



Hogeschool van Amsterdam

Creative Business



## INSPIRATIONVERSLAG

Nathalie Barij  
500848554  
GroenM151

Module: Onderzoek & Inspiration  
Docent: P.van Lier  
Datum: 02-11-2020



## Voorwoord

Dit verslag is gemaakt in opdracht van het WWF en de Hogeschool van Amsterdam. Eerstejaars studenten van de opleiding Creative Business hebben de opdracht gekregen om een activerende YouTube video te maken voor kinderen tussen de 10 en 12 jaar. De doelgroep moest geïnformeerd worden over ontbossing om in actie te kunnen komen. Hiervoor moest er onderzoek gedaan worden om inspiratie op te kunnen doen voor de video.

Ik wil allereerst Peter van Lier graag bedanken voor de begeleiding en de inzet tijdens de online lessen. Dankzij hem heb ik antwoorden kunnen krijgen op mijn vragen die mij verder hielpen voor het onderzoeken en het opdoen van inspiratie voor dit verslag. Daarnaast wil ik ook natuurlijk Aleksander en Michael bedanken. Jullie hebben veel verteld over jullie wensen en behoeften voor het maken van een activerende YouTube video en mij op vele ideeën kunnen brengen.

Dit verslag is bestemd voor P.van Lier en voor de opdrachtgever: het WWF.

Nathalie Barij – Creative Business student op de Hogeschool van Amsterdam



## Inhoud

Management summary	4
1 Voorbereiding	5
1.1 Opdracht	5
1.2 Aanleiding	5
1.3 Doel	5
1.4 Ontwerpvrage + deel	5
1.5 Opzet inspiratiefase	5
2 Inspiratie BIEB	6
2.1 Opzet en aanpak	6
2.2 Resultaten	6
2.2.1 Opdracht & opdrachtgever	6
2.2.2 Doelgroep	6
2.2.3 Vakkennis	7
2.2.4 Best practices	8
2.3 Ontwerpcriteria BIEB	9
2.3.1 Inhoud	9
2.3.2 Vorm	9
2.3.3 Techniek	9
3 Inspiratie VELD	10
3.1 Opzet en aanpak	10
3.2 Resultaten interviews	10
3.2.1 Inhoud	10
3.2.2 Vorm	11
3.2.3 Techniek	11
3.3 Ontwerpcriteria BIEB + VELD	12
3.3.1 Inhoud	12
3.3.2 Vorm	12
3.3.3 Techniek	12
4 Creatief concept	13
4.1 Creatief concept 1	13
4.2 Creatief concept 2	14
Reflectie	15
Bronnenlijst	16
I. Verdeling steekproef groep	17
II. Definitieve topiclijst	18
III. Transcriptie interview 1 & 2	20



## MANAGEMENT SUMMARY

In de afgelopen weken ben ik inspiratie gaan opdoen voor het maken van een activerende video over ontbossing. Dit was in opdracht van het WWF voor de doelgroep kinderen 10 t/m 12 jaar. Om inspiratie op te kunnen doen heb ik onderzoek gedaan. Als eerst deed ik dat in de BIEB-fase. Hierin was ik op zoek naar informatie over het WWF, de doelgroep, YouTube en bekeek ik twee YouTube video's van bekende content makers onder deze doelgroep. Daarna ben ik onderzoek gaan doen in de VELD-fase. Hierin interviewde ik twee kinderen die bij de doelgroep behoren en probeerde ik zo veel mogelijk informatie te krijgen over hun wensen en behoeften bij het maken van een activerende video.

Het WWF is een organisatie dat zich volledig inzet voor de natuur. Hun doel is om mensen in actie te laten komen om op die manier de dieren en het klimaat te helpen. Ze hebben een groot publiek en richten zich vooral ook op kinderen. Aangezien kinderen de toekomst in hun handen hebben is het belangrijk ze te informeren over de problemen die zich momenteel afspelen. Een van die problemen is ontbossing. Kinderen moeten bewuster worden van dit probleem en in actie komen om ontbossing zoveel mogelijk te kunnen voorkomen. Het WWF is hier dagelijks mee bezig en hoopt zoveel mogelijk kinderen, jongeren maar ook volwassenen en ouderen te kunnen activeren om de natuur een handje te helpen.

De doelgroep kinderen 10 tot 12 jaar is een zeer bijzondere doelgroep. Ze hebben vanaf hun geboorte al een digitale footprint ontwikkelt. Deze kinderen groeien op in een wereld die constant veranderd en maken veel gebruik van sociale media. Deze doelgroep is leergierig en pakken informatie vrij snel op, vooral op internet. Maar het blijft ook een doelgroep dat naast sociale media ook gewoon van spelen houdt. Ze doen veel aan sport en spelen graag spelletjes. Ze houden van verzamelen en uitgedaagd te worden. Daarnaast houden kinderen ook veel van het kijken van YouTube video's. Alleen blijkt het maken van zo'n activerende YouTube video nog niet zo gemakkelijk. De interactie met de kijker is natuurlijk het allerbelangrijkste. De inhoud van de video moet de kinderen boeien. De video moet daarnaast ook spannend en grappig zijn. Er moeten plaatjes in verwerkt worden, maar niet op een kinderachtige manier.

De bekende content maker Dylan Haegens is dagelijks bezig met het bedenken van video's die kinderen leuk vinden om naar te kijken. In zijn video's komen veel trends voor en wordt het verhaal vertelt op een grappige manier. Iedere video heeft zo zijn eigen onderwerp, maar wat regelmatig terug komt is het bekende top 10 lijstje. Het WWF maakt ook content op YouTube met veel mooie en spannende sfeerbeelden van de natuur. In de video wordt door middel van een cartoon een vrij tragisch verhaal vertoont met verdrietige muziek. Daarna is het probleem in de video opgelost en worden er mooie kleuren en special effecten gebruikt om de video vrolijker af te sluiten.

Uit de interviews bleken de wensen en behoeften van kinderen voor het maken van een activerende YouTube video veel te verschillen. Zo komt het ene kind liever in actie voor een beloning terwijl een ander kind liever een uitdaging aan wil gaan met zijn vrienden. Wat wel overeenkomt is dat kinderen van special effecten, humor, spanning en een goede achtergrondmuziek houden en dat graag terug willen zien in de video. In hoofdstuk 4 staat het antwoord op de ontwerpvrage.



## 1 VOORBEREIDING

### 1.1 Opdracht

Het WWF start dit jaar met een grootschalig campagne over ontbossing. Ontbossing is een grote bedreiging voor de dieren, de mens en de aarde. Het WWF wilt 'generation alpha' graag bewuster maken van de problemen die ontbossing met zich meebrengen. Om dat te kunnen doen moeten eerste jaar studenten van de opleiding Creative Business van de HVA een kort filmpje maken van 2 tot 3 minuten lang. Deze film wordt gemaakt voor kinderen tussen de 10 en 12 jaar op een creatieve en leuke manier. De doelstelling van de film is om de kinderen te informeren en ze in actie te laten komen.

### 1.2 Aanleiding

De reden voor het maken van deze opdracht is om "design thinking" te introduceren aan de nieuwe Creative Business studenten. Door middel van deze opdracht leer je hoe je je creatieve brein kan inzetten om eventuele problemen op te lossen of een nieuwe concepten te creëren. Je leert hoe je inspiratie opdoet en waar je dat het beste uithaalt. Deze opdracht activeert je creativiteit.

### 1.3 Doel

Het doel van de opdracht is om kinderen van de leeftijd tussen 10 en 12 jaar zoveel mogelijk te informeren over ontbossing. De film moet bewustwording stimuleren over de problemen van ontbossing. De kinderen moeten gestimuleerd worden om deze keuzes te gaan maken in hun dagelijkse leven die beter zijn voor natuur en klimaat.

### 1.4 Ontwerp vraag + deel

De ontwerp vraag is: "Welk creatief concept voor een YouTube-video voor het WWF over ontbossing kan de doelgroep van 10 t/m 12 jaar het beste informeren en activeren?"

De deelvragen zijn:

- 1) "Wat kenmerkt de opdracht en opdrachtgever?"
- 2) "Wat kenmerkt de doelgroep?"
- 3) "Hoe maak je een activerende YouTube-video?"
- 4) "Wat kenmerkt de best practices?"
- 5) "Wat zijn de wensen en behoeften van de doelgroep?"

### 1.5 Opzet inspiratiefase

Hoe ga ik antwoord krijgen op de ontwerp vraag en op de deelvragen? In de BIEB-fase zal ik inspiratie ophalen uit bepaalde artikelen, YouTube filmpjes etc. In de VELD-fase zal ik twee kinderen interviewen. Ik ga ze hierbij vragen stellen over het WWF en over hun wensen en behoeften bij het maken van een activerende YouTube video.



## 2 INSPIRATIE BIEB

### 2.1 Opzet en aanpak

Mijn eerste inspiratie video die ik heb gekozen is een video van Dylan Haegens (2020). De video gaat over een top 10 lijstje met 10 soorten mensen die TikTok gebruiken. Ik heb deze video gekozen omdat de video meer dan 2 miljoen views heeft, wat betekent dat de video viraal is gegaan en veel clicks heeft gekregen. In deze video komen vele soorten beroemde tiktokkers voorbij zoals Celine & Michiel en Sara Dol. De kinderen die deze video kijken kunnen deze beroemde tiktokkers herkennen. De video laat dansjes die nagedaan worden en nog vele andere TikTok trends waar kinderen momenteel dagelijks mee bezig zijn.

Mijn tweede inspiratie video die ik heb gekozen is een video van het WWF (2014). De video gaat over "Seastars." Er wordt geïnformeerd over (plastic)afval dat in de oceanen terecht komt en wat de gevolgen zijn voor de vissen en andere zeedieren. Voor kinderen is dit niet alleen een informatieve video maar ook een activerende video aangezien het WWF ze overtuigt om een "ster voor de zee" te worden en mee te helpen. Ik heb deze video gekozen omdat ik benieuwd was hoe het WWF zo'n video in elkaar zet en op welke manier ze kinderen proberen te activeren.

### 2.2 Resultaten

#### 2.2.1 Opdracht & opdrachtgever

Het WWF is een wereldwijde organisatie wat verbonden staat met de natuur. Het is niet zomaar een goed doel wat om geld vraagt, het WWF wil dat mensen in actie komen om de natuur te redden en te beschermen voor de toekomst. Hun missie is om een wereld te creëren waarin mens en natuur in harmonie leven. Het WWF wil mensen activeren duurzame keuzes te maken in hun dagelijks leven. (Bossen, z.d.)

Het WWF (Bossen, z.d.) stelt dat de grote problemen van de wereld naast plastic in de oceanen en illegale handel in dieren ontbossing is. De volgende generatie zal bewuste keuzes moeten maken in hun dagelijks leven aangezien zij het behoud van de wereld in handen hebben. Het probleem is dat deze generatie niet zo goed weet wat ze moeten doen. Hiervoor heeft het WWF de HVA de volgende opdracht gegeven om kinderen tussen de 10 en 12 jaar te informeren over ontbossing. Dit moet gedaan worden door middel van een video tussen de 1 tot 3 minuten op een leuke en interessante manier waardoor de kinderen gemotiveerd raken om in actie te komen.

#### Ontwerpcriteria

- In video concrete beelden voorbeelden geven over wat de kinderen kunnen doen om ontbossing zoveel mogelijk te kunnen voorkomen
- In video concrete beelden voorbeelden geven die kinderen bewuster maken over de gevolgen van ontbossing
- In video concrete beelden laten zien hoe groot de Amazone nou eigenlijk is en hoeveel bomen er bijvoorbeeld per minuut gekapt worden

#### 2.2.2 Doelgroep

Generation Alpha is een generatie van kinderen die geboren zijn vanaf 2010 tot midden 2020. Het is een vrij nieuwe, nog steeds groeiende, generatie die al vanaf geboorte een digitale footprint ontwikkelt (Weiler, 2020). Volgens (*Digitale voetafdruk – Digitale identiteit – E-reputatie of hoe profileer je je*



online?, z.d.) bestaat de digitale footprint uit alle sporen en alle activiteiten op het internet en sociale media dat wij achterlaten en iedereen kan zien, meestal zonder het echt te beseffen. Ze groeien op in een wereld wat steeds diverser wordt en waar diversiteit juist aangemoedigd wordt. Door groeiende manieren van media verspreiding worden trends sneller overgenomen en dient dit ook als sociale controle (Weiler, 2020). Wat ook perfect bij de jeugd past. Ze zijn dagelijks actief op sociale media en leren zichzelf vele dingen aan die ze interessant vinden. Ze doen mee met de trends die zij leuk vinden en gebruiken hun creativiteit om hun eigen ideeën te delen op vele platforms zoals Instagram of TikTok. Dat betekent niet dat de kinderen alleen maar binnen zitten op hun tablet of telefoon. Kinderen gaan veel naar buiten. Ze vinden buitenspelen en sport in het algemeen leuk. Ze houden van sparen, het verzamelen van kaartjes en zakgeld en doen mee met acties van supermarkten (*Mediagebruik 9 – 12 jaar*, 2019).

Maar uit recent onderzoek (Beute & van den Berg, 2019) blijkt dat kinderen minder contact met de natuur hebben. Het is wel iets waar veel naar wordt gekeken en niet iets meer om per se te beleven. Terwijl het juist voor deze generatie ontzettend belangrijk is om erbij betrokken te zijn. Zij zijn onze laatste hoop en moeten op jonge leeftijd gestimuleerd worden het klimaat zoveel mogelijk in balans te houden. Het is belangrijk om de kinderen goed te informeren en in actie te laten komen.

#### Ontwerpcriteria

- Gebruik maken van trends van bepaalde platforms op sociale media en ze verwerken in de video
- Gebruik maken van bepaalde games zoals FIFA of Fortnite en die verwerken in de video
- Laat ze in de video niet alleen de natuur zien maar neem ze ook mee zodat ze het kunnen beleven
- Een bepaalde sport betrekken en die verwerken in de video
- In video concrete laten zien dat het heel leuk is om in de natuur te zijn

#### 2.2.3 Vakkennis

Voor het produceren van een activerende en succesvolle YouTube video komt heel wat bij kijken. (Paul, 2020) stelt dat de interactie die de kijker aangaat een onmisbare factor is. Als je kinderen van 10 tot 12 jaar een gewelddadige video laat zien met “echte” beelden zal dit alleen maar leiden tot negatieve reacties en nachtmerries. Kinderen houden bijvoorbeeld meer van animatiefilmpjes en plaatjes in video's (Mijn Kind Online, 2011). Het is daarom belangrijk om eerst goed na te denken voor welke doelgroep de video bestemd is en met die kennis in het achterhoofd de kijker als het ware naar de video toe lokken zodat erop geklikt wordt. Wat hierbij belangrijk is vooral de thumbnail. De thumbnail is de afbeelding dat door de YouTube gebruikers als eerst gezien wordt voordat ze op de video klikken. Meestal laat de thumbnail zien waar de gehele video om gaat, het is net een soort samenvatting in één foto. Het moet er aantrekkelijk uit zien want het is de eerste indruk van de kijker. Plak de logo erop en maak gebruik van tekst, maar houd het wel simpel en overzichtelijk (Worrell & van Deursen, 2017).

Volgens (Paul, 2020) is de titel van de video ook een belangrijk punt om een succesvolle video te produceren. De titel is namelijk, naast de thumbnail, hetgeen wat ook vaak als eerste of als tweede gezien wordt voordat er op de video wordt geklikt. De titel moet pakkend en origineel zijn en natuurlijk anders dan wat de concurrenten hebben. Daarnaast is het belangrijk dat de titel de video kort samenvat. Uit onderzoek blijkt dat het gebruiken van tekens zoals haakjes en brackets in de titel positief werken.

In de beschrijving van de video kunnen de kijkers lezen wat de YouTube video inhoudt. Het staat weergegeven als een soort teaser tussen de 100 tot 250 woorden. Het hoeft niet al te uitgebreid. Er kunnen ook tags gebruikt worden in de beschrijving. Dat zijn de zoekwoorden die de kijkers invoeren waardoor er een grotere kans is dat de video bovenaan staat bij de zoekresultaten.

#### Ontwerpcriteria

- Maak gebruik van animatie en plaatjes en verwerk die in de video
- Bedenk een aantrekkelijke en originele titel wat de video in een zin samenvat
- Ontwerp een simpele en overzichtelijke thumbnail
- Zet het logo en een tekst in de thumbnail



- Gebruik kleuren van het WNF en verwerk die in de video
- Maak gebruik van tags in de beschrijving van de video
- Zet een interessante korte teaser in elkaar over de video

#### 2.2.4 Best practices

##### *Inhoud*

In de video van Haegens (2020) en in de video van het WWF (2014) wordt er belangrijke informatie overgebracht voor kinderen wat momenteel belangrijk is om te delen. Hetgeen waarin de video's verschillen is dat Haegens informatie geeft over bepaalde TikTok trends en dat het WWF informatie geeft over plastic afval in de zee. Zowel in de video van het WWF als in de video van Haegens wordt de video afgesloten met hun eigen logo. In beide video's worden kinderen geactiveerd om iets te doen. Zo wordt een kind in de video van het WWF geactiveerd een "Seastar" te worden en mee te helpen om (plastic)afval in de zee te voorkomen. In de video van Haegens wordt een kind geactiveerd om een leuke comment achter te laten en zich te abonneren om merchandise te kunnen winnen.

##### Ontwerpcriteria

- Sluit de video af met het logo van het WWF
- Bedenk een originele naam voor een challenge of trend wat laat zien dat een kind ergens aan mee doet
- Geef een prijs of beloning weg aan kinderen als ze ergens aan meedoen
- Bedenk een pakkende hashtag en verwerk die aan het einde van de video

##### *Vorm*

In de video van Haegens (2020) worden 10 soorten tiktokkers laten zien door middel van een top 10 lijstje. Het wordt door middel van een sketch verteld op een grappige manier. In beide video's komen meerdere personages voor. In de video van het WWF wordt er gebruik gemaakt van Animatie terwijl in de video van Haegens alleen echte beelden gebruikt worden. Ze verschillen ook op de manier waarop ze gebruik maken van muziek. In de video van het WWF is door de hele video een vrij tragisch nummer te horen terwijl in de video van Haegens alleen maar muziek te horen is op momenten dat er niet gepraat wordt.

##### Ontwerpcriteria

- Maak gebruik van een sketch op een grappige manier
- Betrek meerdere personages in de video die voor kinderen herkenbaar zijn
- Maak gebruik van een top 10 lijstje met voorbeelden wat kinderen kunnen doen tegen ontbossing
- Gebruik muziek wat bij het verhaal van de video past
- Zet de muziek in op momenten in de video wanneer er niet gepraat wordt

##### *Techniek*

In de video van Haegens (2020) wordt veel gebruik gemaakt van geluidseffecten zoals een applaus en het bekende deuntje wanneer er een nieuw punt wordt besproken. Dit terwijl in de video van het WWF (2014) geen geluidseffecten worden gebruikt. Zowel in de video van het WWF als in de video van Haegens wordt er gebruik gemaakt van meerdere locaties. Zo wordt in de video van het WWF de oceaan en een slaapkamer gebruikt en in de video van Haegens een woonkamer en een slaapkamer. In beide video's wordt er veel gespeeld met de camera en zijn er o.a close-ups en totaal shots te zien.

##### Ontwerpcriteria

- Maak gebruik van geluidseffecten
- Laat meerdere locaties in de video zien die passen bij het verhaal





- Maak gebruik van special effects

## 2.3 Ontwerpcriteria BIEB

### 2.3.1 Inhoud

- In video concrete beelden voorbeelden geven over wat de kinderen kunnen doen om ontbossing zoveel mogelijk te kunnen voorkomen
- In video concrete beelden voorbeelden geven die kinderen bewuster maken over de gevolgen van ontbossing
- In video concrete beelden laten zien hoe groot de Amazone nou eigenlijk is en hoeveel bomen er bijvoorbeeld per minuut gekapt wordt
- In video concrete laten zien dat het heel leuk is om in de natuur te zijn
- Een bepaalde sport betrekken en die verwerken in de video
- Sluit de video af met het logo van het WWF
- Bedenk een originele naam voor een challenge of trend wat laat zien dat een kind ergens aan mee doet
- Geef een prijs of beloning weg aan kinderen als ze ergens aan meedoen
- Maak gebruik van een top 10 lijstje met voorbeelden wat kinderen kunne doen tegen ontbossing
- Verwerk de doelgroep zelf (als figuranten) in de video zodat ze zichzelf kunnen herkennen

### 2.3.2 Vorm

- Gebruik maken van trends van bepaalde platforms op sociale media en ze verwerken in de video
- Gebruik maken van animatie en plaatjes en die verwerken die in de video
- Gebruik maken van bepaalde games zoals FIFA of Fortnite en die verwerken in de video
- Gebruik muziek wat bij het verhaal van de video past
- Betrek meerdere personages in de video die voor kinderen herkenbaar zijn
- Maak gebruik van een sketch op een grappige manier
- Bedenk een pakkende hashtag en verwerk die aan het einde van de video

### 2.3.3 Techniek

- Laat ze in de video niet alleen de natuur zien maar neem ze ook mee zodat ze het ook kunnen beleven
- Het maken van een aantrekkelijke en originele titel wat de video in een zin samenvat
- Ontwerp een simpele en overzichtelijke thumbnail
- Gebruik kleuren van het WWF en verwerk die in de video
- Verwerk het logo van het WWF en een stukje tekst in de thumbnail
- Maak gebruik van tags in de beschrijving van de video
- Zet een interessante korte teaser in elkaar over de video
- Maak gebruik van geluidseffecten
- Laat meerdere locaties in de video zien die passen bij het verhaal
- Maak gebruik van special effects
- Zet de muziek in op momenten in de video wanneer er niet gepraat wordt



### 3 INSPIRATIE VELD

#### 3.1 Opzet en aanpak

Voordat ik ging beginnen aan de VELD-fase heb ik eerst al het ontwerpcriteria dat ik in de BIEB-fase geschreven had gecontroleerd. Dit heb ik gedaan om te zien of deze goed te gebruiken waren voor de interviews. Daarna begon ik met het mind mappen en het bedenken van onderwerpen voor de voorlopige topiclijst. De topiclijst bestaat uit hoofdt topics, sub topics en doorvragen. De hoofdt topics zijn onder te verdelen in inhoud, vorm en techniek. De sub topics bestaan uit het WWF, YouTube video's en TikTok. Ik heb deze gebruikt omdat ik erachter wilde komen wat kinderen al van het WWF weten en wat hun wensen en behoeften zijn bij het maken van YouTube video's. Daarnaast was ik ook erg benieuwd wat ze vinden van de app TikTok omdat dat platform uiteindelijk verwerkt wordt in de video. Na een paar aanpassingen was de definitieve topiclijst af. (Zie bijlage)

Allereerst interviewde ik een jongen genaamd Alexander. Hij is 11 jaar oud en weet veel over film en YouTube omdat hij later graag acteur wil worden. Het interview is afgenomen op 22-10-2020. Het tweede interview heb ik afgenomen met Michael. Hij is 10 jaar oud en een echte dieren liefhebber. Hij wil later bioloog of wetenschapper worden. Het interview is afgenomen op 23-10-2020. Beide interviews zijn afgenomen in een vertrouwde omgeving, namelijk bij hen thuis. Daarna heb ik de interviews uitgetypt (zie bijlage) en gecodeerd. De gecodeerde stukken heb ik uiteindelijk verwerkt in de resultaten van paragraaf 3.2

#### 3.2 Resultaten interviews

##### 3.2.1 Inhoud

Uit beide interviews blijkt dat de respondenten wel eens van het WWF gehoord hadden en wisten ze waarvoor het WWF in actie komt. Zo zegt Alexander (11): "Het WWF is een afkorting van het wereld natuur fonds, dat zich voor bedreigde dieren en andere milieuproblemen inzet." Daar denkt Michael (10) hetzelfde over. Zowel Alexander (11) als Michael (10) weten wat ontbossing inhoudt en dat bomen belangrijk zijn voor de wereld. Zo vertelt Michael (10): "Ik vind ze wel belangrijk omdat het ook de woonplaats is voor de dieren. En als het dan gekapt wordt hebben de dieren geen plek om te slapen of te eten en kunnen ze daardoor doodgaan". Maar de respondenten verschillen wel op de manier waarop ze denken ontbossing tegen te kunnen gaan. Zo stelt Alexander (11): "Een website maken en dan een inzameling actie maken van geld". En Michael (10): "Ik denk dat mensen minder papier moeten gebruiken zodat er minder bomen worden gekapt en ik denk dat er meer regels moeten komen dat je niet zomaar heel veel bomen mag kappen". Alexander (11) en Michael (10) verschillen ook op de manier waarop ze getriggerd worden in actie te komen. Michael (10) zou sneller in actie komen door een challenge of trend te doen en zegt: "Omdat het leuk is om dan met je vrienden de uitdaging te doen". Terwijl Alexander (11) sneller in actie zou komen als hij een beloning zou krijgen en zegt: "Ik doe eigenlijk wat ik vind en niet wat heel veel jongens en mijn vrienden vinden". Beide respondenten vinden een video te kinderachtig worden als er veel kinderspeelgoed in te zien is en te veel animatie.

##### Ontwerpcriteria inhoud

- Gemakkelijke voorbeelden geven waarop ontbossing tegen gegaan kan worden
- Zowel een challenge als een beloning in de video te verwerken
- Geen kinderspeelgoed in de video laten terugkomen



- Gebruik niet te veel animatie

### 3.2.2 Vorm

Alexander (11) geeft aan dat hij liever naar een grappige video kijkt dan een spannende. Alexander (11) zegt: “Ja met een spannende moet je vaak heel lang wachten totdat eindelijk het echte moment komt en met een grappige krijg je gewoon gelijk iets grappigs”. Terwijl Michael (10) aangeeft dat hij juist liever een spannende video kijkt omdat hij dat interessanter vindt en graag wil schrikken. Beide respondenten geven aan dat ze zowel echte beelden als animatie leuk vinden om naar te kijken. Daarnaast geven Alexander (11) en Michael (10) beide aan dat de achtergrondmuziek in de video een belangrijk punt is, vooral op stille momenten. Zo zegt Alexander (11): “Als er veel stille momenten zijn zou ik wel graag willen dat er een beetje een klein achtergrondmuziekje te horen is”. Beide respondenten vertelden dat TikTok een zeer populaire app is en veel gebruikt wordt door vrienden en vriendinnetjes om hun heen. Maar ze hebben wel beide de app verwijderd omdat ze het zelf niet zo veel gebruikten. Michael (10) zegt: “Nee ik heb de app niet want ze zeiden ook dat het best wel gevaarlijk is op het nieuws. Ik heb het dus verwijderd want ik gebruikte het toch niet zo vaak”. Maar vanuit de gekozen top 3 ontwerpcriteria komt wel naar boven dat het verwerken van TikTok in de video een goede zet is omdat het volgens de respondenten een populaire app is en de aandacht van veel kinderen zal gaan trekken.

#### Ontwerpcriteria vorm

- Verwerk zowel grappige als spannende momenten in de video
- Maak gebruik van echte beelden met echte mensen maar gebruik ook stukjes animatie
- Maak gebruik van achtergrondmuziek, vooral op stille momenten
- Verwerk de app TikTok in de video

### 3.2.3 Techniek

Beide respondenten geven aan dat kleur een belangrijk punt is omdat dat volgens hun de aandacht trekt. Michael (10) zegt: “Nee, ik vind de kleuren zo best wel leuk. Behalve de kleuren aan de voorkant die mogen wel iets feller”. Alexander (11) zegt: “Het moet weer niet te fel zijn”. De kleuren in de video moet goed opvallen en een goede balans hebben maar mogen niet te fel zijn. Beide respondenten geven aan dat ze liever een video willen zien met veel verschillende beelden en speciale effecten in plaats van een video waarin alleen informatie voor de camera verteld wordt. Alexander (11) geeft als verklaring: “Omdat ik het anders te saai vind.” Beide respondenten geven als tip om een pakkende en originele titel te bedenken voor de video. Michael (10) stelt daarbij: “De titel moet kort en makkelijk te lezen zijn”. Daarnaast geeft Alexander (11) als tip om geen donkere achtergrond te gebruiken in de video zodat alles goed te zien is. Michael (10) geeft ook nog als tip om de video een goede verhaallijn te geven zodat het makkelijk te volgen is en dat het wel een beetje spannend mag zijn omdat de kinderen dan geactiveerd kunnen worden.

#### Ontwerpcriteria

- Kleuren opvallend maken maar niet te fel
- Maak gebruik van veel verschillende beelden en speciale effecten
- Bedenk een pakkende en originele titel
- Maak de titel kort en makkelijk leesbaar
- Gebruik geen donkere achtergrond
- Geef de video een goede verhaallijn dat makkelijk te volgen is
- Maak de video een beetje spannend



### 3.3 Ontwerpcriteria BIEB + VELD

#### 3.3.1 Inhoud

1. In video concrete beelden gemakkelijke voorbeelden geven over wat de kinderen kunnen doen om ontbossing zoveel mogelijk te kunnen voorkomen
2. In video concrete beelden voorbeelden geven die kinderen bewuster maken over de gevolgen van ontbossing
3. Maak gebruik van een top 10 lijstje met voorbeelden wat kinderen kunnen doen tegen ontbossing of laat het zien door middel van een vlog
4. In video concrete beelden laten zien hoe groot de Amazone nou eigenlijk is en hoeveel bomen er bijvoorbeeld per minuut gekapt wordt
5. In video concrete laten zien dat het heel leuk is om in de natuur te zijn
6. Bedenk een originele naam voor een challenge waar kinderen aan mee kunnen werken als uitdaging
7. Geef een prijs of beloning weg aan kinderen als ze ergens aan meedoen
8. Geen kinderspeelgoed in de video laten terugkomen
9. Gebruik niet te veel animatie
10. Sluit de video af met het logo van het WWF
11. ~~Verwerk de doelgroep zelf in de video zodat ze zichzelf kunnen herkennen~~
12. ~~Een bepaalde sport betrekken en die verwerken in de video~~

#### 3.3.2 Vorm

1. Gebruik maken van trends van bepaalde platforms op sociale media en ze verwerken in de video
2. Gebruik maken van animatie en plaatjes maar ook echte beelden met echte mensen
3. Verwerk zowel grappige als spannende momenten in de video
4. Gebruik muziek wat bij het verhaal van de video past
5. Bedenk een pakkende hashtag en verwerk die aan het einde van de video zodat kinderen in actie komen
6. Maak gebruik van achtergrondmuziek, vooral op stille momenten
7. Verwerk de app TikTok in de video
8. Gebruik maken van bepaalde games als voorbeeld zoals FIFA of Fortnite en die verwerken in de video voor het geven van belangrijke informatie
9. ~~Betrek meerdere personages in de video die voor kinderen herkenbaar zijn~~
10. ~~Maak gebruik van een sketch op een grappige manier~~

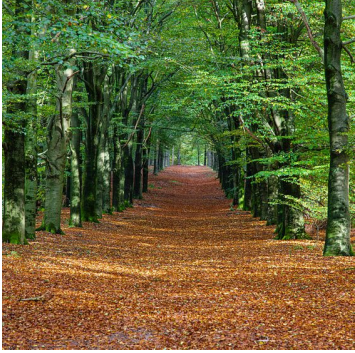

#### 3.3.3 Techniek

1. Het maken van een aantrekkelijke en originele titel wat de video in een zin samenvat dat kort en makkelijk leesbaar is
2. Gebruik opvallende kleuren van het WNF en verwerk die in de video (maar niet te fel)
3. Gebruik geen donkere achtergrond
4. Maak gebruik van geluidseffecten
5. Laat meerdere locaties in de video zien die passen bij het verhaal
6. Maak gebruik van speciale effecten en veel verschillende beelden
7. Verwerk het logo van het WNF en een stukje tekst in de thumbnail
8. Geef de video een goede verhaallijn dat makkelijk te volgen is
9. ~~Laat ze in de video niet alleen de natuur zien maar ze ook meenemen zodat ze het ook kunnen beleven~~
10. ~~Ontwerp een simpele en overzichtelijke thumbnail~~
11. ~~Maak gebruik van tags in de beschrijving van de video~~



## 4 CREATIEF CONCEPT




### 4.1 Creatief concept 1

TEMPLATE CREATIEF CONCEPT	
Idee: Een korte dans waar kinderen aan mee kunnen doen als uitdaging.	
Visuals:	
	
Toelichting: In de video wordt een speciale dans gecoreografeerd door middel van de populaire app TikTok wat bij het onderwerp ontbossing past. De dans duurt ongeveer 15 seconden waar kinderen aan mee kunnen doen als uitdaging. De kinderen filmen de TikTok in de natuur (bijvoorbeeld in een bos) waarin ze de dans dansen en posten met een bepaalde hashtag. Dit zorgt ervoor dat de kinderen in de natuur lol gaan maken wat ervoor zorgt dat kinderen bewuster worden van het feit dat je buiten ook met sociale media bezig kunt zijn én dat dan ook erg leuk is. Hierdoor kunnen ze gemotiveerd en geactiveerd worden om ontbossing tegen te gaan omdat ze zich realiseren dat de natuur om hun heen belangrijk is.	

ONTWERPCRITERIA
Ontwerpcriteria die ik heb gebruikt bij het creëren van mijn creatief concept:
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Bedenk een originele naam voor een challenge waar kinderen aan mee kunnen werken als uitdaging</li><li>2. Gebruik maken van trends van bepaalde platforms op sociale media en ze verwerken in de video</li><li>3. Verwerk de app TikTok in de video</li><li>4. Bedenk een pakkende hashtag en verwerk die aan het einde van de video zodat kinderen in actie komen</li><li>5. In video concrete laten zien dat het heel leuk is om in de natuur te zijn</li></ol>



## 4.2 Creatief concept 2

TEMPLATE CREATIEF CONCEPT	
Idee: Door middel van een lijstje tip en tricks te laten zien wat kinderen kunnen doen om in actie te komen tegen ontbossing.	
Visuals:	
	
 shutterstock.com • 1081269524	
Toelichting: In de video worden er, door middel van een top (10) lijstje, allerlei voorbeelden gegeven wat kinderen kunnen doen om ontbossing tegen te gaan. Dit wordt gedaan door tips en tricks te delen die kinderen zelf in hun dagelijkse leven kunnen toepassen. De informatie moet op een leuke, grappige maar ook een spannende manier worden overgebracht. Daarnaast zullen er o.a. plaatjes en speciale effecten in de video voorbij moeten komen. Dit zorgt ervoor dat de kinderen de informatie boeiend blijven vinden en gemotiveerd raken om ook echt mee te werken.	

ONTWERPCRITERIA
Ontwerpcriteria die ik heb gebruikt bij het creëren van mijn creatief concept:
<ol style="list-style-type: none"><li>1. In video concrete beelden gemakkelijke voorbeelden geven over wat de kinderen kunnen doen om ontbossing zoveel mogelijk te kunnen voorkomen</li><li>2. Maak gebruik van een top 10 lijstje met voorbeelden wat kinderen kunnen doen tegen ontbossing of laat het zien door middel van een vlog</li><li>3. Gebruik maken van animatie en plaatjes maar ook echte beelden met echte mensen</li><li>4. Maak gebruik van speciale effecten en veel verschillende beelden</li><li>5. Verwerk zowel grappige als spannende momenten in de video</li></ol>



## REFLECTIE

Als ik mijn creatieve proces moet gaan vergelijken bij het starten van deze module en nu, dan merk ik dat ik een grote vooruitgang heb gemaakt. In het begin wist ik niet zo goed hoe ik inspiratie op moest doen en was ik meer bezig met informatie opzoeken. Daarna werd het veel duidelijker voor mij waar ik nou precies inspiratie uit kon halen en hoe ik dat kon gaan gebruiken voor mijn creatieve proces. Iets wat ik zeker mee ga nemen in de volgende creatieve processen is inspiratie halen uit anderen. Hierbij bedoel ik bijvoorbeeld het vergelijken en bekijken van bepaalde werken van allerlei content makers. In een vervolgonderzoek zal ik ook meer inspiratie willen halen uit cijfers en statistieken van bepaalde onderzoeken.

Bij het interviewen heb ik niet alle antwoorden kunnen krijgen die ik graag wilde hebben, maar had ik wel voldoende informatie om ermee aan de slag te kunnen gaan. Ik had nog veel meer wensen en behoeften van de kinderen willen weten bij het maken en het bekijken van YouTube video's. Een tip die ik mijzelf daarmee geef is om de volgende keer de vragen iets simpeler te stellen zodat de kinderen het op een concrete manier kunnen beantwoorden. Qua onderzoekstechnieken had ik ook graag een enquête willen gebruiken om daarmee standaardvragen te stellen voor een grotere groep. Daaruit zou ik dan een beter beeld kunnen krijgen wat nou echt de verschillen en overeenkomsten zijn.





## BRONNENLIJST

- Beute, F., & van den Berg, A. (2019). *Geef kinderen de natuur (terug)*. Natuurmonumenten, 's Graveland. <http://www.agnesvandenbergh.nl/whitepaper2019.pdf>
- Bossen. (z.d.). WWF. Geraadpleegd 1 oktober 2020, van [https://www.wwf.nl/?utm\\_expid=.2Sx3MF6RTPODzXHcx3sSGQ.0&utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F](https://www.wwf.nl/?utm_expid=.2Sx3MF6RTPODzXHcx3sSGQ.0&utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F)
- Digitale voetafdruk – Digitale identiteit – E-reputatie of hoe profileer je je online?* (z.d.). Childfocus. Geraadpleegd 2 oktober 2020, van <https://www.childfocus.be/nl/preventie/veilig-internetten/ouders/jongeren-en-sociale-netwerken/digitale-voetafdruk-digitale>
- Mediagebruik 9 – 12 jaar*. (2019, 3 december). Opvoeden. <https://www.opvoeden.nl/mediagebruik-9-12-jaar-5827/>
- Mijn Kind Online. (2011). *kinderen en online video*. Mijn digitale wereld. [https://www.kennisnet.nl/mijnkindonline/files/Kinderen\\_en\\_Online\\_video\\_4-12\\_jaar.pdf](https://www.kennisnet.nl/mijnkindonline/files/Kinderen_en_Online_video_4-12_jaar.pdf)
- Paul, M. (2020, 16 januari). *YouTube SEO in 2020: met deze tips worden jouw video's goed gevonden*. Scherponline. <https://www.scherponline.nl/youtube-seo-in-2020-met-deze-tips-worden-jouw-videos-goed-gevonden/>
- Weiler, R. (2020, 30 januari). *Baby's geboren tussen 2010 en 2025: 6 weetjes over 'Generation Alpha'*. Jmouders. <https://www.jmouders.nl/ba6-weetjes-over-generation-alpha/>
- Worrell, L., & van Deursen, M. (2017, 9 maart). *Social video: zo verleid je jongeren met YouTube [onderzoek]*. Frankwatching. <https://www.frankwatching.com/archive/2017/03/09/social-video-zo-verleid-jongeren-youtube-onderzoek/>
- (2014, 22 april). *WNF-commercial: Seastars: De WNF Oceanen Campagne - lange versie*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=xCaFnepIXRo>
- (2020, 12 juni). *10 SOORTEN MENSEN OP TIKTOK!* YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=7-ZDoZ\\_4dq8](https://www.youtube.com/watch?v=7-ZDoZ_4dq8)





## I. VERDELING STEEKPROEF GROEP

Kolom1	Student	Naam respondent	Geslacht	Leeftijd	Woonplaats	Contactgegevens (mail of telefoonnummer)
Respondent 1	Rosa Doppenberg	Aren Grevengoed	1	12	Putten	
Respondent 2	Rosa Doppenberg	Noah de Kloe	1	11	Putten	
Respondent 3	Kaylee Thepass	Ché Thepass	2	11	Nieuwegein	
Respondent 4	Kaylee Thepass	Glenn Gerritsen	1	11	Houten	
Respondent 5	David Mouw	Milan Grift	1	12	Putten	
Respondent 6	David Mouw	Anna Westland	2	11	Putten	
Respondent 7	Justin de Bruin	Agatha Pretorius	2	11	Harderwijk	
Respondent 8	Justin de Bruin	Marit van de Koot	2	12	Putten	
Respondent 9	Nathalie barij	Aleksander Kielar	1	11	Vathorst	
Respondent 10	Nathalie barij	Michael Tickton	1	10	Soesterberg	
Respondent 11	Kaylie Gvozdenovic	Nick Gvozdenovic	1	10	Zeewolde	
Respondent 12	Kaylie Gvozdenovic	Thijs Schillemans	1	11	Zeewolde	
Respondent 13	Danny Hofland	Feline de Groot	2	11	Nijkerkerveen	
Respondent 14	Danny Hofland	Samara de Groot	2	11	Nijkerkerveen	
Respondent 15	Selina Bout	Ryan	1	12	Zeewolde	
Respondent 16	Selina Bout	Roos Liefhebber	2	12	Zeewolde	
Respondent 17	Frédérique Sleijster	Lysan Hoving	2	12	Zeewolde	
Respondent 18	Frédérique Sleijster	Carmen Weima	2	12	Zeewolde	

Verdeling geslacht		
Man	9	50%
Vrouw	9	50%
Totaal	18	100%

Verdeling leeftijd		
10	2	11%
11	9	50%
12	7	39%
Totaal	18	100%



## II. DEFINITIEVE TOPICLIJST

Introductie: Mijn naam is Nathalie Barij en ik studeer de studie Creative Business aan de Hogeschool van Amsterdam. Op dit moment ben ik bezig met een opdracht van het WWF waarvoor ik een activerende YouTube video moet maken voor kinderen tussen de 10 en 12 jaar. Door middel van dit interview ga ik proberen achter te komen wat jij al allemaal van het WWF weet en wil ik graag jouw voorkeuren en meningen horen over YouTube en het maken van een activerende video. Alles wat jij mij verteld is eventueel anoniem en neem ik op zodat ik het later terug kan luisteren.

### Hoofdtopic: Inhoud

Openingsvraag: **Heb je wel eens van de organisatie WWF gehoord?**

Sub topic: WWF

- Wat weet je allemaal van het WWF? Bijvoorbeeld wat ze doen en voor wie ze in actie komen?
- Heb je wel eens gehoord van het Amazonegebied en weet je daar iets van?
- Wat weet je allemaal over ontbossing? Kan je mij daar iets over vertellen?
- Heb je enig idee waarom bossen zo belangrijk zijn?
- Hoe denk je dat de wereld ontbossing kan tegen gaan? Wat moeten mensen daarvoor doen?
- Denk je dat school jou genoeg informatie verteld over ontbossing of heb je meer over het onderwerp geleerd door andere manieren?
- Ben je zelf ooit eens in actie gekomen om de natuur een handje te helpen? (Zoals minder vlees eten en een boom planten)
- Heeft de video van het WWF jou nu meer inzicht gegeven over de problemen die de zeedieren hebben? In de video van het WNF stond op het einde een ster te worden en mee te helpen..zou je dat ook echt willen doen?

Sub topic: Video's

- Kijk je vaak YouTube video's? En hoeveel video's kijk je dan per dag?
- Wat voor soort video's vind je leuk om naar te kijken? (Denk aan gamevideo's, vlogs, tutorials, pranks)
- Wat voor soort video's vind je echt helemaal niet leuk om te zien en waarom?
- Wie is je favoriete YouTuber en waarom?
- Heeft een video jou ooit in actie laten komen (en waarom kwam je toen in actie)?
- Zou je sneller in actie komen om iets te gaan doen als het een challenge/trend is of als je er een beloning voor krijgt en waarom?
- Wat maakt een video voor jou te kinderachtig?

### Hoofdtopic: Vorm

Openingsvraag: **Vind je het leuker om een grappige video te kijken of een spannende video en waarom?**

Sub topic: Film en TikTok

- Zou je liever een video willen kijken met animatie of met echte mensen? Waarom?
- Wil je liever dat er in de video gesproken wordt of wil je liever dat je teksten moet lezen en waarom?
- Wat vind je ervan als Youtubers een sketch maken en personages spelen?
- In de video van Dylan Haegens wordt er niet vaak muziek gebruikt, vind je dat storend of maakt dat voor jou niet uit?
- Vind je het over het algemeen eigenlijk belangrijk als er muziek wordt gebruikt in een video?
- Ken je de app TikTok? Wat vind je van die app/ gebruik je die app veel?



- Gebruiken klasgenootjes? Vrienden om je heen veel gebruik van Tiktok?

### Hoofdtopic: Techniek

Openingsvraag: **Welke van de twee video's spreekt je het meeste aan en waarom?**

Sub topic: YouTube video's

- Op welke video zou je sneller klikken?
- Welke thumbnail vind je er leuker uitzien en waarom?
- Heb je wel eens op een video geklikt omdat de titel misleidend was? (klikbait)
- Heb je liever dat de hoofdpersoon stil staat in de video en zijn verhaald deelt of vind je het leuker als er veel beelden te zien zijn met special effects etc?
- (video van Dylan Haegens) Zou je ook echt een comment achterlaten om de merchandise te winnen? Waarom?
- Heb je verder nog vragen of iets toe te voegen hoe jij een video leuk zou maken naar jou smaak?



### III. TRANSCRIPTIE INTERVIEW 1 & 2

Dit interview is samen met Alexander Kielar afgenomen. Hij is 11 jaar oud en woont in Vathorst. Het interview vond plaats op donderdag 24 oktober 2020. Het interview is afgenomen door Nathalie Barij.

**Interviewer:** Heb je wel eens van de organisatie WWF gehoord?

**Alexander:** Ja.

**Interviewer:** En wat weet je allemaal van het WNF?

**Alexander:** Dat het een afkorting is van het wereld natuur fonds, dat het zich voor bedreigde dieren en andere milieu problemen inzet.

**Interviewer:** Weet je ook voor wie ze in actie komen?

**Alexander:** Voor de dieren.

**Interviewer:** Heb je wel eens van het Amazonegebied gehoord?

**Alexander:** Ja dat is in Brazilië en nog in een paar andere landen in Zuid-Amerika.

**Interviewer:** Weet je ook wat er allemaal gebeurt in het Amazonegebied?

**Alexander:** Daar worden bomen gekapt.

**Interviewer:** Wat weet je eigenlijk over die ontbossing? Kan je mij daar iets over vertellen?

**Alexander:** Volgens mij kwam er een president aan de macht in Brazilië en daar zit het grootste deel van het Amazonegebied, en toen ging die bomen kappen.

**Interviewer:** Heel goed, en de bomen die gekapt worden is een best wel groot probleem. De bossen zijn natuurlijk belangrijk voor ons. Heb je enig idee waarom bossen of bomen nou eigenlijk zijn voor ons?

**Alexander:** Omdat bomen ons en andere planten ons zuurstof geven. Door een bepaald proces maar ik ben vergeten hoe dat heet.

**Interviewer:** Hoe denk jij dat de wereld ontbossing kan tegengaan? Want er zijn heel veel soorten manieren maar hoe zou jij dat doen en hoe zou jij dat aanpakken?

**Alexander:** Dat ligt eraan wat je wilt doen met de bomen die worden gekapt.

**Interviewer:** Dat klopt, maar zou je dan bijvoorbeeld geld in willen zamelen of een petitie tekenen? Wat denk je dat je het beste kan doen op jou leeftijd?

**Alexander:** Een website maken en dan een inzameling actie maken van geld.

**Interviewer:** Denk je dat school jou genoeg informatie heeft vertelt over ontbossing? Ik zie nu dat je er heel veel van weet maar hoe weet jij dit allemaal? Komt dat door school of leer je dit vanuit jezelf?

**Alexander:** Ik kijk veel naar het NOS jeugdjournaal en andere historici.

**Interviewer:** Dus daarvan heb je het allemaal kunnen leren?

**Alexander:** Ja.

**Interviewer:** Ben je zelf al eens in actie gekomen om de natuur een handje te helpen?

**Alexander:** Ik denk het niet.

**Interviewer:** Heeft de video van het WNF over de Seastars jou meer inzicht geven over de problemen die zeedieren eigenlijk hebben?

**Alexander:** Nee niet echt. Het was meer een soort cartoon voor mij over die vissen.

**Interviewer:** Dus het was meer een soort amuserende video voor jou in plaats van een activerende of informerende video?

**Alexander:** Ja.

**Interviewer:** Goed dan ga ik je nog wat vragen stellen over YouTube en video's. Kijk je eigenlijk vaak YouTube video's?

**Alexander:** Ja.

**Interviewer:** En als je heel eerlijk moet zijn hoeveel video's kijk je dan per dag? Zijn het er heel veel of valt het wel mee?



**Alexander:** Het zijn er niet weinig, maar het zijn er ook niet heel veel denk ik. Misschien zijn het er toch gewoon heel veel. Ik denk tussen de vijftien twintig per dag.

**Interviewer:** En wat voor soort video's vind je leuk om te kijken?

**Alexander:** Meestal wat recommended voor mij is. Daar staan wel vaak leuke dingen bij. Maar ik zou wel sneller een gamevideo kijken.

**Interviewer:** Dus game video's vind je wel leuk om te zien?

**Alexander:** Ja degene die ik leuk vind wel.

**Interviewer:** En wat voor soort video's vind je helemaal niet leuk om te kijken?

**Alexander:** Make-up video's. En video's waarin ze alleen maar dingen in gaan vertellen.

**Interviewer:** Dus alleen maar gewoon stomweg informatie geven?

**Alexander:** Ja van die YouTube video's waarin ze zeggen van "ja, en toen dat en toen dit." Dat vind ik niet zo leuk. Als een YouTuber alleen voor de camera staat en alleen maar een verhaal verteld vind ik dat wel saai.

**Interviewer:** Wie is je favoriete Youtuber?

**Alexander:** Ik heb er volgens mij niet echt één ofzo.

**Interviewer:** Heb je iemand waar naar je bijna altijd kijkt? Waar je heel vaak op terugkomt?

**Alexander:** Als Dylan Haegens een nieuwe video post dan kijk ik hem wel.

**Interviewer:** Oké, dus de meeste video's van Dylan Haegens vind je wel leuk?

**Alexander:** Ja.

**Interviewer:** Heeft een video jou ooit wel eens in actie laten komen?

**Alexander:** Dylan Haegens geeft bij elke video eens prijs weg voor iemand. Hij stelt een vraag en daar moet je op antwoorden. Heel veel mensen doen daar dan aan mee en dat doe ik dan ook soms.

**Interviewer:** Oké, dus je zou wel in actie komen als er een prijs wordt weggegeven?

**Alexander:** Ja dat denk ik wel.

**Interviewer:** Zou je dan persoonlijk sneller in actie komen als je er een beloning voor krijgt of als het een trend is, als al jou vriendjes het dan ook bijvoorbeeld doen?

**Alexander:** Beloning.

**Interviewer:** En waarom dan een beloning?

**Alexander:** Ik doe eigenlijk wat ik vind en niet wat heel veel jongens en mijn vrienden vinden.

**Interviewer:** Wat maakt voor jou een video te kinderachtig?

**Alexander:** Als ik op YouTube Kids kijkt dan zie ik heel veel kinderachtige video's omdat het voor jonge leeftijd is.

**Interviewer:** Is het dan de manier waarop ze de video in elkaar hebben gezet dat je dan denkt dat je daar te oud voor bent?

**Alexander:** Ja.

**Interviewer:** En maakt cartoon of animatie een video dan kinderachtig voor jou?

**Alexander:** Nee dat niet. Als er een kinderachtige aflevering in een animatie zit dan blijft het kinderachtig. Ik kijk ook soms geanimeerde Lego. Dus geen echte Lego stopmotion, maar gewoon Lego op de computer gemaakt en dat is geanimeerd. En dat vind ik dan niet kinderachtig. Dat vind ik dan wel gewoon leuk om te zien.

**Interviewer:** Wat vind je leuker om te kijken, een hele grappige video of een spannende video?

**Alexander:** Grappige.

**Interviewer:** En waarom zou je dan liever een grappige video kijken?

**Alexander:** Ja met een spannende moet je vaak heel lang wachten totdat eindelijk het echte moment komt. En met een grappige krijg je gewoon gelijk iets grappigs, ja dan zie je gelijk gewoon iets grappigs.

**Interviewer:** Dus je hebt liever dat je gewoon de hele tijd kan lachen?

**Alexander:** Ja.



**Interviewer:** En zou je liever een video willen kijken met animatie of met echte mensen?

**Alexander:** Liever met echte mensen, echte acteurs. Maar mij maakt het eigenlijk niet zo veel uit. Ik vind beide wel gewoon prima.

**Interviewer:** Wil je liever dat er in de video gesproken wordt of wil je liever dat je teksten moet lezen?

**Alexander:** spreken.

**Interviewer:** En waarom zou je dan niet willen lezen?

**Alexander:** Je hoort zijn stem dan ook niet dus dat is wel een beetje stom. En de hele tijd alles lezen...nee niet mijn ding.

**Interviewer:** Bijvoorbeeld bij de video van Dylan Haegens. Daar zie je dat zij team veel verschillende soorten personages spelen. Wat vind je daarvan als Youtubers dat gaan doen?

**Alexander:** Ik vind het ook wel grappig, maar aan de andere kant betekent het ook dat ze niet zoveel acteurs hebben om in de video te spelen.

**Interviewer:** En vind je dat dan storend? Zou je dan liever willen dat er dan meerdere acteur worden ingehuurd zodat iedere acteur maar een rol speelt of maakt dat voor jou niet zo veel uit?

**Alexander:** Nee dat maakt mij niet zoveel uit.

**Interviewer:** In de video van Dylan Haegens werd ook helemaal niet zo veel muziek gebruikt. Wat vond je daarvan?

**Alexander:** Ik vond dat niet zo erg.

**Interviewer:** Vind je het over het algemeen eigenlijk belangrijk als er muziek wordt gebruikt in een video?

**Alexander:** Als er veel stille momenten zijn zou ik wel graag willen dat er een beetje een klein achtergrond muziekje te horen is.

**Interviewer:** Dan heb ik nog een paar vraagjes over de app TikTok. Ken jij de app TikTok?

**Alexander:** Ja.

**Interviewer:** Wat weet je allemaal over die app?

**Alexander:** het is gemaakt door een chinees bedrijf. Er zijn veel populaire mensen die door TikTok bekend zijn geworden en veel mensen gebruiken het ook.

**Interviewer:** Gebruik je het zelf ook?

**Alexander:** Ik had het maar toen had ik het verwijderd.

**Interviewer:** Waar heb je het verwijderd?

**Alexander:** Ik deed het niet meer zoveel, eigenlijk deed ik het helemaal niet, en ik keek het ook niet. En toen kwam ook nog op het nieuws dat die Chinese regering erbij was dus toen had ik het gewoon verwijderd.

**Interviewer:** Merk je om je heen dat veel klasgenootjes en jou vriendjes en vriendinnetjes de app gebruiken?

**Alexander:** Ja.

**Interviewer:** En bijvoorbeeld de meiden in je klas. Zie je ze vaak TikTok dansjes doen?

**Alexander:** Ja.

**Interviewer:** Zie je het jongens ook wel eens doen of doen ze dat niet zo vaak?

**Alexander:** Nee niet echt.

**Interviewer:** En wat zie je dan dat de jongens wel doen?

**Alexander:** Ze maken wel TikToks. Ook dansende TikToks maar ze maken vooral grappige video's alleen weet ik het niet zeker.

**Interviewer:** Welke van de twee video's spreekt je het meeste aan?

**Alexander:** Ik denk de video van Dylan Haegens.

**Interviewer:** En waarom die?

**Alexander:** Er zitten veel kleuren in en je ziet gelijk waar het over gaat. En bij de andere vind ik de achtergrond een beetje grijs achtig.



**Interviewer:** Dus kleur is voor jou heel belangrijk. Hoe feller hoe meer het jou eigenlijk aanspreekt?

**Alexander:** Het moet weer niet te fel zijn.

**Interviewer:** Oké, dus de thumbnail van Dylan Haegens is eigenlijk een perfecte thumbnail?

**Alexander:** Ja want ik kan zien van welke Youtuber de video is omdat Dylan erop staat. En ik zie ook wat het onderwerp is omdat ik het logo van TikTok erop zie staan en ik zie twee andere mensen op de thumbnail en dat waren Tiktokkers die ook echt in de video speelden.

**Interviewer:** Oké. Stel je voor dat ik je nu zelf op YouTube ging kijken en precies deze twee video's in je recommended zag staan. Op welke video zou je dan sneller klikken?

**Alexander:** Op de video van Dylan Haegens omdat die wel mijn aandacht sneller pakt. En ook omdat ik vaker zijn video's kijk. WNF kijk ik niet.

**Interviewer:** Je hebt het mij eigenlijk al een beetje verteld maar welke thumbnail vind je er leuker uitzien?

**Alexander:** Die van Dylan Haegens.

**Interviewer:** En wat zou je dan aan de andere thumbnail van het WNF veranderen om het er leuker uit te laten zien?

**Alexander:** Het zeewater iets lichter maken en het logo kan wel wat kleiner. Het zit echt in het beeld.

**Interviewer:** Zou je er zelf ook tekst op plakken wat Dylan Haegens ook op zijn thumbnail heeft gedaan?

**Alexander:** Nee ik zou dat denk ik niet doen. Ik zou het alleen wat vrolijker maken.

**Interviewer:** Heb je wel eens op een video geklikt wat eigenlijk een clickbait was?

**Alexander:** Nee nog niet.

**Interviewer:** Heb je liever dat een Youtuber de hele video lang tegen de camera praat of heb je liever een video waarbij de Youtuber tegen de camera praat maar dat er ook andere beelden en special effects te zien zijn?

**Alexander:** Ik denk special effects en andere beelden.

**Interviewer:** En waarom heb je dat dan liever?

**Alexander:** Omdat ik het anders te saai vind.

**Interviewer:** Zou je ook echt een comment achterlaten om merchandise te winnen van Dylan Haegens?

**Alexander:** Voor een paar "hey mensen" sokken zou ik het niet doen maar voor een ding dat ik kan gebruiken in een filmpje zou ik het wel doen. Of gewoon iets wat mij wel leuk lijkt om te winnen.

### Top 3 en minst leuke ontwerpcriteria inhoud

- Laat zien dat kinderen een prijs kunnen winnen als ze iets doen of ergens aan mee werken.
- Maak gebruik van een top 10 lijstje met voorbeelden wat kinderen kunnen doen tegen ontbossing
- In video concrete beelden laten zien hoe groot de Amazone nou eigenlijk is en hoeveel bomen er bijvoorbeeld per minuut gekapt wordt.

**Alexander:** Deze drie vind ik het beste omdat ik de top 10 video's van Dylan Haegens leuk vind om te kijken en omdat ik denk dat veel kinderen mee gaan doen als ze een prijs kunnen winnen.

De minst leuke ontwerpcriteria vind ik dat de video afgesloten moet worden met het logo van het WNF want ik denk dat je dat beter op de thumbnail of aan het begin kan moet laten zien.

### Top 3 leuke en minst leuke ontwerpcriteria vorm

- Gebruik maken van animatie en plaatjes en die verwerken die in de video.
- Gebruik muziek wat bij het verhaal van de video past.
- Gebruik maken van trends van bepaalde platforms (zoals TikTok) en die verwerken in de video.



**Alexander:** Nou Ik heb deze drie gekozen omdat ik cartoons en animatie erg leuk vind. Ik denk ook dat TikTok handig is om te gebruiken omdat veel klasgenootjes die app gebruiken en het is best populair en muziek gebruiken wat bij het verhaal past vind ik ook belangrijk. Hierbij heb ik niet echt een ontwerpcriteria die ik niet zo leuk vind.

### Top 3 leuke en minst leuke ontwerpcriteria techniek

- Het maken van een aantrekkelijke en originele titel wat de video in een zin samenvat.
- Laat de doelgroep in de video niet alleen de natuur zien maar "neem" ze mee zodat ze het ook kunnen beleven
- Maak gebruik van geluidseffecten.

**Alexander:** ik heb voor deze drie gekozen omdat ik vind dat de titel heel belangrijk is dus die moet heel origineel zijn. Ik vind het ook niet zo leuk als ik alleen maar informatie krijg bij het kijken van een video dus het lijkt mij erg leuk om het gevoel te hebben dat ik in het Amazonegebied zit en dat ik erbij betrokken wordt en dat er veel special effects en geluidjes gebruikt worden. Ik vind het minder leuk als de thumbnail te simpel is want ik denk dat leuke en vrolijke kleuren beter zijn. Ik denk ook niet dat een korte teaser nodig is want als je de titel en de thumbnail goed genoeg maakt dan denk ik dat dat veel kinderen gaat aanspreken. En ik zou ook niet op te veel locaties filmen maar alleen op plekken die passen bij de video zoals het bos.

**Interviewer:** Heb jij verder nog vragen voor mij? Of misschien tips die ik mee moet nemen voor het maken van een goede video?

**Alexander:** De goede interviews erin zetten is tip één. Tip twee is geen donkere achtergrond gebruiken en tip drie is een goede titel.

**Interviewer:** Oké, wat een goede tips. Die ga ik zeker meenemen in het maken van de video. Dankjewel dat je mee wilde doen aan het interview.

### Transcriptie interview 2

Dit interview is samen met Michael afgenomen. Hij is 10 jaar oud en woont in Soesterberg. Het interview vond plaats op vrijdag 23 oktober 2020. Het interview is afgenomen door Nathalie Barij.

**Interviewer:** Heb je wel eens van de organisatie WWF gehoord?

**Michael:** Ja ik heb er wel van gehoord.

**Interviewer:** Wat weet je allemaal van het WWF? Bijvoorbeeld wat ze doen en voor wie ze in actie komen?

**Michael:** Ik weet dat ze in actie komen voor de dieren zoals de panda beren en de haaien.

**Interviewer:** Heb je wel eens gehoord van het amazone gebied en weet je daar iets van?

**Michael:** Het is een hele grote oerwoud in Brazilië met heel veel bomen en waar heel veel wilde dieren wonen.

**Interviewer:** Dat klopt. Weet je eigenlijk al iets over ontbossing? Kan je mij daar iets over vertellen?

**Michael:** Ja dat gebeurt daar heel veel. Maar het ook hier bij mij want ze hadden verteld dat ze de bomen naast mijn huis gaan kappen.

**Interviewer:** Heb je enig idee waarom bossen zo belangrijk zijn?

**Michael:** Ik vind ze wel belangrijk omdat het ook de woonplaats is voor de dieren. En als het dan gekapt wordt hebben de dieren geen plek om te slapen of te eten en kunnen ze daardoor doodgaan.

**Interviewer:** Hoe denk je dat de wereld ontbossing kan tegen gaan? Wat moeten mensen daar voor doen?

**Michael:** Ik denk dat mensen minder papier moeten gebruiken zodat er minder bomen worden gekapt en ik denk dat er meer regels moeten komen dat je niet zomaar heel veel bomen mag kappen.





**Interviewer:** Denk je dat school jou genoeg informatie verteld over ontbossing of heb je meer over het onderwerp geleerd door andere manieren?

**Michael:** Op school heb ik alleen iets gehoord over de bossen in Australië. Ze lieten ons een video zien over de bosbranden en de Koala's die gered moesten worden.

**Interviewer:** Ben je zelf al eens in actie gekomen om de natuur een handje te helpen?

**Michael:** Ik heb ooit een hagedis gevonden op straat en toen heb ik die samen met mijn vader naar de dierenarts gebracht. En met mijn vader plant ik vaak bomen in de achtertuin.

**Interviewer:** Heeft de video van het WWF jou nu meer inzicht gegeven over de problemen die de zeedieren hebben?

**Michael:** Ja wel een klein beetje. Ik zag dat de vissen dood gingen door de vissers en dat de zeesterren die visnetten kapot maakten om ze te redden.

**Interviewer:** Dus je hebt wel iets meer geleerd over de problemen van zeedieren na het kijken van die video?

**Michael:** Ja ik denk het wel.

**Interviewer:** In de video van het WWF stond op het einde een ster te worden en mee te helpen.. zou je dat ook echt willen doen?

**Michael:** Ja ik ben al wel een dieren liefhebber. Dus ik zou nooit plastic in de zee gooien want ik weet dat de schildpadden daar in kunnen stikken. En ik gebruik ook altijd plastic rietjes. Ik denk dat ik wel mee zou willen helpen.

**Interviewer:** Kijk je vaak YouTube video's? En hoeveel video's kijk je dan per dag?

**Michael:** Ja ik kijk wel vaak YouTube video's. Ik denk dat ik ongeveer zeven of acht video's per dag kijk.

**Interviewer:** En wat soort video's kijk je dan graag?

**Michael:** Ik vind het leuk om naar Roblox en Minecraft te kijken.

**Interviewer:** Dus je kijkt vooral naar game video's?

**Michael:** Ja.

**Interviewer:** En wat voor soort video's vind je juist helemaal niet leuk om te zien?

**Michael:** Baby video's.

**Interviewer:** En bijvoorbeeld make-up tutorials?

**Michael:** Nee dat is saai.

**Interviewer:** En een challenge dan?

**Michael:** Ja dat vind ik wel leuk. Zoals de vloer is lava, dat is ook een challenge. Ik kijk ook vaak challenges waarin er een spel wordt gespeeld met "wie klimt als eerst over de muur heen" of "wie is het sterkste". Dat vind ik ook heel erg leuk om naar te kijken.

**Interviewer:** Wie is je favoriete YouTuber en waarom?

**Michael:** Ik weet het niet ik heb denk ik niet echt een favoriete YouTuber. Ik kijk gewoon veel naar Minecraft en dan is er altijd iemand anders.

**Interviewer:** Heeft een video jou ooit in actie laten komen (en waarom kwam je toen in actie)?

**Michael:** Nee ik denk het niet.

**Interviewer:** Zou je denk je sneller in actie komen als het een trend of challenge is of als je er een beloning voor krijgt?

**Michael:** Challenge.

**Interviewer:** Oké, waarom zou je dan voor de challenge kiezen?

**Michael:** Want dat is leuker.

**Interviewer:** Waarom is het leuker?

**Michael:** Omdat het leuk is om dan met je vrienden de uitdaging te doen.

**Interviewer:** Wat maakt voor jou een video te kinderachtig?

**Michael:** Als er gespeeld wordt met kinderspeelgoed zoals auto's.



**Interviewer:** Oké, dus als je speelgoed terug ziet komen in de video maakt dat de video te kinderachtig?

**Michael:** Alleen kinderspeelgoed, want als het echt bestuurbaar speelgoed is zoals een helikopter voor grote mensen dat ook salto's doet enz. vind ik het wel leuk om te zien en is het voor mij niet kinderachtig.

**Interviewer:** Vind je het leuker om een grappige video te kijken of een spannende video en waarom?

**Michael:** Spannende.

**Interviewer:** En waarom vind je het dan leuker om een spannende video te kijken?

**Michael:** Omdat dat meer met monsters is en dan is het meer interessant. Dan pak ik mijn popcorn erbij en dan ga ik lekker relaxen en naar dat enge video kijken. En ik houd er ook van om te schrikken.

**Interviewer:** En zou je dan liever naar animatie willen kijken of naar echte mensen?

**Michael:** Animatie, want met echte mensen kan het wel echt zijn en dan schrik ik er wel van.

**Interviewer:** Dus met een spannende video wordt het met echte mensen iets te eng he?

**Michael:** Ja.

**Interviewer:** Zou je er dan ook nachtmerries van kunnen krijgen?

**Michael:** Ja, ik heb al heel vaak nachtmerries gehad.

**Interviewer:** En heb je dat dan ook bij animatie als het spannend of eng is?

**Michael:** Ja, want ik heb ooit een cartoon gezien met een monster dat een vuurhoofd had en dat vond ik echt heel eng dus heb ik de video snel weg geklikt.

**Interviewer:** Wat vind je ervan als YouTubers een sketch maken en personages spelen?

**Michael:** Ja ik vind het wel leuk en grappig als ze dat doen. Ik vind het dan ook leuk dat ze er een verhaal van maken.

**Interviewer:** In de video van Dylan Haegens wordt er niet vaak muziek gebruikt, vind je dat storend of maakt dat voor jou niet uit?

**Michael:** Ik vond de muziek best wel irritant.

**Interviewer:** En wat vond je er dan irritant aan?

**Michael:** Ik vond het liedje wat Dylan Haegens gebruikte in de video een beetje voor meiden.

**Interviewer:** Maar vind je het dan over het algemeen eigenlijk belangrijk als er muziek wordt gebruikt in een video?

**Michael:** Ja ik vind het wel leuk als er een achtergrondmuziekje hoort.

**Interviewer:** Ken je de app TikTok?

**Michael:** Ja ik ken de app wel. Het is zo'n app waarmee je korte video's kan kijken op je telefoon.

**Interviewer:** Wat vind je van die app en gebruik je die app veel?

**Michael:** Nee ik heb de app niet want ze zeiden ook dat het best wel gevaarlijk is op het nieuws. Ik heb het dus verwijderd want ik gebruikte het toch niet zo vaak.

**Interviewer:** Gebruiken klasgenootjes en vrienden om je heen veel gebruik van Tiktok?

**Michael:** Ja dat wel. Heel veel ze vinden dat allemaal zo leuk en ik snap dat eigenlijk niet zo goed.

**Interviewer:** Oké en bijvoorbeeld de meiden in jullie klas, wat voor video's maken ze dan?

**Michael:** Ze doen TikTok dansjes en ze doen veel met make-up.

**Interviewer:** En de jongens dan?

**Michael:** Die maken vooral grappige video's denk ik.

**Interviewer:** Welke van de twee video's spreekt je het meeste aan en waarom?

**Michael:** Ik denk de video van Dylan Haegens, want daar wordt meer in gesproken over leuke dingen. Ik vind dat in de andere video (WWF) veel meer over verdrietige dingen wordt gepraat.

**Interviewer:** Oké, dus als ik het goed begrijp vind je dat de video van het WWF meer een informatieve video is en de video van Dylan Haegens meer een amuserende video?

**Michael:** Ja, ik zou de video van Dylan Haegens sneller voor de lol kijken denk ik.

**Interviewer:** Op welke video zou je sneller klikken?



**Michael:** deze (video va het WWF) omdat ik dan denk "misschien komt er wel een haai ofzo". Ik ben er dan wel nieuwsgierig naar. En als de video langer zou duren zal het denk ik wel leuker zijn.

**Interviewer:** Dus je kijkt er ook naar hoe lang zo'n video dan duurt?

**Michael:** Ja ik kijk meestal naar de tijd want ik vind het niet erg leuk om te korte video's te kijken die bijvoorbeeld maar twintig seconde zijn.

**Interviewer:** Kijk je dan ook naar de views voordat je op een video klikt om het te kijken?

**Michael:** Nou niet perse naar de views maar meestal wel naar de likes want als er heel veel duimpjes omhoog zijn dan kijk ik het meteen.

**Interviewer:** Welke thumbnail vind je er leuker uitzien?

**Michael:** het plaatje van het WWF.

**Interviewer:** En waarom die?

**Michael:** Omdat daar heel veel dingen zitten zoals allerlei zeedieren. En ik houd veel van dieren dus ik zou er wel wat van willen weten en het lijkt best wel spannend.

**Interviewer:** Wat vind je van de kleuren? mogen die feller van jou?

**Michael:** Nee, ik vind de kleuren zo best wel leuk. Behalve de kleuren aan de voorkant die mogen wel iets feller.

**Interviewer:** En wat vind je van het logo in de hoek? Valt die bij jou goed op?

**Michael:** Ja wel een beetje.

**Interviewer:** Zou het logo dan wat groter mogen worden?

**Michael:** Ja die mag wel wat groter.

**Interviewer:** Heb je wel eens op een video geklikt omdat de titel misleidend was? (klikbait)

**Michael:** Nee nog nooit.

**Interviewer:** Heb je liever dat de hoofdpersoon stil staat in de video en zijn verhaald deelt of vind je het leuker als er veel beelden te zien zijn met special effects?

**Michael:** Special effects zoals explosies en grappige plaatjes.

**Interviewer:** Zou je ook echt een comment achterlaten om de merchandise te winnen bij de video van Dylan Haegens?

**Michael:** Nee ik zou het niet voor die sokken doen, maar wel als ik iets kan winnen wat ik wel leuk vind zoals een helikopter.

### Top 3 en minst leuke ontwerpcriteria inhoud

- In video concrete beelden voorbeelden geven over wat de kinderen kunnen doen om ontbossing zoveel mogelijk te kunnen voorkomen
- Sluit de video af met het logo van het WWF
- Maak gebruik van een top 10 lijstje met voorbeelden wat kinderen kunne doen tegen ontbossing

**Michael:** Ik heb voor deze drie gekozen omdat denk dat het wel belangrijk is om voorbeelden te laten zien wat kinderen kunnen doen want dan kan je ze denk ik sneller in actie laten komen. Ik denk ook dat het handig is om met het WWF logo af te sluiten omdat je dan weet dat het over dieren gaat en een top 10 lijstje is wel leuk om te gebruiken want dan kunnen kinderen er op een leuke manier over leren omdat Dylan Haegens dat ook doet. De minst leuke ontwerpcriteria vind ik dat je een sport erbij doet want ik denk niet dat dat goed bij de video past. En ik denk niet dat je perse een prijs moet weg geven want ik denk dat een challenge leuker is. En ik denk niet dat er perse kinderen in de video moeten want het gaat meer om de dieren.

### Top 3 en minst leuke ontwerpcriteria vorm

- Gebruik maken van animatie en plaatjes en die verwerken die in de video
- Gebruik maken van trends van bepaalde platforms op sociale media en ze verwerken in de video



- Maak gebruik van een sketch op een grappige manier

**Michael:** Ik heb voor deze drie gekozen omdat ik TikTok nu wel populair is dus ik denk dat veel kinderen dat leuk vinden om te zien in de video en leuke plaatjes in de video plakken maakt de video leuker om naar te kijken. En de video moet sowieso grappig zijn vind ik. Ik heb hierbij niet echt ontwerpcriteria die ik minder leuk vind.

### Top 3 en minst leuke ontwerpcriteria techniek

- Het maken van een aantrekkelijke en originele titel wat de video in een zin samenvat
- Maak gebruik van geluidseffecten
- Maak gebruik van special effects

**Michael:** Ik heb voor deze drie gekozen omdat ik denk dat de titel wel heel erg belangrijk is. Als je namelijk een goede hebt dan krijg je meer views en duimpjes omhoog. Special effects en geluidseffecten zijn ook belangrijk want die maken de video leuker om naar te kijken omdat er dan opeens iets gebeurt. De minst leuke ontwerpcriteria vind ik dat de thumbnail simpel en overzichtelijk moet zijn want ik denk dat het juist met felle kleuren en plaatjes moet zijn zodat het goed opvalt omdat het anders te saai is.

**Interviewer:** Heb jij verder nog vragen voor mij? Of misschien tips die ik mee moet nemen voor het maken van een goede video?

**Michael:** Als tips heb ik dat de video heel kleurrijk moet zijn en een verhaal moet hebben. Het moet ook grappig zijn en een beetje spannend en de titel moet kort en makkelijk te lezen zijn.

**Interviewer:** Wat een goede tips. Ik ga ze zeker meenemen in het maken van de video. Dankjewel dat je mee wilde werken aan het interview.