



SndBites

Formatief Onderzoek

Dr. Martine Bouman
Drs. Hester Hollemans

Mei 2012



Inhoudsopgave

1. INLEIDING	3
1.1 SNDBITES	3
1.2 ONDERZOEKSVRAAG	3
1.3 OPBOUW VAN HET RAPPORT	3
2. METHODE	4
2.1 WERVING VAN HET PANEL	4
2.2 ACHTERGRONDINFORMATIE PANNELLEDEN	5
3. RESULTATEN	6
3.1 LOGO EN NAAM	6
3.2 SAMENVATTING/SYNOPSIS	6
3.3 LEESBAARHEID VAN DE DIALOGEN	7
3.4 DISCUSSIE	7
3.4.1 <i>Verhaallijnen</i>	8
3.4.2 <i>Doelgroep</i>	11
3.4.3 <i>Casting</i>	11
3.4.4 <i>Hyves</i>	12
3.4.5 <i>Prijs</i>	13
4. AANBEVELINGEN EN DISCUSSIE	14
4.1 LOGO EN NAAM	14
4.2 VERHAALLIJNEN	14
4.3 DOELGROEP	15
4.4 CAST	15
4.5 HYVES	16

Pretest Scripts SndBites

1. Inleiding

1.1 SndBites

De SndBites Experience is een eigentijds voorbeeld van de toepassing van de entertainment-education (EE) strategie. Het gaat hierbij om interactive storytelling met gamification 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 een unieke interactieve film experience waarin jongeren zelf kunnen schakelen tussen de verhalen van de verschillende personages (www.SndBites.nl). Voornaamste doelstelling van de serie is het op gang brengen van gesprekken in social media over de gezondheidsthema's verstandig omgaan met alcohol, veilig vrijen en preventie van gehoorschade. SndBites is ontwikkeld door het Centrum Media & Gezondheid (CMG) in samenwerking met de inhoudelijke partners Soa Aids Nederland en het Trimbos-instituut en partners uit de creatieve industrie De Filmwinkel en ID-vision. SndBites is op 26 maart 2012 gelanceerd.

De serie gaat over een stapavontuur van vier jongeren vol struggles, kapotte vriendschappen, drank, rauwe liefde en seks. De internationaal succesvolle DJ Dem Slackers (Kevin van Veelen) en de populaire acteur Alex Hendrickx (bekend van Spangas en de nieuwe film De Verbouwing) spelen hierin een hoofdrol. De setting van de serie is een nachtclub/discotheek. Muziek speelt een belangrijke rol in de serie. Dem Slackers heeft speciaal voor de serie een nieuwe sound track gecomponeerd.

1.2 Onderzoeksvraag

Om te pretesten wat de toekomstige kijkers van de opzet van de verhaallijnen vinden en om directe feedback te krijgen op het script (Bijlage 1), zijn er twee pretest panels met jongeren uitgevoerd (n=4 en n=6) in Gouda en Westland. De aspecten van de serie die in de pretest aan bod kwamen waren het logo en de naam van SNDBITES, de samenvatting/synopsis, de inhoud en leesbaarheid van de dialogen, de verwachte doelgroep van de series, de casting, de bereikbaarheid van de respondenten op Hyves en de prijs die de kijkers kunnen winnen. Tevens is tijdens het onderzoek gevraagd naar individueel commentaar van de respondenten op de scènes.

1.3 Opbouw van het rapport

Hoofdstuk 2 gaat in op de onderzoeksmethode die gebruikt is bij de uitvoering van het onderzoek. In hoofdstuk 3 worden de resultaten van het onderzoek beschreven. In hoofdstuk 4 worden de resultaten samengevat en aanbevelingen gedaan met betrekking tot het logo/naam van de series en het script.

2. Methode

Er is gebruik gemaakt van een paneldiscussie om de onderzoeksvraag te beantwoorden. Dit is een kwalitatieve onderzoeksmethode, waarbij de focus ligt op de verscheidenheid aan antwoorden en niet de generaliseerbaarheid daarvan. Om te onderzoeken hoe de doelgroep denkt over het script van de series, zijn groeps gesprekken gehouden met jongeren tussen 14 en 18 jaar (met uitzondering van één 20 jarige).

Na een korte introductie door de onderzoeker stelden de deelnemers zich aan elkaar voor. Allereerst kregen de deelnemers het logo te zien en werd hun mening hierover gevraagd. Vervolgens kregen zij de synopsis¹ van SndBites te lezen om een indruk van de serie te krijgen. De onderzoeker gaf hierna een beschrijving van de verschillende personages, waarna de scripts verdeeld werden onder de deelnemers. Zij kregen voldoende tijd om deze zorgvuldig door te lezen. Vervolgens werd de deelnemers om de beurt naar het gelezen script gevraagd. Vragen die gesteld werden, waren onder andere: Waar gaat het script over? Is het verhaal herkenbaar? Is het verhaal geloofwaardig? Ook werd de overige deelnemers naar hun mening gevraagd over het script van hun mededeelnemers. Alle deelnemers werd gevraagd voor welke doelgroep zij dachten dat de serie gemaakt was. Verder werden er nog filmpjes getoond van de casting van de karakters uit de serie. De jongeren werd gevraagd in hoeverre zij de verschillende acteurs die ze te zien kregen bij de zojuist gelezen personages vonden passen. Tot slot werd de jongeren gevraagd naar hun social media gebruik (Hyves en Facebook) en hun ideeën voor een eventuele prijs.

De jongeren werden zoveel mogelijk vrij gelaten om op elkaar te reageren, tenzij het gesprek te ver afweek van het onderwerp en de vraagstelling. De gesprekken zijn met behulp van een voicerecorder opgenomen om later uit te kunnen werken. Het gesprek van de pretest groep in Gouda vond op 14 december 2012 plaats bij het Centrum Media & Gezondheid. De pretest met de jongeren uit de gemeente Westland vond plaats op dinsdag, 18 december 2012 in het huis van een van de panelleden.

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

2.1 Werving van het panel

De werving van de panelleden is verzorgd door het Centrum Media & Gezondheid (CMG). Het CMG heeft een mailing verstuurd (Bijlage 2) naar jongeren uit hun netwerken. Uit de respons op deze mailing zijn 10 jongeren uit twee verschillende gemeenten (Gouda en Westland) geselecteerd. De

¹ In het eerste pretest panel kregen de deelnemers het hele script te lezen (alle vier de verhaallijnen). Het bleek echter dat deze (laag opgeleide) jongeren moeite hadden met het lezen van het volledige script. Hun spanningsboog was hiervoor te kort. Daarom is besloten om in het tweede pretest panel elke jongere één van de vier verhaallijnen te laten lezen en vervolgens op elkaars verhaallijnen te laten reflecteren.

jongeren zijn op basis van hun leeftijd en opleidingsniveau geselecteerd. De groep uit Gouda bestond uit drie mannelijk deelnemers en een vrouwelijke. De groep uit Westland bestond uit twee mannelijk en vier vrouwelijke deelnemers.

2.2 Achtergrondinformatie panelleden

In totaal hebben 10 jongeren (verdeeld over twee panels) deelgenomen aan de pretest. De achtergrondinformatie van de panelleden uit beide groepen zijn weergegeven in Tabel 1 en 2.

Tabel 1: Panelleden groep 1, Gouda, IDcollege

Naam	Geslacht	Leeftijd	Opleiding
Yudi (Yu)	M	17	MBO
Dennis (D)	M	20	HBO
Richella (Ri)	V	17	MBO
Younes (Yo)	M	16	MBO

Tabel 2: Panelleden groep 2, Westland

Naam	Geslacht	Leeftijd	Opleiding
Kim (K)	V	18	MBO
Joyce (Jo)	V	14	HAVO
Jamie (Ja)	V	15	VMBO
Robbin (R)	M	17	MBO
Jessie (Je)	V	16	HAVO
Auke (A)	M	17	MBO



Foto: Pretest groep 2 gemeente Westland.

3. Resultaten

In de bijlagen 3 en 4 zijn de uitgewerkte pretests te vinden. Hieronder is per onderzoeksvraag kort aangegeven wat de belangrijkste bevindingen waren.

3.1 Logo en naam



Wat vinden jullie van het logo “SNDBITES”?

Het logo werd door de twee pretest groepen positief beoordeeld.

*“Het schreeuwt wel lekker, lekker opvallend” (Ri), “wel grappig met die lijntjes”,
“leuke kleuren” (Yu), “ziet er professioneel uit” (Je).*

Wel hadden de respondenten enkele op- en aanmerkingen:

*“leuk kleurgebruik, maar nog interessanter wanneer er meer fellere kleuren in komen” (K),
“apart gedaan, leuke structuur, alleen de kleuren zijn niet zo bijzonder, mag meer opvallend”
(Jo), “mooie opmaak, randjes misschien wat mooier maken” (R).*

Slechts twee van de tien panelleden herkenden “Soundbites” in het logo SNDBITES (Je & A). Twee panelleden gaven aan dat je “Bites” er goed uit kunt halen, maar “Sound” niet uit “SND” (K, Jo, R). Op de vraag wat ze dachten dat met het logo bedoeld werd, gaven vier respondenten aan dat het met muziek te maken had (K, R, Je, A). Drie daarvan dachten ook dat het aan computers gerelateerd was (K, R & A). “Iets van muziek en show op computer” (R). Joyce dacht dat SNDBITES een bedrijfsnaam was of iets van een bestandje/geheugen. Younes vroeg zich af of SNDBITES voor een acroniem staat, bij voorbeeld “Samen Naar de Bios...”.

3.2 Samenvatting/Synopsis

De profielen van de hoofdpersonages en de verschillende perspectieven worden aan de respondenten van de pretest uitgelegd. Over het algemeen begrijpen de panelleden goed waarover SNDBITES gaat en vinden het verhaal interessant. Sommige jongeren hebben na de uitleg nog een vraag over de perspectiefwisseling. Zo was het bijvoorbeeld voor Jessie onduidelijk hoe het precies werkt met het perspectief wisselen:

“Is het dan dat je op een persoon klikt en van daaruit zie je het verhaal of kan je elke keer in het verhaal zelf?”.

Dennis vraagt:

“Het is dus zo dat je het uiteindelijk uit iedereen kijkt?”

Na het uitleggen van de achterliggende gedachte is het voor alle panelleden duidelijk hoe de perspectiefwisseling zal werken. Auke concludeert dat je dan weet hoe ieder karakter denkt.

Wat betreft de verschillende perspectieven vergelijkt Jamie SNDBITES met MTV programma “Degrassi: next generation”. Ook daar zie je het verhaal van alle kanten: de cheerleaders, een jongen die aan de drugs zit:

“Dat is ook het zelfde want die hebben ook allemaal verschillende lijnen” (Ja).

Jessie geeft aan dat dit eigenlijk ook hetzelfde is als in “Goede Tijden Slechte Tijden”. Het ene moment gaat het over de ene persoon en dan wordt weer geswitcht naar de volgende. De personen vertellen echter wel allemaal over elkaar en het zijn niet heel veel personen. Ook gaat het allemaal over hetzelfde onderwerp.

3.3 Leesbaarheid van de dialogen

De panelleden vonden de scripts duidelijk en goed te begrijpen. Joyce zegt als volgt:

“Het is wel leuk, ik moet er wel om lachen”.

Enkele op- en aanmerkingen ontstaan bij het woord *Happy Drink* en ook bij het thema oordoppen. Twee van de tien respondenten (A & K) gaven aan nog nooit van Happy Drinks gehoord te hebben. Één van de twee dacht dat een Happy Drink misschien een ontzuiveringdrank kon zijn.

Met betrekking tot het thema oordoppen vraagt één panellid of in de verhaallijn ook reclame voor een bepaalde type oordoppen gemaakt zal worden. Na het uitleggen van de achterliggende gedachte van het dragen van oordoppen tijdens het uitgaan wordt de context voor dit panellid begrijpelijk. Hij vindt het een goed initiatief, omdat hij ook een beschadiging aan zijn oren heeft.

3.4 Discussie²

Tijdens de discussie zijn met name vijf verschillende punten ter sprake gekomen: (1) verhaallijnen, (2) doelgroep, (3) casting, (4) Hyves en (5) prijs. De meningen van de panelleden over deze punten zullen één voor één worden weergegeven.

² De namen van de acteurs in het voorlopige script van de pretest zijn in de eindversie van het script en de filmopnamen vervangen door de definitieve namen. Deze zijn als volgt: DJ Slick (wordt DJ Kozmoz); Bake (wordt Eltjo); Abyssinia (wordt Mariset); Lotte (wordt Sjarda); Jansen (wordt Tiejo)

3.4.1 Verhaallijnen

De respondenten geven aan nieuwsgierig te zijn hoe de andere verhaallijnen lopen die hun verhaallijn kruist. Daarover willen zij meer weten. Een panellid vraagt zich bijvoorbeeld af wat Lotte nou wilde vertellen:

“Ik wilde weten wat ze ging vertellen tegen Bake maar Bake kapte het steeds af” (A).

Jessie vertelt over de verhaallijn van Lotte: “Maar je komt dus niet te weten hoe het gesprek is gegaan tussen Bake en Abyssinia, daar was ik wel juist nieuwsgierig naar”.

Jocye zegt: *“ja, dan wil je wel weten wat er aan de hand is”*.

Op de vraag naar de meerwaarde die de respondenten uit de verhaallijnen kunnen halen hebben vier van de tien panelleden een concreet idee:

“Doe het veilig (K)”, “Drink met mate” (Jo)(K), “Dat dit altijd kan gebeuren en dat je niet zomaar de eerste keer zomaar met iemand naar bed gaat wanneer je dronken bent” (Jo), “Ook niet dat alcohol de oplossing is voor je problemen” (Je).

Jamie voegt nog toe, dat er ook wat over oordopjes uit te halen is, dat het er gewoon bij hoort. Wel zegt ze ook dat ze het niet zo duidelijk vindt en dat dit minder helder overkomt.

De verhouding tussen amusement en de meerwaarde vinden de zes panelleden uit Westland positief. Reacties van de jongeren hierover waren:

“Het is vooral amusement en daarin zit dat stiekem verwerkt, maar het is niet een documentaire (K)”. “

Robbin denkt dat als je te veel focust op die toegevoegde waarde het programma saai wordt:

“Dan gaan mensen denken van, ja dat weet ik zelf ook wel”.

De panelleden uit Gouda hebben hier geen uitspraak over gedaan.

a) Geloofwaardigheid

De jongeren geven aan dat ze de verhaallijnen goed en realistisch vinden. Een respondent zegt dat het verhaal ook gewoon in het echt zou kunnen voorkomen. Zij vindt vooral het verhaal over de DJ realistisch:

“Ik snap wel dat die Slick (DJ Kozmoz) heel erg zenuwachtig is, want ja het is wel een beetje het begin van zijn carrière. En je moet die mensen wel een beetje los laten gaan en als dat

niet zo is dan kan hij gelijk zijn ding vergeten. Die clubeigenaar zei al anders gaat er wat gebeuren, dan zorg ik dat je een slechte reputatie en alles krijgt. Dus ik zou ook wel erg gespannen zijn, waardoor je wel weer wat gaat drinken, om het een beetje los te laten“ (Ja).

Een andere panellid voegt toe: *“Ik vond het wel een leuk verhaal. Ook dat die manager hem eerst in de steek liet en hem opeens toch kwam helpen“ (K).*

Younes maakt nog de opmerking dat hij DJ Slick wel geloofwaardig vindt, maar ook een beetje overdreven. Hij denkt wel dat alle DJ's wat drinken. Hij betwijfelt alleen of ze er echt dronken van worden. Ondenkbaar is het natuurlijk niet.

Auke vindt dat je nog wel weinig weet van de personages, maar dat ligt volgens hem vooral aan het feit dat je er geen audio visueel beeld bij hebt:

“Normaal kun je gelijk inschatten wat voor persoon dat is, maar zo wordt je er in één keer in gegooid zeg maar“.

De jongeren hebben het ook over de vreemde namen in de serie en vragen zich in de context van de discussie over geloofwaardigheid af, waarom al die specifiek namen gebruikt worden. De vier respondenten uit Gouda geven aan dat ze alle namen op zich wel goed vinden, maar dat ze Abbesynia een rare naam vinden. Daar kan beter Abby van worden gemaakt.

In de groep uit Westland vinden alle zes de panelleden de namen bizar. Een panellid (Je) zegt dat ze alleen Lotte een normale naam vindt. Na de uitleg van de onderzoeker over het idee achter de namen vinden de jongeren het een goed idee en ze snappen de keuze voor de aparte namen.

De panelleden zijn van mening dat het karakter Lotte geloofwaardig is. Een vrouwelijk panellid vertelt dat dit elke dag wel ergens gebeurt (Ri). Ze denkt alleen niet dat in alle gevallen diegene naar de partner toe zou gaan om het te vertellen. Daarom vindt ze het knap dat Lotte het wel heeft gedaan.

Ook een ander panellid is nieuwsgierig naar hoe het afloopt wanneer Lotte te horen krijgt dat ze waarschijnlijk een SOA heeft:

“Ik ben benieuwd hoe Lotte staat te flippen als Bake zegt van joh je hebt waarschijnlijk een SOA“ (Je).

Het karakter Bake vinden de respondenten van de pretest ook geloofwaardig. Één van de jongens denkt dat dit verhaal altijd kan gebeuren.

Wat het personage van reporter Jansen betreft kunnen de respondenten zich ook in het verhaal herkennen. Een panellid geeft hier aan dat hij het herkent van het uitgaan, dat je in elkaars oor staat te schreeuwen en elkaar nog niet kan verstaan en hij voegt toe:

“Door wat er met die oortjes aan de hand is en die piep, maakt het wel geloofwaardig“ (D).

b) Boeiend

De respondenten van de pretest vinden de verhaallijnen leuk en boeiend om te lezen. Er komt veel spanning in voor, geven sommige panelleden aan. Op de vraag waar de spanning zit, antwoordden ze dat je jezelf steeds afvraagt of het goed zal gaan of niet:

“Wanneer Slick 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” (Ja).

Een ander belangrijk punt welke door de panelleden genoemd wordt is dat ze het boeiend vinden zichzelf in de verhaallijnen te kunnen herkennen. Auke zegt (waarbij hij van de andere vijf panelleden bijval krijgt):

“Ik denk dat het vooral heel belangrijk is dat je jezelf er in kunt herkennen”.

c) Herkenbaarheid

De groep uit Westland word gevraagd of ze zich in de verhaallijnen kunnen herkennen waarop alle zes positief antwoorden. Één van de deelnemers voegt hier aan toe dat ze de situatie, welke kan plaats vinden in een discotheek, herkent (Jo).

In de discussie over herkenbaarheid komen de respondenten ook over het thema ontnuchteren te praten. Ze herkennen zich zelf en vrienden heel goed in deze situatie. Een respondent zegt:

“Ik heb zo vaak mensen moeten ontnuchteren, of zelf nuchter moeten worden” (A).

Andere panelleden vinden dat het overmatig alcohol gebruik, zoals dit omschreven staat, niet herkenbaar is.

d) Identificatie

De panelleden kunnen zich over het algemeen goed met de personages identificeren. Daar waar discrepanties zijn, klopt voor de jongeren wat in de verhaallijn niet (zie hiervoor hoofdstuk 4). Zij vinden deze punten irritant en kunnen zich daarin niet met de personages identificeren. Een vrouwelijke deelnemer zegt zich wel te kunnen identificeren met Lotte, maar niet met Abyssinia, vanwege “een stap verder willen gaan, dus zonder condoom”.

Een deelnemer denkt dat de karakters als voorbeeld gezien moeten worden:

“Als het van die nerdies zijn dan denk je, ja daar ga ik geen voorbeeld aan nemen, maar als het echt stoere mensen zijn en zij doen het ook pas na vier maanden, ik denk dat dat wel scheelt” (K).

3.4.2 Doelgroep

Zes panelleden denken dat de doelgroep van de serie 14/15 tot 18 jaar is, in de tijd waar jongeren beginnen met uitgaan. Op de vraag of de respondenten hier zelf naar zouden kijken, antwoordt de meerderheid positief, zoals Yudi:

“Als ik het verhaal zo lees, en de anderen zo hoor, zou ik het wel leuk vinden om er naar te kijken”.

In de discussie over de doelgroep komt ook de vraag naar voren of het meer een verhaal voor meiden. Deze mening hebben vooral de vrouwelijke respondenten van de pretest. Zo zegt Jessie:

“Het is herkenbaar en ik denk dat meiden daar meer naar kijken” (Je).

Ze zijn van mening dat vrouwen sowieso meer naar realitysoaps kijken zoals ‘Goede Tijden Slechte Tijden’, en mannen houden volgens een andere vrouwelijke deelnemer, meer van ander soort programma’s: “Zij kijken meer naar leedvermaak programma’s” (K).

Wel vinden de panelleden dat het een prikkel is dat een beroemde DJ meespeelt, voor zowel mannelijke als vrouwelijke jongeren:

“Ik denk wel dat een heleboel jongens die zelf DJ zouden willen zijn er dan naar gaan kijken” (A). “Als er bekende mensen in spelen en je hoort daarvan, dan ga je er al sneller naar kijken” (Je).

3.4.3 Casting

De panelleden hebben de verschillende casting video’s van de hoofdpersonages bekeken. Op de vraag, wie zij goed voor de rol vinden en wie niet hebben de jongeren een duidelijke mening.

De cast van Jansen vinden veel jongeren leuk, maar zij kunnen zich ook voorstellen dat de cast van Jansen goed het personage van Bake zouden kunnen spelen. Vier van de tien panelleden zeggen dat het niet klopt dat “Jansen” een typisch Nederlandse naam is en dat de acteur een buitenlands uiterlijk heeft. Dennis zegt:

“Ik vind dat je de naam moet veranderen”.

Een respondent benadrukt dat hij de sidekick van Jansen, een combinatie met Jansen een leuke duo vindt:

“Ik vind het wel grappig dat de Chinees de fotograaf is, dat is wel het eerste waaraan ik dacht” (D).

De jongeren zijn het er allen over eens dat de twee acteurs voor Lotte en Abbasynia heel goed zijn en zij zien er ook zo uit als zij zich de meisjes ongeveer voorgesteld hebben.

De twee acteurs voor de rol van Bake vinden zes panelleden wel oké, maar de anderen vier zijn van mening dat de acteurs niet “typische players” zijn.

De pretest groep uit Westland heeft ook een kort filmpje over DJ Dem Slackers gezien, welke een upcoming DJ in Nederland is. Hij speelt in SNDBITES het hoofd karakter DJ Slick. Uit de pretest groep van Westland gaf één van de respondenten aan Dem Slackers te kennen. De muziek van Dem Slackers wordt vooral als goed bevonden voor party’s en uitgaan. Vijf van de panelleden gaven aan iets te hebben met de muziek van Dem Slackers en de meisjes uit deze groep (K, Jo, Ja, Je) gaven aan graag tussen het publiek te willen staan, wanneer Dem Slackers zou draaien. Als reden noemden ze:

“Omdat het gewoon gave muziek is, iedereen gaat dan echt los” (K), “Je kunt er lekker op dansen” (Je). Hierop wordt door andere bevestigend ja geantwoord. “Ik ga ook wel in mijn eentje los, kan echt niet stil staan met zulke muziek” (K).

Twee pretest deelnemers vinden dat Dem Slackers er een beetje uitziet als een “sulletje”(R & Yu).

Wat de clubeigenaar betreft bekritisieren de panelleden sommige eigenschappen:

“Een beetje een boertje met dat petje zo, als ie een pak aan heeft kan het wel, maar zo...” (Jo), “een beetje een maffia” (R), “hij moet niet zo vrolijk zijn” (K), “Het is een goed personage, mits hij niet zo vrolijk kijkt, maar daar kan vast wel wat aan gedaan worden...” (K).

3.4.4 Hyves

De panelleden wordt vertelt dat de serie waarschijnlijk op een actiepagina van Hyves geplaatst zal worden. Zes respondenten geven aan dat ze wel een Hyves account hebben, maar hier nauwelijks nog op zitten. Ze zeggen dat ze meer op Facebook doen. Één jongere geeft ook aan op MSN en Ping te zitten. Drie van de tien pretest respondenten zijn nog wel actief op Hyves.

Op de vraag of ze wel eens op de hoofdpagina (startpagina) van Hyves kijken en of ze filmpjes die hier op geplaatst worden zouden bekijken zegt een meisje:

“Soms bij het nieuws kijk ik wel eens” (K).

Ook Auke doet dit wel eens. Joyce zou hier niet op kijken: *“Gewoon alleen mijn eigen berichten en dan weg” (Jo).*

Auke vindt een mix van verschillende social media goed om de serie te verspreiden:

“Je kan het ook doen op Hyves, Facebook en Twitter, dat moet geen probleem zijn” (A).

Twee panelleden zeggen dat ze het een goed idee vinden de serie ook voor niet-leden van Hyves open te stellen. Een respondent zegt:

“Ik zou er ook een site voor maken, dat ze (de doelgroep) op de site zelf kunnen kijken” (K).

Op de vraag of de panelleden iets doorsturen antwoordt de meerheid dat ze niet zo veel aan elkaar doorsturen. Een deelnemer zegt dat ze eigenlijk nooit iets doorstuurt (Ja). Als de jongeren iets doorsturen is dat alleen wanneer ze iets heel interessant vinden. Vier pretest respondenten noemen verschillende dingen die zij doorsturen:

“Foto’s van leuke meiden” (A), “Goede muziek” (Je), “Leuke filmpjes” (R) en Joyce voegt hieraan toe: “Alleen als de filmpjes grappig zijn, of echt heel bijzonder”.

Younes geeft nog aan dat hij niet iets zou doorsturen als er niks te winnen valt. Mocht er wel iets te winnen zijn, dan zou hij het wel doorsturen.

3.4.5 Prijs

De groep uit Gouda wordt gevraagd naar de prijs die de kijkers kunnen winnen in SNDBITES. Op de vraag of de panelleden vinden dat een DJ-cursus een goede prijs is, geven zij alle vier aan dat er wel betere oplossingen voor prijzen zijn, aangezien je voor een DJ cursus wel interesse moet hebben in het zelf draaien van platen (DJ-en). Younes stelt voor:

“Doe dan kaartjes voor een feest van hem (DJ), ik denk dat dat nog mooier is. Met vijf vrienden bijvoorbeeld dat je naar een feest van hem, of waar hij draait, mag”.

Younes geeft ook aan dat er veel acties zijn waar je maar met twee vrienden een prijs kan winnen. Hij vindt het leuker om niet te hoeven kiezen maar gewoon een grotere groep kan meenemen. Ook zegt hij dat mensen misschien kunnen denken dat het een reclame is, als er een link staat “win een prijs voor jou en je 7 beste vrienden”. Een andere panellid voegt daar aan toe dat ze denkt dat als het op Hyves staat de geloofwaardigheid wel groter is (R).

4. Aanbevelingen en discussie

De pretest heeft veel waardevolle informatie opgeleverd. Per onderzoeksvraag zullen de belangrijkste aanbevelingen worden weergegeven.

4.1 Logo en naam

De eerste onderzoeksvraag had betrekking op het voorlopige logo en de naam van de serie: SNDBITES. Over het logo en de naam zijn de respondenten enthousiast. De meerheid van de jongeren kunnen echter geen “Soundbites” uit het logo halen.

Aanbeveling: Het logo zal op zijn leesbaarheid kunnen worden aangepast. Een duidelijkere variant in plaats van “SNDBITES” zou “SndBites” kunnen zijn. Op deze manier zijn de twee woorddelen beter te herkennen.

4.2 Verhaallijnen

In de verhaallijnen worden verschillende aspecten door de panelleden genoemd die niet duidelijk waren en die aangepast moeten worden.

Voor twee pretest deelnemers is het niet duidelijk wat een Happy Drink is. Zij vragen zich af of dat een ontzuiveringdrank is.

Aanbeveling: In het script moet expliciet genoemd worden dat een Happy Drink een non-alcoholische cocktail is.

Twee respondenten vinden het stuk vreemd dat Bake en de reporter samen naar de bar lopen zonder dat ze elkaar kennen en de reporter vervolgens aankondigt een reportage te gaan maken over de DJ.

Aanbeveling: Dat moet in het script veranderd worden.

Zes van de tien deelnemers moeten lachen om het woord “pannenkoek”. Zij vinden dat dit geen jongeren taal is.

Aanbeveling: De panelleden stellen voor eerder worden te gebruiken als “mongool” of “je bent een debiel”. Dit zal moeten worden aangepast in het script.

Een deelnemer is ook van mening dat de uitdrukking “ik geef je een klap voor je kop” wat grover kan. Een andere respondent van de pretest vindt ook dat de zin “hij is de bom” niet in hun taal past.

Aanbeveling: Deze twee zinnen moeten uit het script verwijderd worden en er moet een andere uitdrukking voor in de plaats komen.

Een ander verhaallijn welke verwarring opwekt bij de panelleden is het stuk van Bake en Abbasynia, dat zij willen verder gaan. Een meisje zegt:

“Als ik een vriendje zou hebben en een stap verder zou gaan, dan zou dat niet zonder condoom zijn. Dat is toch best wel apart? Willen ze kinderen ofzo 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. Dat begreep ik niet helemaal want waarom willen ze het zonder condoom doen en vinden ze dat echt een stapje verder” (K).

Aanbeveling: De uitdrukking “een stap verder gaan” zorgt voor verwarring en moet niet gebruikt worden.

De scene met de stroomstoring is voor de panelleden ook niet duidelijk. De respondenten zeggen dat iemand aan de knoppen gezeten heeft, maar wie dat geweest is weten ze niet.

Aanbeveling: De scene met de stroomstoring moet veranderd worden. Het moet duidelijk worden wat er gebeurt en waarom.

Zes panelleden vinden drie weken erg kort om seks te hebben. Ze vinden drie maanden geloofwaardiger:

“Anders kunnen jongeren gaan denken; oh drie weken is normaal, ik ga ook gewoon met mijn vriend al naar bed en anders denken ze ik moet minimaal drie maanden wachten” (K).

Aanbeveling: ‘een stap verder gaan’ is uit het script verwijderd. De reden dat ze nu onveilige seks hebben is het niet bij zich hebben van een condoom.

4.3 Doelgroep

De panelleden schatten de doelgroep van de serie, op basis van het script, 14/15 tot ongeveer 18 jaar. Er wordt als indicatie de periode genoemd wanneer jongeren beginnen met uitgaan. Ze vinden dat het thema uitgaan goed aansluit bij de doelgroep en ze voelen zich aangesproken door de verhaallijnen. Sommige vrouwelijke pretest deelnemers denken dat meer meiden in de serie geïnteresseerd zullen zijn dan jongens. Zij vergelijken de soap “Goed Tijden Slechte Tijden” of de verhaallijnen van de schrijver Carrie Slea. Bekende mensen die in de series meespelen worden als trigger gezien om sneller naar de series te kijken.

Aanbevelingen: De doelgroep wordt goed ingeschat door de pretest deelnemers. De keuze voor een bekend persoon als acteur kan als veelbelovend worden gezien.

4.4 Cast

Bij het bespreken van de personages uit het script zijn de personages Jansen, Bake, DJ Slick, Lotte en Abby besproken door de respondenten. Geen van de panelleden denkt dat er een acteur is die helemaal niet geschikt is voor zijn personage.

Jansen: De deelnemers vinden Jansen leuk, maar de naam past niet bij de acteur, aangezien deze een buitenlands uiterlijk heeft.

Aanbevelingen: De cast van Jansen wordt als een positieve gezien, maar het is belangrijk de naam van Jansen te veranderen, aangezien deze momenteel niet bij het karakter aansluit.

Bake: De pretest deelnemers hebben vooral opmerkingen over het onserieuze gedrag van Bake: In de casting video komt hij vooral in het begin niet zo serieus over. Dat zou voor de rol niet goed zijn. De

acteur roept verschillende meningen op: Vooral de manlijke respondenten denken dat hij een goede keuze voor Bake is. Anderen denken dat hij niet echt het type 'player' is.

Aanbevelingen: Het is belangrijk dat de acteur serieus overkomt en een type 'player' belichaamt.

DJ Slick: Het personage DJ Slick is alleen door de pretest groep uit Gouda besproken. De panelleden hebben nooit van Dem Slackers gehoord en zij vinden dat hij er ook niet uit ziet als een echte DJ. Twee jongens vinden dat hij er uit ziet als een 'sulletje'.

Aanbevelingen: Dem Slackers moet in zijn rol als DJ Slick hipper en cooler overkomen, zodat de jongeren hem aantrekkelijker vinden.

Lotte en Abbesynia: Alle respondenten hebben de mening dat de acteurs voor Abby en Lotte heel goed bij de karakters passen.

Aanbevelingen: De acteurs voor Abby en Lotte zijn zonder problemen geschikt voor de serie.

4.5 Hyves

De panelleden zitten vooral op Facebook, Hyves en Twitter. Drie van de tien respondenten zegt nog actief te zijn op Hyves. Er zijn twijfels over dat Hyves door veel jongeren van 15 tot 18 jaren nog gebruikt wordt. De meerderheid van de deelnemers denkt dat veel jongere onder 15 jaar vooral Hyves gebruiken, oudere jongeren zitten nu ook vaak op Facebook.

Aanbevelingen: Het zou een goede optie zijn erover na te denken de serie niet op Hyves te plaatsen, maar op een "dedicated server" met een website, zodat de serie dan door alle jongeren te bekijken is en niet alleen door Hyves leden. Hyves, Facebook, Twitter en andere communities zouden in dit geval dan gebruikt kunnen worden om de kijkers naar de webpagina van SOUNDBITES te sturen.

Het idee dat de kijkers van SOUNDBITES kans maken op een DJ-cursus vinden de panelleden niet erg aantrekkelijk.

Aanbeveling: Zoals de panelleden voorstelden, zou het een goed idee zijn kans om de prijs te veranderen in kaartjes voor een dansfeest met een aantal beste vrienden.



Peperstraat 35
2801 RD Gouda
0182-549445
www.media-gezondheid.nl

SOAIDS



Netherlands Institute of
Mental Health and Addiction

