken.
- De situatie wordt waarschijnlijk anders als de jongeren de verhalen voor school zouden mogen lezen; voor de lijst. Dan vormen ze een heel aantrekkelijk alternatief voor de boeken waar ze normaal gesproken uit mogen kiezen. Ook zouden de verhalen voor het vak Geschiedenis gebruikt kunnen worden.

- Tot slot is duidelijk geworden dat de verhalen voor de doelgroep niet goed vindbaar zijn. De jongeren zijn niet bekend met de Ubisoft Special-app en hebben die niet op hun telefoon. Als we ze vragen om de app te bekijken, dan vallen de verhalen vaak niet op.

We gaan nu terug naar de doelstellingen van het onderzoek en naar de vragen die aan het begin van dit rapport geformuleerd zijn.

Vraag 1: Wat zijn de motieven van jonge gamers (van 15 t/m 18 jaar) om wel of niet te beginnen met het lezen van de verhalen in de Ubisoft Special-app? En als ze wel beginnen met lezen, wat zijn hun motieven om de verhalen in de meeste gevallen niet helemaal uit te lezen?

Waarom beginnen ze wel met lezen?

- Veel jongeren vinden het interessant om achtergrondinformatie te verzamelen over een game die ze graag spelen en die ze 'gegrepen' heeft.
- Alle jongeren vinden het leuk dat er verhalen zijn die direct aansluiten bij hun interesse.
- Ze hebben er geen bezwaar tegen om te lezen. Dit geldt voor fervente lezers en een deel van de lichte lezers.

Waarom beginnen ze niet met lezen?

- De verhalen vallen onvoldoende op in de Ubisoft Special-app. Verder is de app niet bekend, heeft de app weinig toegevoegde waarde en heeft niemand de app op zijn of haar telefoon. De afstand tot de game is te groot.
- Het is meteen duidelijk dat het om 'lezen' gaat; het zijn immers leesverhalen. Dit stoot niet-lezers en een deel van de lichte lezers af.
- Jongeren kennen dit genre niet. Ze denken dat de verhalen bedoeld zijn om de game te verkopen en/of om spullen uit de game te verkopen. Als ze eenmaal aan het lezen zijn, blijken de verhalen (onder meer door de afwisseling van tekst en plaatjes) veel leuker dan ze hadden gedacht.
- Ze spelen de game inmiddels niet meer; deze is buiten hun belevingswereld geraakt. De verhalen zijn niet meer relevant.

Waarom lezen ze de verhalen niet helemaal uit?

- Het lezen van een lang verhaal is voor veel niet-lezers en lichte lezers een opgave.
- De verhalen over *Assassin's Creed Valhalla* zijn betrekkelijk ingewikkeld en gedetailleerd, zeker omdat de jongeren de game niet meer spelen. De verhalen zijn niet laagdrempelig en hebben veel 'dure woorden'. Dit vinden de niet-lezers en lichte lezers.
- Sommige jongeren vinden dat de verhalen een lange opbouw hebben en langdradig zijn. Dit vinden met name lichte lezers en sommige fervente lezers.

Het lezen van een beeldscherm is bij dit soort verhalen geen factor.

Vraag 2: Wat kan er gedaan worden om het lezen van de verhalen in de Ubisoft Special-app te verbeteren?

- Het is belangrijk dat van dit soort verhalen een ‘genre’ wordt gemaakt, dat een betere naam voor wordt gekozen en dat aan de bekendheid van dit nieuwe genre wordt gewerkt, zodat jongeren meteen weten wat ze mogen verwachten.
- Dit voorkomt eveneens dat jongeren de verhalen als ‘reclame’ zien, wat nu het geval is. Zij leiden dit af uit het karakter van de Ubisoft Special-app.

Het is ongelukkig dat Ubisoft in het kader van de lancering van *Assassin’s Creed Mirage* zelf prominent een ‘verhaal’ over deze nieuwe game in de app heeft geplaatst. Op het verhaal staat: “Tik om te lezen.” Het verhaal ziet er net zo uit als de Readification-verhalen en heeft deels dezelfde functionaliteiten. Maar dit verhaal blijkt wél een reclame voor de game. Dit zal de verwachting van jongeren bevestigen dat de Readification-verhalen ook reclame zijn.

Ons advies is wat dit betreft om met Ubisoft te overleggen hoe beide soorten verhalen beter uit elkaar gehaald kunnen worden in de app.

- Publiceer de verhalen op of rond het moment dat een game gelanceerd wordt.
- Maak beter bekend dat deze verhalen in de Ubisoft Special-app staan. Of zoek een nog betere plek voor de verhalen.
- Verbeter de zichtbaarheid van de verhalen in de Ubisoft Special-app.
- Eventueel: maak de verhalen beter leesbaar, zodat ook ‘lichte lezers’ ze gemakkelijker kunnen lezen en er sneller doorheen gaan. De vraag is of dit in lijn is met de uitgangspunten van de Leescoalitie en of dit niet beter gerealiseerd kan worden door laagdrempelige verhalen over andere games te maken (zoals GTA).

Het kan ook een idee zijn om fictie en non-fictie aan te bieden.

- Eventueel: breng bepaalde aspecten van de verhalen nadrukkelijker in de communicatie naar voren. Zo sprak het de jongeren met een migratieachtergrond, die in Almere aan het onderzoek hebben meegedaan, aan dat Badr een reiziger/migrant is en dat het verhaal onder andere over de Islam gaat. Zij behoren tot de niet-lezers of de lichte lezers.

Andere aanbevelingen met betrekking tot de verhalen zijn (los van het lezen):

- de verschillende functionaliteiten beter uitleggen en attenderen op de gearceerde woorden, de lampjes, de rondjes;
- gevarieerd beeld gebruiken dat het verhaal beter ondersteunt en informatie toevoegt;
- minder scherp beeld vervangen;
- zorgen dat je beter kunt zien waar je gebleven bent als je in etappes wil lezen;
- wellicht meer functionele informatie toevoegen zoals het geval is bij ‘De ultieme Viking’.

Vraag 3: Klopt de aanname achter Readification wel, namelijk dat via de wereld van gaming het lezen door jonge gamers kan worden gestimuleerd?

De aanname klopt, maar het is belangrijk om een aantal verbeteringen door te voeren. Uit het onderzoek blijkt dat de verhalen de interesse opwekken en dat jongeren het waarderen dat dit soort verhalen beschikbaar komt. Onze indruk is dat fervente lezers en een deel van de lichte lezers de verhalen uit zichzelf zullen gaan lezen; al is dat misschien niet tot het einde. Er kan echter meer gedaan worden om sommige lichte lezers en misschien zelfs niet-lezers te stimuleren om een start te

maken en de verhalen zo ver mogelijk uit te lezen. Ook is de vindbaarheid van de verhalen een belangrijk aandachtspunt.

Ons advies is om door te gaan met het project en om in aanvulling op het bovenstaande:

- ook verhalen te maken bij **andere games** dan 'geschiedenisgames', zoals GTA of misschien zelfs EA FC. Dat betekent ook een samenwerking met andere ontwikkelaars van games. Op deze manier kan een grotere doelgroep worden bereikt dan nu het geval is, waarschijnlijk met verhalen die toegankelijker zijn dan het geval is bij *Assassin's Creed Valhalla*. Zo kan echt een genre ontstaan;
- na te gaan of verhalen toch niet op een plek in of dichterbij de games kunnen worden geplaatst. Het is sowieso belangrijk dat verhalen beschikbaar zijn als een game volop gespeeld wordt;
- de verhalen beschikbaar te maken voor gebruik op **school** (Nederlands, Geschiedenis). Dit zou waarschijnlijk een enorme impuls geven aan dit genre. Belangrijk is wel dat de verhalen goed geïntroduceerd en toegelicht worden. Ook moeten ze hun relatie met de games behouden (vanuit het oogpunt van geloofwaardigheid).

Verder is het belangrijk om nogmaals uit te zoeken of de leeftijdsgroep van 15 t/m 18 jaar (deels) niet te oud is voor het project. De jongeren uit de bovenbouw van de middelbare school geven immers aan dat ze inmiddels ook veel andere dingen te doen hebben dan gamen, zoals werken en op stap gaan om het verdiende geld weer uit te geven.

Naschrift

We willen iedereen bedanken die het onderzoek mede mogelijk heeft gemaakt, onder wie Iris den Boer (De Meergronden), Bettina Bus (Bibliotheek Helmond-Peel) en Johan Fietelaars (Dr. Knippenbergcollege).

Bijlage 1

Checklist Readification

Mei 2023

Deel 1: introductie

- We stellen onszelf voor.
- We gaan in op het **doel** van het gesprek: we willen graag weten hoe jullie in je vrije tijd bezig zijn met Assassin's Creed Valhalla en of jullie behoefte hebben aan extra onderdelen bij de game. Het gaat daarbij niet om betaalde extra's, maar om gratis extra's.
- We leggen ook de **opzet** van het gesprek uit: de opbouw, hoelang het duurt, dat ze elkaar mogen aanvullen.
- We delen mee dat we het gesprek opnemen (om het uit te kunnen werken; audio).
- Aanpak: de jongeren zijn de deskundigen, het gaat om hun beleving, mening en gevoel. Ze praten vanuit hun eigen perspectief en laten zich niet beïnvloeden.
- Toon: open en informeel.

Deel 2: Voorstellen van de jongeren

- Kunnen jullie kort vertellen wie jullie zijn? Dus: Hoe je heet, hoe oud je bent, waar je woont.
Voor VO:
 - Welk profiel je op school doet.
 - Wat je na de middelbare school wil gaan doen (als je dat al weet).
 - Wat je leuk vindt om in je vrije tijd te doen.Voor mbo:
 - Welke opleiding je doet en op welk niveau.
 - Wat je na het mbo wil gaan doen.
 - Wat je leuk vindt om in je vrije tijd te doen.

Deel 3: Over Assassin's Creed Valhalla

- Welke games spelen jullie regelmatig?
- Waarom vinden jullie het leuk om ACV te spelen?
Wat vinden jullie er aantrekkelijk aan?
Wat zijn aantrekkelijke onderdelen?
Wat vinden jullie eventueel minder aantrekkelijk?
- Zijn jullie ACV de afgelopen maanden meer of minder gaan spelen, of is dat gelijk gebleven?
- Op welke manier is ACV anders dan andere games?
- Vinden jullie het leuk om meer te weten over de wereld waarin ACV zich afspeelt en de personages? Waarom wel, waarom niet? Waarover wel, waarover niet?
We geven een aantal voorbeelden van belangrijke situaties en personages.
- Als ze 'ja' zeggen: via welke kanalen gaan jullie op zoek naar extra informatie (in de game of buiten de game)? *Events tellen ook mee.*

- Spelen jullie ACV ook samen met andere jongeren? Kunnen jullie daar iets over vertellen? Is het een vaste groep, zijn het Nederlanders of jongeren uit allerlei landen, wat is verder de samenstelling, zie je de groep als vrienden, zie je die jongeren ook wel eens live?
- Wat vinden jullie van samen spelen? Anders, leuk, aantrekkelijk, bijzonder.
- Geven jullie elkaar ook wel eens tips over extra informatie? Waar is de groep dan positief over en waarover minder positief (als dat te zeggen is)?

Deel 4: Over de Ubisoft Special-app

- Het bedrijf dat ACV gemaakt heeft heet Ubisoft. Zij proberen gamers ook buiten de game informatie te geven over ACV. Wisten jullie dat?
- Welke kanalen/platforms zet Ubisoft daarbij in, denken jullie?

Als ze de Ubisoft Special-app spontaan noemen:

- Hebben jullie die app toevallig op je telefoon of op een tablet?

Als beiden de app op hun telefoon hebben:

- Bekijken jullie die app wel eens?
- Zo ja: kunnen jullie de app openen en aan ons laten zien wat jullie dan bekijken?
- Zo ja: hoe vaak bekijken jullie de app? Is er een speciale reden om dat te doen?
- Zo nee: kunnen jullie de app openen en bekijken? En ons al doende vertellen wat jullie interessant lijkt en wat niet?

Als een van beiden de app op zijn/haar telefoon heeft:

- Bekijk je de app wel eens?
- Zo ja: kun je de app openen en aan ons laten zien wat je dan bekijkt?
- Zo ja: hoe vaak bekijk je de app? Is er een speciale reden om dat te doen?
- Zo nee: kun je de app openen en bekijken? En ons al doende vertellen wat je interessant lijkt en wat niet?

We laten de andere jongere ook meekijken en zijn/haar mening geven.

Als ze (beiden of een van beiden) de app wel kennen, maar niet (meer) op hun telefoon en/of tablet hebben:

- Waarom hebben jullie deze app niet (meer) op jullie telefoon of tablet?

Als ze de app niet kennen:

- Ubisoft heeft een app ontwikkeld waarin ze meer informatie geven over verschillende games waaronder ACV. De app heet de Ubisoft Special-app. Het is een gratis app.
- Wat vinden jullie ervan dat Ubisoft zo'n app heeft gemaakt?
- Wat verwachten jullie dat in die app te vinden is?
- Nu jullie dit weten: overwegen jullie om de app te gaan downloaden en gebruiken?

Nu zorgen we ervoor dat iedereen de app op zijn/haar telefoon heeft:

- Willen jullie de app downloaden op jullie telefoon? Dat is alleen voor het onderzoek, daarna kun je hem weer verwijderen.

We volgen hoe dit gaat, laten de jongeren eventueel de stappen benoemen.

Degenen met wie we de app hiervoor nog niet bekeken hebben, laten we de app alsnog bekijken:

- Kunnen jullie de app openen en bekijken? We zijn benieuwd wat jullie eerste indruk is, wat jullie interessant lijkt, wat niet. Neem ons maar mee tijdens het kijken.
- Zien jullie dingen in de app die jullie wel uitgebreider zouden willen bekijken? Welke?

Voor iedereen:

- Vinden jullie deze app een goede extra voor de spelers van ACV?
Wat is nou echt een reden om deze app te bezoeken?
Wat is een reden om de app niet te bezoeken?

Deel 5: Over de leesverhalen

We gaan nu dieper in op de leesverhalen die in de app staan, waarbij we ons in eerste instantie richten op de verhalen over ACV. Het begin van dit onderdeel sluit aan bij datgene wat we bij deel 4 besproken hebben, waardoor het van gesprek tot gesprek kan verschillen. We gaan hieronder uit van de situatie waarin de jongeren de verhalen wel gezien hebben tijdens het bekijken van de app, maar niet gelezen hebben.

- In de app zien jullie twee 'leesverhalen' staan:
Leesverhaal Badr bij de Noormannen (van Abdelkader Benali).
Leesverhaal De Wilde Jacht (van Roderick Leeuwenhart).
We gaan daar ook even naartoe.
- Wat komt er als eerste bij jullie op als jullie deze verhalen zien staan?
- Lijkt het jullie wat? Zou het interessant zijn om de verhalen te lezen/te bekijken? Waar leiden jullie dat uit af (wat zijn 'haakjes')?
- Kunnen jullie nog wat meer vertellen over wat jullie van deze verhalen verwachten?
 - Waar gaan de verhalen over?
 - Zien ze dat de verhalen te maken hebben met ACV?
 - Gaat het om tekst, of een ander soort verhaal (bijvoorbeeld: luisterverhaal, een strip), met andere elementen? In welke taal zijn ze geschreven?
 - Zijn de verhalen kort of lang?
 - Wat vinden ze van de afbeelding ('key visual', 'book cover')? Is die aantrekkelijk?
 - Spreken de onderwerpen aan (of zijn er interessantere onderwerpen)?
 - Waarom zou Ubisoft dit in de app zetten? Wat is het doel hiervan?
 - Hebben ze wel eens gehoord van de auteurs? Waar kennen ze die van?
- We willen nu graag dat jullie een van deze verhalen gaan lezen.
 - Dat mogen jullie helemaal op jullie eigen manier doen, zoals jullie normaal ook lezen.
 - Wij gaan even de kamer uit.
 - Er is geen haast.
 - Jullie mogen zelf bepalen of je het verhaal uitleest of eerder stopt. Als je het niet leuk meer vindt mag je stoppen. Schrijf dan wel even op waar je bent gestopt.

De jongeren gaan lezen. Als ze klaar zijn gaan we als volgt verder:

- Eerste reactie: wat vonden jullie ervan?
- Hebben jullie het verhaal uitgelezen of zijn jullie eerder gestopt?

- Als ze eerder zijn gestopt: waar dan en waarom?
- Wat sprak jullie aan in het verhaal?
- Wat sprak jullie eventueel minder aan?
- Sluit het verhaal aan bij jullie interesse? Voegt het voor jullie iets toe aan ACV? Zijn de verhalen in lijn met ACV (zijn personen bijvoorbeeld hetzelfde uitgewerkt)?
De inhoud moet goed aan bod komen.
- Wat vinden jullie van de manier waarop het verhaal geschreven is?
- En van de afwisseling met de plaatjes en dergelijke (onder andere pop-ups)?
Zijn de plaatjes en dergelijke verrijkend of storend?
- Wat vinden jullie van de lengte van het verhaal?
- We lopen nogmaals door de verhalen heen en gaan in op:
 - De afbeeldingen, video, animaties (beeld, geluid): wat vinden ze van wat er te zien en te horen is?
 - De toelichtingen erbij.
 - De woorden die worden uitgelegd (zoals 'grootvizier'). Hebben ze hier gebruik van gemaakt? Bij welke woorden? Was de uitleg duidelijk?
Moeten we ze dit tijdens het lezen eventueel laten opschrijven? We kunnen ook de audio aan laten staan en ze laten melden dat ze een woord opzoeken.
 - De quiz.
 - Passages die ze aantrekkelijk of minder aantrekkelijk vonden.
 - Het downloaden.
 - De uitleg.
 - De navigatie.
- Hebben jullie ook de boekentips bekeken?
- Indien ja: wat vonden jullie daarvan? Stond er een boek bij dat jullie aansprak?
- Indien nee: waarom hebben jullie er niet op geklikt? Wat hield jullie tegen?
- Indien nee: staan er boeken bij die jullie aanspreken?
- *Als er tijd is:* de app biedt de mogelijkheid om nog meer boekentips te krijgen, waarbij de lezers in de omgeving van de Bibliotheek online komen. Wat vinden ze daarvan? We bekijken die omgeving ook even.

Als beide jongeren beide verhalen al gelezen hebben, of een van beide verhalen, dan geven we ze geen leesopdracht maar nemen we de verhalen met ze door.

Als een van beide jongeren beide verhalen al gelezen heeft, of een van beide verhalen, dan leest de andere jongere een van de verhalen over ACV; de lezer kiest een verhaal dat hij/zij nog niet gelezen heeft zodat hij/zij ook bezig is, desnoods een verhaal over Skull and Bones. We evalueren alleen de verhalen over ACV.

Deel 6: Evaluatie

- Wat vonden jullie al met al van het lezen van deze verhalen?
- Als jullie een rapportcijfer moeten geven voor hoe leuk jullie het lezen van de verhalen vonden; welk cijfer geven jullie dan?
- Zijn dit echt verhalen die bij jullie passen?
- Willen jullie vaker van dit soort verhalen lezen over een game dat jullie spelen?

- Zou je ze ook willen lezen over een game dat jullie niet spelen?
- De verhalen worden nu aangekondigd als 'leesverhalen'. Zouden jullie ze ook zo noemen?
- Is dit een leuke manier om jou van meer informatie te voorzien en de gamewereld te vergroten? Of je vrienden? Waarom wel of waarom niet?
- Is dit ook een slimme manier om jou in je vrije tijd aan het lezen te krijgen? Of je vrienden? Het lezen van verhalen, boeken.
Het idee toetsen: veel jongeren vinden het leuk om te gamen. Als je verhalen maakt die daarop aansluiten, wordt het ook leuker om te lezen. En boeken presenteert die daarop aansluiten.
- Hebben jullie tips nog voor ons? Wat kan beter?
Hoe kunnen we de verhalen voor jou zo aantrekkelijk mogelijk maken?
Hoe kunnen we gamers zoals jij zo goed mogelijk stimuleren om de verhalen te gaan lezen?
We kunnen ingaan op:
 - De presentatie van de verhalen in de app.
 - De vorm; is een verhaal de beste vorm?
- Zouden jullie het op prijs stellen als deze manier van lezen in het schoolprogramma wordt ingepast (en het dus ook mag, deze vorm van lezen)?
- Hier zien jullie een andere vorm om jongeren te stimuleren om te lezen: 3PAK. Wat is jullie indruk hiervan? En wat vinden jullie aantrekkelijker: lezen via een game of 3PAK?
- We stellen tot slot nog enkele eenvoudige leesvragen.
In hoeverre vinden ze het leuk om boeken te lezen?
Hoe vaak lezen ze boeken (voor school, in hun vrije tijd)?
In hoeverre hebben ze ervaring met digitaal lezen, wat vinden ze daarvan?
En wat is hun ervaring met luisterboeken (en eventueel podcasts)?

Deel 7: Afsluiting

- Hebben jullie nog iets te zeggen dat we nog niet besproken hebben?
- Bedanken, afwikkelen van de administratie.

Bijlage 2

Nog enkele afbeeldingen uit de app (afbeelding 1), de verhalen (afbeeldingen 2 t/m 5) en de doorverwijzing naar de online Bibliotheek (afbeelding 6):

