



centrum

Media & Gezondheid

Entertainment Education for Social Change



SndBites



Het Verhaal

De Uitdaging

Het Onderzoek

De Implementatie

CMG serie



Het Verhaal

'Een in your face stapavontuur vol struggles, kapotte vriendschappen, drank, liefde en seks. Wie houdt het hoofd cool? En wie gaat eraan ten onder? Het leven gaat niet over rozen. Maar saai is het nooit! Check Kozmoz, Eltjo, Sjarda & Tiejo in SndBites op www.SndBites.nl. Vind en unlock de sleutelscènes en maak kans op een uniek dancefeest met je 6 beste vrienden!'

Zo is de *SndBites Film Experience* voor jongeren tussen 15-18 jaar op verschillende websites en in sociale media angekondigd. De internationaal succesvolle DJ Dem Slackers (Kevin van Veelen) en de populaire acteur Alex Hendrickx (bekend van Spangas en de film *De Verbouwing*) spelen hierin een hoofdrol. De setting van de serie is een nachtclub/discotheek. Muziek is een belangrijk element in de serie. Dem Slackers heeft speciaal voor de serie een nieuwe soundtrack gecomponeerd.

SndBites is ontwikkeld door het Centrum Media & Gezondheid in samenwerking met Soa Aids Nederland (SAN), het Trimbos instituut (Ti), De Filmwinkel en IDvision.

'De serie gaat over veilig vrijen, te veel drinken en doofmakende herrie, maar bovenal vertellen we het spannende en herkenbare verhaal van een avondje in de disco met de spelers/leeftijdgenoten. Kortom, over liefde, seks, vriendschap, drank, struggles', aldus het CMG. Het CMG gelooft in de kracht van verhalen vertellen om jongeren te bereiken en te interesseren voor onderwerpen die met hun leefstijl, gevoel en moraal te maken hebben. Het CMG heeft daar intussen ruime ervaring mee. Ook Trimbos en SAN geloven in nieuwe concepten van communiceren, waarin je rolmodellen schept die aanzetten tot onderlinge gesprekken en zelfreflectie over de eigen (gezonde) leefstijl.

'Een internetserie past binnen de mediaconsumptie van de huidige generatie jongeren. Aansprekende, herkenbare verhalen presenteren op websites waar ze zich thuis voelen is een eigentijds middel om bepaalde thema's op de gespreksagenda van jongeren te krijgen', aldus CMG.

De verhaallijnen

De serie gaat over een stapavontuur van vier jongeren en is vanuit het perspectief van elk van deze vier personen gefilmd. Door op de Play button in het scherm op www.sndbites.nl te klikken, begint de bezoeker met het bekijken van de verhaallijnen. Onderaan de player staan foto's van de vier hoofdpersonages. Hier kan de kijker op klikken om te schakelen tussen de verschillende verhaallijnen. Wanneer op het hoofd van de DJ (DJ Kozmoz) wordt geklikt wordt het verhaal vanuit zijn perspectief bekeken. Klikt de kijker vervolgens op het hoofd van de vriend van de DJ (Eltjo), wordt het verhaal vanuit zijn perspectief bekeken. De personages hebben allemaal een cirkel



Foto: Screenshot interactieve switch moment in SndBites © CMG

rond hun foto. Wanneer de kijker op één van de personages heeft geklikt, licht zowel de foto als de cirkel van het personage op.

Links van de personages staan zeven stippen. Elke stip staat voor een 'sleutelscène'. Dit zijn belangrijke scènes in de serie, met een thematische inhoud (gehoorschadepreventie, matig met alcohol, soa veilig vrijen). Wanneer de kijker een sleutelscène heeft 'unlocked' wordt één van de stippen groen. Doel voor de kijker is alle zeven sleutelscènes te unlocken en dus alle stippen groen te maken. Wanneer dit gelukt is maakt de kijker kans op kaarten voor een dancefeest van 'upcoming' DJ Dem Slackers, die in de serie de hoofdrol van DJ Kozmoz speelt.

Op de 'cast' pagina van www.sndbites.nl staan foto's van de verschillende personages uit de serie. Bij elke personage staat een pakkende quote, die betrekking heeft op zijn of haar verhaallijn in de internetserie:

Eltjo: *'Ben ik nou z'n manager of niet? En een ex waar ik maar niet van af kan komen. Terwijl m'n chick backstage seks met me wil!'*

DJ Kozmoz: *'Net iets te dronken om nog te kunnen draaien. De*

‘SndBites is een eigentijds en interactief voorbeeld van de toepassing van de Entertainment-Education (EE) strategie’

clubeigenaar houdt me constant in het oog. Falen is geen optie. Ik MOET nu shinen.’

Sjarda: ‘Had ik maar niet zo stom moeten zijn. Alles op alles om de waarheid te vertellen. Nu even naar mij luisteren bitch!’

Tiejo: ‘Ophemelen of kapot maken. Zijn toekomst ligt in mijn handen. Doof voor de waarheid.’



Foto: Gehele cast SndBites © CMG Casper Cammeraat

De Dialoog

Het is van wezenlijk belang om jongeren te benaderen met verhalen die ze herkennen uit hun eigen leven of directe omgeving. Het CMG heeft twee pre-tests gedaan onder jongerenpanels (15-18 jaar). Wat vinden ze van de opzet van de verhaallijnen en wat van het script? Wat vinden ze van de naam van de serie: *SndBites*? Spreken de acteurs aan en horen ze bij de persoonlijkheden uit de verhalen? En ook: zouden ze dergelijke verhalen bekijken op hun favoriete digitale sociale media? En is het een aantrekkelijk idee dat je een prijs kunt winnen als je sleutelscènes kunt benoemen? Voegt het iets toe dat je het hele verhaal vanuit elk van de vier hoofdpersonen kunt bekijken?

De panelleden vinden de verhalen goed en realistisch. Ze kunnen zich verplaatsen in de opgevoerde personen. *‘Ik snap wel dat DJ Kozmoz heel erg zenuwachtig is, want ja het is wel een beetje het begin van zijn carrière. En je moet mensen op de dansvloer wel een beetje los laten gaan. Als dat niet zo is dan kan hij gelijk zijn ding vergeten. Die clubeigenaar zei al anders zorg ik dat je een slechte reputatie krijgt. Dus ik zou ook erg gespannen zijn, en wat gaat drinken, om het een beetje los te laten.’*

En: ‘Ik vond het wel een leuk verhaal. Ook dat die manager hem eerst in de steek liet en hem opeens toch kwam helpen.’

Over Sjarda, het meisje dat na een korte affaire een soa heeft opgelopen en dat gaat vertellen aan haar ex: *‘Dat gebeurt elke dag wel ergens. Ik denk alleen niet dat in alle gevallen diegene naar de partner toe zou gaan om het te vertellen. Knap dat Sjarda het wel heeft gedaan.’*

Bij het verhaal van reporter Tiejo herkennen de panelleden dat je bij het uitgaan vaak in elkaars oor staat te schreeuwen en elkaar dan nog niet kan verstaan.

‘Door wat er met die oortjes aan de hand is en die piep, maakt het wel geloofwaardig.’

Samenvattend: *‘Het is leuk om naar te kijken want er komen dingen in voor die nu ook gebeuren, zodat je snapt wat ze bedoelen. Ik zou er wel naar kijken.’*

De Uitdaging

Het CMG heeft eerst online research gedaan naar wat er aan kennis en ervaring is met het maken van internetseries. Het blijkt dat de meeste internetseries tot dan toe (2008) zijn bedacht door de profit sector en ontwikkeld voor commerciële doeleinden. Er worden slechts een paar internet-series ontwikkeld voor prosociale gedragsverandering (zie bv. SOUND en Schitterend). Uit alle beschrijvingen komt naar voren dat het bij internetseries gaat om een totaal andere manier van verhalen vertellen. Het lineaire format van een televisieserie verplaatsen naar internet, dat werkt niet. Anders is vooral dat op internet interactiviteit van belang is. De viewer/user/player (VUP) is in control.



Foto: Eltjo en Mariset © CMG

Het voorbeeld

In SndBites is gebruik gemaakt van de Entertainment-Education strategie met interactive storytelling en game-ification elementen. Bij de EE-strategie gaat het om het ontwikkelen van een populair media format dat zowel in staat is om mensen te amuseren als te laten nadenken en praten over prosociale en maatschappelijke thema's, in dit geval gehoorveilig uitgaan, matig met alcohol en soa veilig vrijen. *SndBites* is als een entertainment experience onder de aandacht van jongeren gebracht. De namen van de themaorganisaties (SAN en Trimbos-instituut) en het Centrum Media & Gezondheid zijn in de eerste fasen van het publiciteitstraject bewust niet genoemd.



Foto: DJ Kozmoz © CMG Casper Cammeraat

Het CMG: *'We hebben vermeden om in eerste instantie het accent te leggen op de inhoudelijke leefstijlthema's om zo jongeren een spontane eerste kijk- en entertainment ervaring te geven.'*

De Pijlers

Voor de internetserie *SndBites* zijn de volgende aandachtspunten geformuleerd:

- Internetseries staan niet op zichzelf. Zij maken onderdeel uit van een crossmediale of transmediale strategie. Het is de kunst om de verschillende media-uitingen zo op elkaar af te stemmen dat er een compleet concept ontstaat en je je doelstellingen binnen een relevante omgeving realiseert.
- Crossmedia of Transmedia storytelling vereist een nieuw soort vakmanschap. Het is anders om een interactief verhaal te vertellen dat uit verschillende elementen bestaat, dan een lineair doorlopend verhaal.
- Er is sprake van samenwerking tussen verschillende disciplines en expertises (inhoudelijke organisaties, nieuwe media bedrijven, game bedrijven, scenarioschrijvers, producenten,

sponsoren, onderzoekers). Hiervoor moeten nieuwe samenwerkingsverbanden worden gecreëerd.

- Een cruciale rol speelt de mate van interactiviteit en participatiemogelijkheid voor de viewer/user/player. Het verhaal dient jongerencommunities aan te spreken. Jongeren moeten worden uitgenodigd en zich aangesproken voelen om deel te nemen aan het verhaal.
- Een spanningselement in het verhaal is belangrijk. Dat kun je scheppen door fictie en werkelijkheid door elkaar te weven.
- Social Media Sites spelen een cruciale rol bij zowel het participeren in het verhaal als het bekendmaken en verspreiden van de internetserie.
- Series voor jongeren kunnen het beste met behulp van jongeren zelf worden gemaakt. Ook in *SndBites* is gebruik gemaakt van (bekende) populaire jongeren-acteurs.
- In een internetserie kunnen publiek-private partnerschappen met het bedrijfsleven worden gerealiseerd als ze passen bij de primaire doelstelling.



Foto: Tiejo © CMG Casper Cammeraat

Het Onderzoek

Met jongerenpanels is getest hoe op de verhalen is gereageerd. De jongeren in de pretest vonden de verhalen boeiend en leuk om te lezen. *'Er komt veel spanning in voor.'*

Waar zit de spanning?

'Je vraagt je steeds af: zal het goed gaan of niet? Wanneer DJ Kozmoz bijvoorbeeld begint te drinken denk je dat het fout gaat, maar uiteindelijk hoor je weer dat ie wat nuchterder wordt en dan komt het toch weer goed'

De panelleden leven mee met de personages:

‘Als ik een vriendje zou hebben en een stap verder zou gaan, dan zou dat niet zonder condoom zijn. Eltjo en Mariset doen het zonder condoom. Dat is toch best wel apart? Willen ze kinderen of zo dat ze het zonder condoom doen? Er wordt namelijk wel gezegd dat ze elkaar vertrouwen dus dan denk ik dat ze verder met elkaar willen en dat ze het zonder condoom doen omdat ze kinderen willen.’

De panelleden vonden de verhalen spannend en personages herkenbaar. Ze wisten niet van tevoren dat de thema's gehoorschade, veilig vrijen en matig alcohol aan de orde zouden komen. Pas na afloop van de pretest is het doel van de serie aan de jongeren gecommuniceerd.



Foto: Leico © CMG Casper Cammeraat

De jongeren haalden zelf de boodschap al uit de verhalen: ‘Doe het veilig’, ‘Drink met mate’, ‘Dat dit altijd kan gebeuren en dat je niet zomaar de eerste keer met iemand naar bed gaat wanneer je dronken bent’, ‘Ook niet dat alcohol de oplossing is voor je problemen’.

Over de verhouding tussen amusement en de meerwaarde zeggen ze: ‘Het is vooral amusement en daarin zit dat stiekem verwerkt, maar het is niet een documentaire.’

Dat je hetzelfde verhaal door op een button te drukken steeds vanuit een ander personage kan volgen, is voor de jongeren in de pretest geen probleem. ‘Dat is eigenlijk hetzelfde als in Goede Tijden Slechte Tijden. Het ene moment gaat het over de ene persoon en dan wordt weer geswitcht naar de volgende.’

SndBites is als internetsite de ether ingestuurd via Hyves en daarna is het ook via Facebook en diverse jongerensites onder de aandacht gebracht. De website heeft in de periode van 26 maart t/m 30 april 2012 ongeveer 9070 unieke bezoekers getrokken.

CMG: ‘Dat is een behoorlijk bezoekersaantal in ongeveer vijf weken tijd. De gemiddelde bezoekduur was 3 minuten, dit is de gemiddelde aandachtsspanne van jongeren op internet. Interessanter nog is hoe de bezoekers van SndBites reageren op de verhalen’.

CMG: ‘We hebben berichten op de SndBites-Hyves pagina geplaatst om reacties te stimuleren onder de leden. De SndBites-Hyves heeft in de eerste weken 1226 leden opgeleverd. Dit is positief. De activiteit van de leden was echter laag. Er is niet of nauwelijks gereageerd op de geplaatste content op Hyves. Het lijkt er op dat Hyves bezoekers lid worden van de SndBites Hyves en hier vervolgens weinig mee doen.’



Foto: Sjarda © CMG Casper Cammeraat

CMG: ‘Graag zouden we vervolgonderzoek doen naar de impact van de verhalen. Om de impact te meten hebben we ‘markers’ in de verhalen verwerkt. Markers zijn unieke woorden en begrippen die nog niet bestaan en dus nergens anders voor komen. Zo hebben we de term ‘crispy geil’ en “nocktail” (een cocktail zonder alcohol) geïntroduceerd. En nu zijn we benieuwd of deze markers tot de woordenschat van onze internetvrienden gaat behoren. Zo zijn we steeds bezig met het scheppen van nieuwe onderzoeks-methoden om de effecten van onze manier van communiceren meetbaar te maken.’

De Verspreiding

De internetserie is in drie fasen gelanceerd en onder de aandacht gebracht.

1. Lancering en publiciteit via Hyves en sociale media.
2. Plaatsen van trailer en link naar www.SndBites.nl op informatieve websites van o.a. www.drugsnuitgaan.nl en www.sense.info.
3. Plaatsen van nieuwsberichtjes, trailer en link op de websites en relevante kanalen van het CMG en de inhoudelijke thema organisaties.

De Productie

SndBites kwam tot stand door een samenwerkingsverband tussen het Centrum voor Media & Gezondheid (CMG), De Filmwinkel en IDvision en de inhoudelijke partners SAN, Trimbos-instituut. Samenwerking dus tussen een wetenschappelijk expertisecentrum dat de serie ontwikkelde en een filmbedrijf dat de serie produceerde en een internetbedrijf dat de interactieve website bouwde.

In het CMG gaan creativiteit, kennis van de markt en hoogwaardige productiekwaliteit hand in hand.

Publicaties:

Bouman, M.P.A., Drossaert, C.H.C. & Pieterse, M.E. (2012): Mark My Words: The Design of an Innovative Methodology to Detect and Analyze Interpersonal Health, Conversations in Web and Social Media, *Journal of Technology in Human Services*, 30:3-4, 312-326.

Bouman, M.P.A., Hollemans, H. (2012): Rapport *SndBites* Formatief onderzoek, Centrum Media & Gezondheid, Gouda.

Van den Hoek, M., Brugman, J., Bouman, M.P.A. (2012): *SndBites* Social Media Rapport, Centrum Media & Gezondheid, Gouda.

Deuning, M., Bouman, M.P.A. (2010): Het verschijnsel internetseries, *Online research: Internetserie als platform voor crossmediale campagnes*.

Beeldmateriaal:

SndBites Trailer via het CMG vimeo kanaal: <https://vimeo.com/70480554>

SndBites Making Of via het CMG vimeo kanaal: <https://vimeo.com/70481115>



Dit project is mogelijk gemaakt met subsidie van ZonMw (projectnr. 2035000040) en is door het CMG ontwikkeld en gerealiseerd in de periode 2009-2012.

Meer informatie?

info@media-gezondheid.nl

0182-549445



centrum

Media & Gezondheid

Entertainment Education for Social Change

www.media-gezondheid.nl