



Exploring the Magic around Serious Request

Een onderzoek naar de pervasiveness van de game Serious Request 2015

Harry D Homeijer

4126610
BA-EINDWERKSTUK

MEDIA EN CULTUUR
BEGELEIDEND DOCENT: VINCENT CRONE
BLOK 4, 2016
09-08-2016
AANTAL WOORDEN: 7679 (EXCLUSIEF VOETNOTEN & BIJSCHRIFTEN)

Inhoudsopgave

Samenvatting	2
Inleiding	3
Theoretisch kader	5
Play vs. Games	5
Pervasive games	8
Media events.....	10
Methode & Operationalisering	11
Resultaten	13
Hoofdstuk 1: Serious Request als game.	13
Doel & spelers van de game	14
Hoe wordt de game gespeeld?	15
Gehechtheid aan de uitkomst	16
De consequentie van de game	17
Hoofdstuk 2: Televisie als grensverlegger	17
De ruimtelijke grens - Nederland als speelveld	17
De tijdelijke grens – De eeuwigdurende game	19
De sociale grens – Iedereen doet mee	21
Conclusie & Reflectie	25
Bibliografie.....	27
Audiovisueel materiaal	27
Literatuur	27
Bijlagen	30
Bijlage 1: Resultatentabel	30

Samenvatting

In dit onderzoek wordt het media-evenement 3FM SERIOUS REQUEST 2015 vanuit een gamewetenschappelijk perspectief onderzocht. SERIOUS REQUEST is jaarlijks terugkerende inzamelingsactie georganiseerd door NPO 3FM in samenwerking met het Rode Kruis. Gedurende dit evenement sluiten drie radio 3FM-dj's zich op in een Glazen Huis om aandacht te vragen voor een stille ramp en wordt er in en door heel Nederland geld ingezameld voor de hulpverleningsorganisatie het Rode Kruis. De inzamelingsactie omvat onder andere radio- en televisie-uitzendingen.

In een oratie over de Homo Ludens vroeg mediawetenschapper Joost Raessens zich af of onze cultuur speelser is geworden door (nieuwe) mediatechnologieën. Aan de hand van dit onderzoek probeer ik een bijdrage te leveren aan dit discours door de inzamelingsactie SERIOUS REQUEST 2015 te begrijpen als een pervasive game. Pervasive games zijn games waarbij de magic circle van de game op ruimtelijk, tijdelijk en/of sociaal niveau verbreed is. In tegenstelling tot andere games, waarbij de gamewereld van de game volledig afgesloten lijkt te zijn van de gewone wereld, bieden pervasive games spelervaringen die worden geconstrueerd doordat de game zich afspeelt in de gewone wereld.

De focus van dit onderzoek ligt op de televisie-uitzending en het media event rondom de inzamelingsactie. Er wordt gekeken naar de manier waarop de televisie-uitzending en de ontologie van een media event de magic circle van de game verbreden. De hoofdvraag van het onderzoek luidt: Hoe verandert de televisie-uitzending van, en het media-evenement rondom, de actie SERIOUS REQUEST 2015 de pervasiveness van de game?

Verwacht werd dat wanneer een belangrijk cultureel fenomeen als SERIOUS REQUEST begrepen kon worden als een game en aangetoond kon worden dat het medium televisie ervoor zorgt dat de spelwereld vermengt raakt met het alledaags leven, SERIOUS REQUEST gezien kan worden als een voorbeeld waarin 'de ludificering van de cultuur' waarneembaar is. Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat doordat de game gemedieerd wordt door een televisie-uitzending en een media event, het bereik en de toegankelijkheid van de game groter wordt. De spelwereld mengt zich hierdoor nog meer met het dagelijks leven. Echter wordt SERIOUS REQUEST 2015 in dit onderzoek enkel vanuit een gamewetenschappelijk perspectief benaderd, terwijl pervasive games ook vanuit een niet-game perspectief onderzocht moeten worden om de algehele context van de pervasive game te kunnen begrijpen. Vanwege deze reden blijkt het lastig om iets te kunnen zeggen over de stelling of het medium televisie de cultuur speelser maakt. Echter kan dit onderzoek wel als opmaat fungeren voor toekomstig onderzoek naar het speelser worden van onze cultuur.

Inleiding

In 1938 bracht de Nederlandse historicus Johan Huizinga het boek *Homo Ludens: Proeve eener Bepaling van het Spel-Element der Cultuur* uit. In dit boek beschrijft hij de Homo Ludens, een mensbeeld waarin de mens bovenal een spelend wezen is.¹ Huizinga beschouwt spel als een noodzakelijke voorwaarde voor het voortbrengen van cultuur en ziet spel overal terug in de cultuur en maatschappij. Spel is vandaag de dag steeds meer en meer te zien in onze omgeving. Het is niet louter zichtbaar in speelse omgevingen, maar ook in ‘serieuzere’ omgevingen als de werkvloer, politiek en educatie. De toenemende speelsheid in domeinen die ooit enkel serieus waren, noemt mediawetenschapper Joost Raessens de ‘ludificering van de cultuur’.²

In een oratie over de Homo Ludens in de 21^e eeuw vraagt Raessens zich af of onze cultuur speelser is geworden door (nieuwe) mediatechnologieën.³ Het antwoord op deze vraag laat hij in het midden, omdat wetenschappelijk onderzoek naar de aanwezigheid van spelelementen in onze cultuur vooralsnog tot tegenstrijdige conclusies leidt.⁴ Dit onderzoek zal een bijdrage leveren aan dit discours door het media evenement en inzamelingsactie 3FM SERIOUS REQUEST 2015 te begrijpen als een *pervasive game*. *Pervasive games* zijn *games* die zich mengen met het dagelijks leven.⁵ In tegenstelling tot ‘normale’ *games*, waarbij de *gamewereld* van de *game* volledig afgesloten lijkt te zijn van de gewone wereld, bieden *pervasive games* spelervaringen die worden geconstrueerd doordat de *game* zich afspeelt in de gewone wereld.⁶ De nadruk van dit onderzoek ligt op wat het medium televisie doet met de *pervasiveness* van een *pervasive game* om vervolgens iets te kunnen zeggen over het speelser worden van onze cultuur door mediatechnologieën.⁷ De hoofdvraag van het onderzoek luidt: *Hoe verandert de televisie-uitzending van, en het media-evenement rondom, de actie 3FM SERIOUS REQUEST 2015 de pervasiveness van de game?* Dit onderzoek legt aldus een relatie tussen theorie uit game- en televisiewetenschap.

¹ Johan Huizinga, *Homo Ludens: Proeve eener Bepaling van het Spel-Element der Cultuur* (Haarlem: H.D. Tjeenk Willink & Zoon, 1950).

² Joost Raessens, “Spelenderwijs: De ludische wending in de mediatheorie” (oratie uitgesproken bij de aanvaarding van het ambt van kernhoogleraar Mediatheorieën aan de Universiteit Utrecht, 19 november 2010).

³ Joost Raessens, “Homo Ludens in de 21^e eeuw” (oratie uitgesproken bij Studium Generale aan de Universiteit Utrecht, 18 november, 2009), laatst geraadpleegd op 21 juni 2016, <https://www.sg.uu.nl/videos/homo-ludens-de-21e-eeuw>.

⁴ Ibidem.

⁵ Markus Montola, “Games and Pervasive Games,” in *Pervasive Games: Theory and Design*, red. Markus Montola, Jaakko Stenros en Annika Waern (Burlington, MA: Morgan Kaufman Publishers, 2009), 12.

⁶ Ibidem.

⁷ In dit onderzoek zal de term *pervasiveness* gebruikt worden, omdat het Nederlands geen juiste vertaling heeft voor het woord. Onder *pervasiveness* wordt de ‘alomtegenwoordigheid’ en ‘doordringendheid’ van spel in het dagelijks leven bedoelt.

SERIOUS REQUEST is een jaarlijks terugkerende inzamelingsactie, waarbij drie radio 3FM-dj's zich in de week voor kerst laten opsluiten in een glazen huis om radio te maken voor het Rode Kruis.⁸ Het evenement omvat naast de radio-uitzendingen die door de dj's worden gemaakt ook televisie-uitzendingen, waarbij de presentatoren informatie en updates geven over het evenement en de Nederlanders oproepen om te participeren en geld te doneren aan het goede doel. Het is relevant om SERIOUS REQUEST te onderzoeken, omdat het een groots media-evenement is dat ieder jaar een grote hoeveelheid van de Nederlandse bevolking bereikt. Uit de kijkcijfers en de opbrengsten voor het goede doel blijkt dat deze inzamelingsactie een grote rol speelt in de Nederlandse samenleving.⁹

Daarnaast is het relevant om SERIOUS REQUEST te benaderen als een *pervasive game*, omdat de actie impliceert dat het om een 'serieuze' bedoeling gaat, terwijl het wordt geëtaleerd als een evenement met een speels karakter. *Pervasive games* zijn borderline cases van *games* die zich met het alledaagse leven vermengen. Om iets te kunnen zeggen over het speelser worden van onze cultuur door (nieuwe) mediatechnologieën, is het relevant om te onderzoeken wat een medium als televisie doet met de grenzen van een *pervasive game*.

De onderzoeksvraag impliceert dat het media-evenement als een *game* begrepen kan worden, maar alvorens deze vraag wordt beantwoord, zal eerst duidelijk gemaakt moeten worden op welke manier SERIOUS REQUEST 2015 functioneert als een *game*. Aan de hand van de speltheorie van Jesper Juul zullen de regels van het spel bekeken worden, waarna duidelijk wordt hoe de inzamelingsactie functioneert als een *game*.

Vervolgens wordt Markus Montola aangehaald om de *game* te classificeren als een *pervasive game*. Stilistische kenmerken van de televisie-uitzending zullen onderzocht worden, waarbij de focus ligt op de manier waarop deze kenmerken de grenzen van de *pervasive game* verbreden. Daarnaast zal SERIOUS REQUEST 2015 onder het genre *media events* geschaard worden, een genre die Daniel Dayan en Elihu Katz in *Media Events: The Live Broadcasting of History* beschrijven. Dit wordt gedaan om te bespreken wat de invloed van de ontologie van een *media event* is op de alomtegenwoordigheid van de *game*.

⁸ *3FM Serious Request*. Radio-uitzending, televisieprogramma. 3FM, NPO 3. NPO, 18 tot en met 24 december 2015.

⁹ "3FM Serious Request eindstand 2015: 7.562.985 euro – Nieuws – 3FM Serious Request," laatst geraadpleegd op 1 augustus 2016, <http://seriousrequest.3fm.nl/nieuws/detail/5351447/3fm-serious-request-eindstand-2015-7562985-euro>.

Theoretisch kader

Play vs. Games

Het is belangrijk om op te merken dat er een verschil zit tussen de termen *spelen* (*play*) en *spellen* (*games*). Er is sprake van een linguïstisch probleem, omdat we in het Nederlands zeggen dat we een “spel spelen”. Het is in het Nederlands lastig om een onderscheid te maken tussen deze twee woorden, terwijl ze beiden een andere betekenis hebben. In het Engels wordt er wel onderscheid gemaakt tussen beide termen. Wanneer dit vertaald wordt naar het Engels zeggen we namelijk: “to play a game”.

Om verwarring te voorkomen, zullen spellen, de objecten en/of processen die gespeeld worden, gedefinieerd worden als *games*. De activiteit die gedaan wordt, het spelen zelf, zal gedefinieerd worden als *spel* of *play*. In het kort gezegd is *spel* (*play*) een component van *games* en zijn *games* een vorm van *spel* (*play*). Om reden dat *spel* en *games* verwant zijn aan elkaar, worden beide termen in het debat rondom de definitie van deze twee termen, vaak door elkaar gehaald. Zo halen wetenschappers voorbeelden van *games* aan om een definitie van *play* te bekritisieren.

Wanneer is er sprake van *spel* of *play*? De meest klassieke definitie van *spel* is gegeven in 1938 door de Nederlandse historicus Johan Huizinga in *Homo Ludens: Proeve eener Bepaling van het Spel-Element der Cultuur*.¹⁰ Hij beschrijft *spel* als...

“...een vrije handeling, die als “niet gemeend” en buiten het gewone leven staande bewust is, die niettemin den speler geheel in beslag kan nemen, waaraan geen direct materieel belang verbonden is, of nut verworven wordt, die zich binnen een opzettelijk bepaalde tijd en ruimte voltrekt, die naar bepaalde regels ordelijk verloopt, en gemeenschapsverbanden in het leven roept.”¹¹

Huizinga ziet *spel* als één van de meest fundamentele geestelijke elementen van het leven. Hij benadrukt dat *spel* gescheiden is van het alledaagse leven, waardoor hij het concept van de *tooverkring* in het leven roept. Met de *tooverkring* kaart Huizinga de grenzen van *spel* aan die worden afgebakend door tijd en ruimte.¹² Katie Salen en Eric Zimmerman pikten

¹⁰ Huizinga.

¹¹ Huizinga, 13.

¹² Idem, 10.

vervolgens deze theorie op en pasten het in *Rules of Play: Game Design Fundamentals* aan tot het concept van de *magic circle*.¹³ De *magic circle* van een *spel* is de grens waarbij het ‘gewone’ van het ‘ludieke’ en het ‘echte’ van het ‘speelse’ wordt onderscheiden.¹⁴

In 1961 ging Roger Caillois verder in op de definitie van Huizinga van *spel* en op de kenmerken die Huizinga aan *spel* heeft gegeven. Caillois ziet *spel* als een activiteit die aan de volgende punten voldoet:

- “1. Free: in which playing is not obligatory; if it were, it would at once lose its attractive and joyous quality as diversion;
2. Separate: circumscribed within limits of space and time, defined and fixed in advance;
3. Uncertain; the course of which cannot be determined, nor the result attained beforehand, and some latitude for innovations being left to the player’s initiative;
4. Unproductive: creating neither goods, nor wealth, nor new elements of any kind; and, except for the exchange of property among the players, ending in a situation identical to that prevailing at the beginning of the game;
5. Governed by rules: under conventions that suspend ordinary laws, and for the moment establish new legislation, which alone counts;
6. Make-believe: accompanied by a special awareness of a second reality or of a free unreality, as against real life.”¹⁵

Op een aantal van deze punten is door verschillende gamewetenschappers kritiek gekomen, waaronder door Jesper Juul. Juul bekritiseert de definities van *play* van Huizinga en Caillois om zelf een definitie te geven aan *games*.¹⁶ In tegenstelling tot de definities van *play* door Huizinga en Caillois, hoeven *games* volgens Juul niet afgezonderd te zijn in tijd en ruimte met de rest van de wereld. Zo haalt hij het voorbeeld aan van een schaakspel dat via de mail

¹³ Katie Salen en Eric Zimmerman, *Rules of Play: Game Design Fundamentals* (Cambridge: The MIT Press, 2003), 96.

¹⁴ Ibidem.

¹⁵ Roger Caillois, “The Definition of Play and the Classification of Games,” in *The Game Design Reader: A Rules of Play Anthology*, red. Katie Salen en Eric Zimmerman (Cambridge: The MIT Press, 2006), 128.

¹⁶ Jesper Juul, “The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness,” in *Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings*, red. Marinka Copier en Joost Raessens (Utrecht: Utrecht University, 2003), 34.

gespeeld kan worden, waarbij de duur van de *game* overlapt met de duur van non-*game* gedeeltes van het leven.¹⁷ Dergelijke *games* kunnen in principe jaren duren, waardoor de *game* niet wordt afgebakend door tijd. Daarnaast haalt Juul het voorbeeld van gokspellen aan om aan te tonen dat *games* wel degelijk productief kunnen zijn en iets kunnen opleveren, waarmee hij het vierde punt van Caillois zijn definitie tegenspreekt.¹⁸

In dit onderzoek zal de definitie die Jesper Juul aan *games* gegeven heeft gebruikt worden om SERIOUS REQUEST 2015 te kunnen begrijpen als een *game*. Jesper Juul beschrijft een *game* als volgt:

“A game is a rule-based formal system with a variable and quantifiable outcome, where different outcomes are assigned different values, the player exerts effort in order to influence the outcome, the player feels attached to the outcome, and the consequences of the activity are optional and negotiable.”¹⁹



Figuur 1: De kenmerken van games volgens Jesper Juul met voorbeelden van games, borderline cases en non-games.

Volgens de definitie van Juul hecht de speler waarde aan de uitkomst van een *game*. Er moet een reden zijn waarom de speler een *game* speelt. Deze reden is subjectief en voor iedere

¹⁷ Juul, 34.

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ Idem, 35.

speler verschillend. Bij bijvoorbeeld de bekende *game Scrabble* kan een speler een *game* winnen of verliezen, waarbij het winnen een hogere waarde heeft dan het verliezen.²⁰ Een voorbeeld van een reden om *Scrabble* te spelen, is dat de *game* de speler een plezierig gevoel geeft wanneer de speler wint.

Echter kan een speler ook *Scrabble* spelen, omdat hij/zij bijvoorbeeld de *game* wil leren spelen of omdat de speler zijn/haar woordenschat wil verbeteren. Deze speler kan vanwege zijn/haar doelstelling minder waarde hechten aan de uitkomst van de *game*. Ongeacht dat deze speler minder waarde hecht aan de uitkomst van de *game*, moet deze gehechtheid aan de uitkomst nog wel enigszins aanwezig zijn. Wanneer de speler namelijk geen waarde hecht aan de uitkomst van de *game*, verbreekt hij/zij volgens Jesper Juul de *game contract* of de *lusory attitude* waarmee de speler akkoord gaat bij het spelen van de *game*.²¹ Met de *lusory attitude* wordt de houding van de speler bedoeld, waarbij de speler de regels van de *game* accepteert.²² Juul noemt spelers die weigeren plezier te zoeken in winnen of weigeren om ongelukkig te worden door verliezen spelbrekers.²³

Pervasive games

Juul beweert met het laatste punt dat hij aanhaalt in zijn definitie van *games* dat de grens tussen het dagelijks leven en de *game* onderhandelbaar is. *Games* kunnen volgens zijn definitie zodoende consequenties hebben op het dagelijks leven. Hieruit kan begrepen worden dat de *magic circle*, de grens van de *game* waarbij het ‘gewone’ van het ‘ludieke’ en het ‘echte’ van het ‘speelse’ wordt onderscheiden, ambigu kan zijn.

Een veelgebruikt voorbeeld om het concept van de *magic circle* te verhelderen, is het voorbeeld van een boksring. Tijdens een bokswedstrijd is het de bedoeling dat de spelers elkaar slaan om te kunnen winnen. In een boksring is dit geoorloofd door de regels van het spel, maar daarbuiten gelden er andere regels waarbij slaan niet geoorloofd is. Het spel boksen bevindt zich in een *magic circle* waarbij andere regels gelden. Alhoewel boksen een voorbeeld is van een *game* waarbij de *magic circle* vaak fysiek zichtbaar is, deze wordt over het algemeen weergegeven door een boksring, zijn er ook voorbeelden van *games* waarbij deze *magic circle* niet zichtbaar is en waarbij deze mengt met het niet ‘speelse’.

In “Games and Pervasive Games” beschrijft Markus Montola het soort *game* waarbij

²⁰ *Scrabble* is een letterspel waarbij de spelers met een gegeven aantal willekeurige letters woorden moeten worden gelegd op een speelbord.

²¹ Juul, 38.

²² Ibidem.

²³ Ibidem.

de *magic circle* verbreed en moeilijk zichtbaar is als een *pervasive game*.²⁴ Een *pervasive game* is een *game* dat één of meerdere opvallende kenmerken bevat die de *magic circle* van de *game* op ruimtelijk, tijdelijk en/of sociaal niveau verbreden.

“Pervasive games pervade, bend, and blur the traditional boundaries of game, bleeding from the domain of the game to the domain of the ordinary.”²⁵

Pervasive games zijn ervaringen die zich op de grens tussen het alledaagse leven en *spel* bevinden. Een voorbeeld die Montola en Jaakko Stenros aanhalen, is de *pervasive game Killer*.²⁶ In *Killer* zijn de spelers sluipmoordenaars en is het de bedoeling dat zij hun doelwit, een andere speler, met speelgoed wapens ‘vermoorden’. De speler krijgt van te voren geringe informatie over zijn/haar doelwit, zoals een foto of woonadres, en moet zijn/haar doelwit uitschakelen alwetende dat de speler ook een doelwit is van een andere speler. Wanneer de speler zijn/haar doelwit weet uit te schakelen door bijvoorbeeld het doelwit te vergiftigen met azijn of af te schieten met een camera, neemt hij/zij het doelwit van de zojuist ‘vermoorde’ speler over. Een belangrijk kenmerk van *Killer* is dat het niet in een bepaalde afgesproken tijd of plek gespeeld wordt, maar dat de *game* gespeeld wordt terwijl de spelers gelijktijdig hun dagelijkse dingen doen in het gewone leven. De spelwereld mengt zich bij *Killer* met het alledaags leven en eindigt wanneer er één speler overblijft.

Veel *pervasive games* bieden de mogelijkheid voor *emergent gameplay*.²⁷ Bij de *pervasive game Killer*, zijn de mogelijkheden van de speler om zijn/haar doelwit te ‘vermoorden’ oneindig. De speler mag zelf zijn/haar eigen doelen opstellen en deze op zijn/haar eigen manier nakomen. Een speler van *Killer* kan door deze oneindige mogelijkheden en onvoorspelbare omgevingen bijvoorbeeld het idee krijgen dat hij/zij wordt achtervolgd door een andere speler, terwijl dit een persoon kan zijn die niet meedoet aan de *game*. Deze niet geplande *gameplay* ervaringen die een speler kan krijgen bij *pervasive games*, wordt *emergent gameplay* genoemd.²⁸

Doordat *pervasive games* mengen met het alledaags leven, is het volgens Montola echter ook belangrijk dat deze *games* bestudeerd worden als niet-*game* fenomenen.²⁹ Wanneer

²⁴ Montola, 12.

²⁵ Ibidem.

²⁶ Markus Montola en Jaakko Stenros, “Killer: The Game of Assassination,” in *Pervasive Games: Theory and Design*, red. Markus Montola, Jaakko Stenros en Annika Waern (Burlington, MA: Morgan Kaufman Publishers, 2009), 3-6.

²⁷ Montola, 18.

²⁸ Ibidem.

²⁹ Idem, 19.

de drie niveaus van de *magic circle* heel erg worden verbreed, kan de *magic circle* zijn betekenis als grens tussen het ‘ludieke’ en ‘gewone’ namelijk verliezen.³⁰ Zo zou bijvoorbeeld ook het dagelijks leven als *pervasive game* gezien kunnen worden, omdat beargumenteerd kan worden dat de tijdelijke grens van het leven extreem verbreed is. Echter zegt Montola dat er geen spelwereld kan zijn zonder de ‘echte’ wereld en dat een *pervasive game* dus vanuit beide kanten onderzocht moet worden.³¹ Montola kaart aan dat een *pervasive game* enigszins speels moet zijn, maar erkent ook dat dit voor iedere speler en niet-speler anders is.³² Zo haalt hij het voorbeeld van professionele sporten aan om aan te tonen dat *games* niet voor iedereen per se speels hoeven te zijn.³³

Professionele sporten zijn een goed voorbeeld waarin *games* hun ‘ludieke’ waarde kunnen verliezen. Wanneer bekwaamheid in een *game* noodzakelijk is voor een speler om te kunnen leven, dan is *play* gemotiveerd door de resultaten in plaats van het proces van het spelen.³⁴ De speelsheid van de *game* verdwijnt hierdoor. Montola kent vanwege deze reden een vierde mogelijkheid toe aan de manier waarop de *magic circle* van een *game* verbreed kan worden: de *legal-economical expansion*.³⁵ Deze verbreding van de *magic circle* vindt voornamelijk plaats bij bijvoorbeeld professionele sport- en gokspellen, omdat deze *games* legale en economische consequenties hebben in het dagelijks leven.³⁶ Het is echter belangrijk om op te merken dat wanneer het *legal-economical* niveau van de *magic circle* verbreed wordt, dat er dan niet per definitie gesproken mag worden van een *pervasive game*. Zoals eerder genoemd kan er volgens Montola pas gesproken worden van een *pervasive game* wanneer de *magic circle* op tijdelijk, ruimtelijk en/of sociaal niveau wordt verbreed.³⁷

Media events

In dit onderzoek wordt mede onderzocht wat het *media event* rondom SERIOUS REQUEST 2015 doet met de *pervasiveness* van de *game*. Om dit te kunnen onderzoeken, zal eerst duidelijk gemaakt moeten worden wat er onder een *media event* verstaan wordt. In *Media Events: The Live Broadcasting of History* omschrijven Dayan en Katz *media events* als een genre. Ze gebruiken drie linguïstische categorieën om de kenmerken van het genre te definiëren: de *syntactic level* (de grammatica van *media events*), de *semantic level* (de betekenis van *media*

³⁰ Montola, 19.

³¹ Ibidem.

³² Ibidem.

³³ Ibidem.

³⁴ Ibidem.

³⁵ Ibidem.

³⁶ Ibidem.

³⁷ Idem, 12.

events) en de *pragmatic level* (de relatie tussen tekens en hun gebruikers).³⁸ Met de *syntactic level* van *media events* wordt bedoeld dat *media events* altijd live uitzendingen zijn die op verschillende zenders worden uitgezonden en/of verschillende mediavormen in beslag nemen.³⁹ Er wordt ruimte vrij gemaakt in de dagelijks programmering voor *media events*. Met de *semantic level* van *media events* bedoelen Dayan en Katz dat *media events* altijd als een belangrijk fenomeen en als een ceremonie of plechtigheid worden geëtaled.⁴⁰ De *pragmatic level* van *media events* duidt aan dat *media events* een groot publiek fascineren en dat de *media events* begrepen worden als gedeelde ervaringen die kijkers van een maatschappij (of meerdere) verenigen.⁴¹ Volgens Dayan en Katz kan er alleen gesproken worden van een *media event* als deze drie categorieën met deze kenmerken zichtbaar zijn.⁴²

Methode & Operationalisering

Het evenement SERIOUS REQUEST 2015 bestaat zowel uit radio- als televisie-uitzendingen. Daarnaast gebruikt het evenement verschillende social media-kanalen als Twitter en Instagram. In dit onderzoek heb ik ervoor gekozen om de focus vooral op de televisie-uitzending van SERIOUS REQUEST TV te leggen, omdat ik benieuwd ben naar wat er met een *pervasive game* gebeurt wanneer deze wordt uitgezonden op televisie. Daarnaast incorporeren deze televisie-uitzendingen ook verschillende social media-feeds en wordt er aan het eind van iedere uitzending een livestream van de radio-uitzending uitgezonden, waardoor deze mediaplatformen in dit onderzoek ook kort behandeld worden.

Om de onderzoeksvraag te beantwoorden, heb ik een stijlanalyse gedaan van een uitzending van SERIOUS REQUEST TV. Een stijlanalyse is een tekstuele analyse van een mediatekst die Jeremy Butler in *Television Style* beschrijft.⁴³ In een stijlanalyse wordt er gekeken naar verschillende stijlkenmerken van een tekst en naar de manier waarop deze vervolgens onder meer betekenissen creëren, sferen neerzetten en kijkers adresseren.⁴⁴ Een stijlanalyse is geschikt om de onderzoeksvraag te beantwoorden, omdat een dergelijke analyse handvatten biedt om ieder (*spel*)element uit een audiovisuele mediatekst te halen.

Ik heb nadrukkelijk gekeken naar de volgende stijlkenmerken uit de uitzending: dialoog en de manier waarop de kijker wordt aangesproken door de presentatoren, narratief en opbouw van de uitzending, mise-en-scène en videografie. Deze stijlkenmerken zijn in bijlage

³⁸ Dayan en Katz, 10-13.

³⁹ Idem, 11.

⁴⁰ Idem, 12.

⁴¹ Idem, 13.

⁴² Ibidem.

⁴³ Jeremy Butler, *Television Style* (New York: Routledge, 2010), 11.

⁴⁴ Ibidem.

1 verwerkt en aan de hand van deze stijlkenmerken worden de regels van de *game* evident en wordt de manier waarop de televisie-uitzending de *magic circle* van de *game* verandert duidelijk. De stijlanalyse maakt daarnaast helder hoe de kijkers van het programma worden overtuigd om te participeren in het media-evenement, en dus ook aan de *game*.

SERIOUS REQUEST TV bestaat uit veel beeldmateriaal. Om antwoord te geven op de hoofdvraag van dit onderzoek, kan in principe elke televisie-uitzending van SERIOUS REQUEST TV geanalyseerd worden, omdat de stijl van de televisie-uitzending vastligt in het format dat jaarlijks terugkeert en verkocht wordt aan andere landen.⁴⁵ Om het onderzoek af te bakenen is er gekozen om een uitzending van SERIOUS REQUEST TV te analyseren die op de laatste dag van het evenement werd uitgezonden om 12.25 uur op NPO 3, SERIOUS REQUEST TV 24-12-2015.⁴⁶

Het onderzoek bestaat uit twee delen, waarbij de focus van het eerste deel ligt op hoe SERIOUS REQUEST 2015 begrepen kan worden als een *pervasive game*. Ik heb gedurende de analyse gekeken naar de manier waarop het evenement wordt geïntroduceerd door de presentatoren en hoe er over het evenement gesproken wordt. Er is nadrukkelijk gelet op de manier waarop zij de regels van de *game* evident maken. Daarnaast is er op de videografie gelet, met in het bijzonder de sjablonen die onderin beeld verschijnen (de footers) en hoe deze de regels van de *game* helder maken, aangaande hoe de *game* gespeeld wordt.

In het tweede deel van het onderzoek ligt de focus op de manier waarop de mise-en-scène, videografie en de onderwerpen van de rubrieken, de *magic circle* van de *game* verbreden. Gedurende de analyse bedacht ik me voortdurend hoe de *magic circle* van de *game* eruit zou zien als de actie niet op televisie uitgezonden zou worden. Ik heb onderscheid gemaakt tussen de verschillende niveaus waarop de *magic circle* volgens Montola veranderd kan worden: het ruimtelijke niveau, het sociale niveau en het tijdelijke niveau. Ook zal kort de *legal-economical* grens besproken worden, maar omdat een inzamelingsactie in wezen deze grens verbreedt en omdat dit grensniveau volgens Montola geen invloed heeft op de *pervasiveness* van een *pervasive game*, zal deze besproken worden in het eerste deel van het onderzoek en zal de focus in het tweede deel voornamelijk liggen op de eerstgenoemde grensniveaus.

Daarnaast zal ik in het tweede deel van het onderzoek SERIOUS REQUEST 2015 onder het genre *media events* scharen. De onderzoeksresultaten van de stijlanalyse zullen gekoppeld

⁴⁵ “EBU – Proud to present,” laatst geraadpleegd op 21 juni 2016, <http://www.ebu.ch/proud-to-present>.

⁴⁶ *Serious Request TV 24-12-2015*. Televisieprogramma. NPO 3. NPO, 24 december 2015. Laatst geraadpleegd op “Serious Request TV kijk je op npo.nl | NPO,” op 19 mei 2016, http://www.npo.nl/serious-request-tv/24-12-2015/POW_02982259.

worden aan literatuur over *media events*. Hieruit zal duidelijk worden welke kenmerken van een *media event* bijdragen aan de *pervasiveness* van de *game* en zal de invloed van het zijn van een *media event* op de *pervasiveness* van de *game*, besproken worden.

De uitzending is driemaal bekeken, waarbij telkens aantekeningen gemaakt zijn van de meest opvallende momenten waarop de regels van de *game* evident worden en de *magic circle* van de *game* lijkt te veranderen. Er is een shotlist gemaakt, waarbij elk shot voorzien is van een screenshot ter illustratie en een tijdsaanduiding van wanneer de screenshot genomen is. De shotlist is verwerkt in een tabel in bijlage 1. Bij elk shot is er beschreven wat er in de audio te horen is met de focus op wat er in de uitzending gezegd wordt (dialogoog & adressering naar de kijkers) en wat er in het beeld gebeurt met een korte beschrijving van het shot, waarbij de focus ligt op de mise-en-scène en videografie.

Resultaten

De resultaten zijn verwerkt in een tabel en zijn te vinden in bijlage 1. De uitzending die geanalyseerd is bestaat uit de volgende 18 rubrieken:

#	NAAM
1	Het plein #1
2	Hoogtepunten van de dag
3	Het plein #2
4	Dagboekkamer
5	Het plein #3
6	Doel van SR15
7	Het plein #4
8	Niels uit Sittard doet actie
9	Het plein #5
10	Buikdansen voor SR15
11	Het plein #6
12	BN-ers steken een hart onder de riem
13	Het plein #7
14	Overzicht acties in Nederland
15	Het plein #8
16	Chequebox
17	Het plein #9
18	De dj's in het Glazen Huis

Tabel 1: De 18 rubrieken uit de geanalyseerde uitzending.

Hoofdstuk 1: Serious Request als game.

Alvorens er gekeken kan worden naar wat de televisie-uitzending van SERIOUS REQUEST TV doet met de *pervasiveness* van de *game*, zal eerst geschetst moeten worden hoe de inzamelingsactie begrepen kan worden als een *game*. Zoals eerder aangegeven wordt de definitie van *games* van Jesper Juul aangehaald. Wanneer SERIOUS REQUEST 2015 een op regels gebaseerd systeem is waarbij de kenmerken die hij bespreekt van toepassing zijn, kan SERIOUS REQUEST 2015 begrepen worden als een *game*.

Doel & spelers van de game

In de televisie-uitzending van SERIOUS REQUEST TV wordt het doel van de SERIOUS REQUEST 2015 duidelijk gemaakt door de reporters die op het Pancratiusplein staan, het plein waar het Glazen Huis staat. Reporter Saskia zegt in shot 145.1 tegen de kijkers thuis het volgende:

“Zoveel verschillende acties en dat is te gek om te zien, dat heel Nederland zich inzet voor 3FM Serious Request om zoveel mogelijk geld in te zamelen voor het Rode Kruis.”⁴⁷

Uit deze quote maakt Saskia het doel van SERIOUS REQUEST 2015 duidelijk, namelijk het zoveel mogelijk geld inzamelen voor de hulpverleningsorganisatie het Rode Kruis. Doordat het doel van de actie het behalen van een bedrag behelst, zijn er verschillende uitkomsten mogelijk. Hoe meer geld wordt opgehaald voor het goede doel, des te beter. SERIOUS REQUEST 2015 voldoet zodoende aan het kenmerk van Juul dat een *game* verschillende uitkomsten kent die verschillende waarden hebben.

Daarnaast benoemt Saskia in deze quote wie de betrokkenen van SERIOUS REQUEST 2015 zijn, namelijk “heel Nederland”, ofwel de inwoners van Nederland. In shot 82.3 zegt reporter Annemieke: “Let wel: vraag die plaat aan om jongetjes als Ekzozé te helpen. 0909-1336.”⁴⁸ Terwijl Annemieke dit zegt verschijnt er in beeld een footer waarin de website van 3FM en het telefoonnummer die zij noemt, weergegeven worden (figuur 2).



Figuur 2: Shot 82.3. Annemieke adresseert de kijkers thuis.

Annemieke kijkt terwijl ze dit zegt in de camera en adresseert op deze manier de kijkers thuis. Ze nodigt de kijkers thuis uit om te participeren. Hieruit wordt duidelijk dat iedereen aan de actie mee kan doen en dus de *game* kan spelen.

De actie heeft ook een tijdslimiet. In shot 2 zegt Annemieke tegen de kijkers dat het de finaledag is en dat dat betekent dat dit de laatste dag is er nog geld ingezameld kan worden.⁴⁹ SERIOUS REQUEST 2015 vond plaats van 18 tot en met 24 december. Al het geld dat in die week werd opgehaald telde mee voor het eindbedrag van de inzamelingsactie.

⁴⁷ Zie bijlage 1. Shot 145.1.

⁴⁸ Zie bijlage 1. Shot 82.3.

⁴⁹ Zie bijlage 1. Shot 2.

Hoe wordt de game gespeeld?

Het behalen van het doel kan op allerlei verschillende manieren. Zo roepen de reporters de kijkers veelvuldig op om zelf actie te ondernemen en manieren te verzinnen om geld op te halen voor SERIOUS REQUEST 2015 (shots 161, 204, 205 en 206). In shot 161 zegt Saskia bijvoorbeeld: “... maar je kunt ook gewoon in actie komen. Er zijn namelijk heel veel acties waar jij gewoon bij kunt aanhaken.”⁵⁰ In de rubriek die na dit shot volgt, rubriek 14: *Overzicht acties in Nederland*, worden er verschillende acties getoond waaraan mensen mee kunnen doen om de actie te steunen. De televisie-uitzending laat zodanig zien dat mensen op allerlei verschillende manieren kunnen deelnemen aan verschillende acties door het hele land en dat ze zelf acties kunnen verzinnen om invloed uit te oefenen op het eindresultaat van SERIOUS REQUEST 2015. De regels van SERIOUS REQUEST 2015 zijn dus redelijk vrij, waardoor de *game* voor unieke *emergent gameplay* ervaringen kan zorgen. Een voorbeeld hiervan is te zien in rubriek 8: *Niels uit Sittard doet actie*. In deze rubriek zien we Niels die zijn gitaartalent gebruikt om huiskamerconcerten te geven voor SERIOUS REQUEST 2015 (figuur 3). De *game* biedt de mogelijkheid dat participanten hun eigen talent en creativiteit kunnen gebruiken om het doel van de *game* te halen.



Figuur 3: Shot 114. Niels geeft een huiskamerconcert voor zijn vrienden en familie om geld in te zamelen voor Serious Request 2015.

Gedurende de uitzending komt er regelmatig een footer in beeld met een telefoon- en gironummer (figuur 4). Daarnaast sporen de reporters de kijkers thuis aan om een plaat aan te vragen en om geld te doneren (shots 81, 82.2, 82.3, 157, 164, 173 en 179). Zo zegt Annemieke in shot 173:

“Je kunt natuurlijk een plaat aanvragen, 0909-1336. Maar je kunt ook even kijken op 3fm.nl/veiling. Hele mooie, bijzondere dingen staan daar. Bied erop, en misschien win je ze dan wel en dan steun je natuurlijk ook meteen 3FM Serious Request. Doneren, dat kan ook. Het gebeurt steeds meer, 3fm.nl/doneer.”⁵¹

De uitzending laat op deze manier participatiemogelijkheden zien, zodat de kijker thuis te weten krijgt hoe hij/zij de actie kan steunen. Wanneer de deelnemers één of meerdere van

⁵⁰ Zie bijlage 1. Shot 161.

⁵¹ Zie bijlage 1. Shot 173.

deze acties uitvoeren, wordt de uitkomst van SERIOUS REQUEST 2015 beïnvloedt, omdat het eindbedrag van SERIOUS REQUEST 2015 groeit wanneer deze acties uitgevoerd worden. De uitkomst wordt zodoende beïnvloedt door de acties van de spelers, een kenmerk waar een *game* volgens Juul aan moet voldoen.



Figuur 4: Shot 81. Het logo van de actie met daarbij een giro- en telefoonnummer.

Gehechtheid aan de uitkomst

SERIOUS REQUEST 2015 kent geen concrete winst/verlies situatie. Een inzamelingsactie kan in principe niet gewonnen worden. Toch wordt door de adressering naar de kijkers en uit het narratief van de uitzending duidelijk, dat een hoog eindbedrag voor het Rode Kruis beter gevonden wordt dan een laag eindbedrag. Zo zegt Annemieke in shot 2: “De finaledag. Dat betekent nog één dag de kans om heel veel geld in te zamelen.”⁵² Annemieke spoort de kijkers op de laatste dag aan om nog meer geld in te zamelen, waaruit blijkt dat dit beter gevonden wordt dan wanneer dit niet gebeurt. Een ander voorbeeld is te zien in shot 7, waarin de laatste tussenstand van de actie in beeld wordt gebracht (figuur 5). De weergave van een tussenstand is een kenmerk die voornamelijk in *games* terug te zien is. Tussenstanden laten zien hoe goed of slecht een *game* gespeeld wordt en kunnen als motivatie dienen voor spelers om beter te presteren, en in dit geval om te laten zien dat er nog meer geld opgehaald kan worden.



Figuur 5: Shot 7. De laatste tussenstand wordt getoond om te laten zien hoe goed Serious Request 2015 verloopt.

Een kenmerk van een *game* is dat spelers waarde hechten aan de uitkomst van de *game*. Doordat SERIOUS REQUEST 2015 verschillende uitkomsten met verschillende waarden kent, zijn er spelers die meer waarde hechten aan een uitkomst met een hoog eindbedrag voor het

⁵² Zie bijlage 1. Shot 2.

Rode Kruis, dan een uitkomst met een laag eindbedrag. Wat de spelers beschouwen als een hoog of laag eindbedrag is subjectief en voor iedere speler verschillend.

Net als bij ieder andere *game* lopen de redenen waarom SERIOUS REQUEST 2015 gespeeld wordt uiteen. De voornaamste reden waarom SERIOUS REQUEST 2015 gespeeld wordt, is dat spelers door het spelen anderen helpen, wat de speler een goed gevoel kan geven. De speler steunt door het spelen immers het goede doel. Later in dit onderzoek zal ik beargumenteren dat doordat de *game* heel erg *pervasive* is, er ook mensen zijn die de gewenste *lusory attitude* niet aannemen. Zo zullen er participerende mensen zijn die helemaal geen waarde hechten aan de uitkomst van de *game*. Of zij gezien kunnen worden als spelers van de *game* zal eveneens onderzocht worden.

De consequentie van de game

Doordat SERIOUS REQUEST 2015 een op regels gebaseerd systeem is waarbij de bovenstaande kenmerken van toepassing zijn, kan SERIOUS REQUEST 2015 begrepen worden als een *game* volgens de definitie van Juul. Het laatste kenmerk dat Juul bespreekt in zijn definitie van *games*, is dat een *game* consequenties kan hebben op de wereld buiten de *game*, ofwel het dagelijks leven. SERIOUS REQUEST 2015 is een voorbeeld van een *game* waarbij het *legal-economical* niveau van de *magic circle* verbreed is. Er wordt immers geld opgehaald voor een hulpverleningsorganisatie, het Rode Kruis, die profijt heeft van de uitkomst van de *game*.

Hoofdstuk 2: Televisie als grensverlegger

Nu duidelijk is gemaakt hoe SERIOUS REQUEST 2015 begrepen kan worden als een *game*, is het mogelijk om te kijken wat de televisie-uitzending doet met de *pervasiveness* van de *game*. De ruimtelijke, tijdelijke en sociale grensniveaus van de *magic circle* van SERIOUS REQUEST 2015 worden in dit hoofdstuk besproken om SERIOUS REQUEST 2015 te classificeren als een *pervasive game*. Bij ieder niveau wordt vervolgens besproken wat de rol van de televisie-uitzending is op de verbreding van deze grensniveaus.

De ruimtelijke grens - Nederland als speelveld

In shot 6 staat reporter Saskia voor het Glazen Huis op het Pancratiusplein (figuur 6). In dit shot benoemt Saskia het Glazen Huis “het



Figuur 6: Shot 6. Reporter Saskia staat voor het Glazen Huis in Heerlen, het epicentrum van Serious Request 2015.

epicentrum van deze actie”.⁵³ Alhoewel het Glazen Huis gezien kan worden als het epicentrum van de actie, ligt de *magic circle* van de *game* op ruimtelijk niveau niet vlakbij dit epicentrum. De *game* SERIOUS REQUEST 2015 wordt namelijk overal in Nederland gespeeld.

Dit is onder andere te zien in rubriek 8: *Niels uit Sittard doet actie*, waarin Niels in Sittard huiskamerconcerten geeft voor de actie en dus de *game* speelt op een plek ver van het Glazen Huis vandaan. Daarnaast is in shot 121 te zien dat Sheila met haar buikdansschool actie voert in Zütphen, doordat de visueel non-diëgetische footer aangeeft dat haar buikdansschool in Zütphen staat (figuur 7). In rubriek 14: *Overzicht acties in Nederland* wordt het meest duidelijke voorbeeld gegeven van het feit dat de *game* in het hele land gespeeld wordt, omdat dit een overzicht van lopende acties in Nederland illustreert. De Nederlandse kaart die in deze rubriek getoond wordt, kan gezien worden als een symbolische en visuele weergave van de *magic circle* van SERIOUS REQUEST 2015 op ruimtelijk niveau (figuur 8).



Figuur 7: Shot 121. De non-diëgetische footer in beeld geeft aan dat de actie die in deze rubriek gehouden wordt, in Zütphen plaatsvindt.



Figuur 8: Shot 162. De kaart van Nederland wordt in rubriek 14 weergegeven. De kaart representeert de ruimtelijke grens van de *magic circle* en dat de *game* overal in Nederland gespeeld wordt.

Alhoewel de televisie-uitzending benadrukt dat de *game* in heel het land gespeeld wordt, heeft de televisie-uitzending geen invloed op de verbreding van de *magic circle* op ruimtelijk niveau. Als de inzamelingsactie niet werd gefaciliteerd door een televisie-uitzending, dan zou de *game* namelijk nog steeds overal gespeeld kunnen worden. De televisie-uitzending heeft daarentegen wel een ondersteunende functie om de televisiekijkers eraan te herinneren dat de *magic circle* op ruimtelijk niveau erg breed is en dat de *game* dus overal in Nederland gespeeld kan worden. Vanwege het feit dat de *game* overal in Nederland gespeeld wordt en de *magic circle* op ruimtelijk niveau erg breed is, kan SERIOUS REQUEST 2015 geclassificeerd worden als een *pervasive game*.

⁵³ Zie bijlage 1. Shot 6.

De tijdelijke grens – De eeuwigdurende game

In de televisie-uitzending van SERIOUS REQUEST TV wordt er naar een einde toegewerkt, omdat SERIOUS REQUEST 2015 tussen 18 en 24 december plaatsvond en dus een begin en einde heeft.⁵⁴ In de uitzending wordt dit benadrukt doordat er onder andere tussenstanden gegeven worden (figuur 5) en doordat de reporters en dj's continu benadrukken hoe lang het evenement nog duurt. Zo zegt dj Paul in shot 54 bijvoorbeeld: “De laatste dag. Ik kan het me eigenlijk gewoon niet voorstellen, weet je dat?” en zegt Saskia in shot 59.1: “Nog maar heel eventjes, dan mogen ze het huis uit. Dan gaan we ook kijken wat het uiteindelijk heeft opgeleverd.”⁵⁵ SERIOUS REQUEST 2015 heeft zodoende een statische tijdelijke grens die in de uitzending benadrukt wordt.

Ondanks dat het evenement in wezen een statische tijdelijke grens heeft, wil ik beargumenteren dat het *media event* rondom de actie ervoor zorgt dat de tijdelijke grens van de *game* toch op een bepaalde manier verbreed wordt. Om deze stelling te onderbouwen zal ik eerst wat context over SERIOUS REQUEST geven en zal ik de actie onder het genre *media events* scharen. Zoals eerder genoemd is SERIOUS REQUEST een terugkerend jaarlijks evenement dat in de week voor kerst uitgezonden wordt op de Nederlandse Publieke Omroep.⁵⁶ Zowel de televisie- als radio-uitzendingen worden live uitgezonden en nemen verschillende zenders in beslag (radio 3FM en de NPO). Doordat het evenement ieder jaar weer rond dezelfde tijd terugkeert, wordt er voor SERIOUS REQUEST ruimte vrij gemaakt in de dagelijkse programmering. Het evenement voldoet zodoende aan de *syntactic level* van *media events* die Dayan en Katz omschrijven in *Media Events: The Live Broadcasting of History*.⁵⁷

In de adressering naar de kijkers toe wordt in de uitzending van SERIOUS REQUEST TV continu benadrukt dat heel Nederland zijn steentje bijdraagt voor het goede doel. Zo zegt Annemieke bijvoorbeeld in shot 47.1: “Al die requests die overal uit het land komen,” waaruit duidelijk wordt dat allerlei mensen uit heel Nederland actie voeren en geld doneren.⁵⁸ De actie lijkt op deze manier een evenement waar in ieder geval een groot deel van de Nederlandse bevolking bij betrokken is. Verschillende cijfers over het evenement onderbouwen deze

⁵⁴ “De start van 3FM SR15 in Heerlen – Nieuws - 3FM Serious Request,” laatst geraadpleegd op 1 augustus 2016, <http://seriousrequest.3fm.nl/nieuws/detail/5351298/de-start-van-3fm-sr15-in-heerlen>.

⁵⁵ Zie bijlage 1. Shots 54 en 59.1.

⁵⁶ “3FM Serious Request alle jaren in vogelvlucht – Nieuws – 3FM Serious Request,” laatst geraadpleegd op 1 augustus 2016, <http://seriousrequest.3fm.nl/nieuws/detail/5349712/3fm-serious-request-alle-jaren-in-vogelvlucht>.

⁵⁷ Dayan en Katz, 11.

⁵⁸ Zie bijlage 1. Shot 47.1.

stelling. In 2015 heeft SERIOUS REQUEST 7.562.985 euro opgehaald.⁵⁹ Ieder jaar bereikt het evenement meer dan 10 miljoen Nederlanders.⁶⁰ Daarnaast wordt het evenement uitgezonden op de Nederlandse Publieke Omroep, een omroep die garant staat voor een rijke en gevarieerde programmering voor kijkers en luisteraars van alle bevolkingsgroepen van Nederland.⁶¹ Doordat het evenement zoveel kijkers bereikt en doordat er ieder jaar een groot bedrag wordt opgehaald, kan er gesteld worden dat het evenement een groot publiek fascineert waardoor de *pragmatic level* van *media events* terug te zien in SERIOUS REQUEST.

Ook het belang van de actie wordt in SERIOUS REQUEST TV benadrukt. Zo worden er in rubriek 6: *Doel van SR15* beelden getoond van jongeren uit conflictgebieden. Ze vertellen in deze rubriek wat ze met de hulp van het Rode Kruis kunnen en willen doen in de toekomst. Een ander voorbeeld waarbij het belang van de actie wordt benadrukt is in rubriek 7: *Het plein #4*, waarin Annemieke haar collega Wijnand Speelman interviewt over zijn ervaringen die hij heeft beleefd in Congo. Speelman benadrukt in dit interview het belang van de actie en roept heel Nederland op om te doneren: “We kunnen echt verschil maken op die manier, door het Rode Kruis te steunen en te storten op giro 661.”⁶² SERIOUS REQUEST 2015 wordt zodoende getaleerd als een belangrijk fenomeen, waarbij “we”, de Nederlanders, worden opgeroepen om samen een bedrag in te zamelen voor slachtoffers van een stille ramp in de week voor kerst. SERIOUS REQUEST kan op deze manier gezien worden als een soort jaarlijks terugkerende ceremonie. Vanwege deze reden is ook de *semantic level* van *media events* volgens Dayan en Katz zichtbaar in SERIOUS REQUEST.

De *syntactic*, *pragmatic* en *semantic levels* die Dayan en Katz toekennen aan het genre *media events* zijn alle drie terug te vinden in SERIOUS REQUEST, waardoor het evenement geschaard kan worden onder dit genre. Terugkoppelend aan de tijdelijke grens van de *magic circle*; wat heeft het feit dat SERIOUS REQUEST een *media event* is te maken met de verbreding van de *magic circle*? Zoals eerder besproken heeft het evenement SERIOUS REQUEST een statische tijdelijke grens, omdat het evenement een begin en einde heeft. Doordat SERIOUS REQUEST een jaarlijks terugkerend *media event* is, weten mensen uit de Nederlandse samenleving (*pragmatic level*) dat de actie in de week voor kerst gehouden wordt (*syntactic level*). Vanwege deze reden is het mogelijk dat spelers al een tijd voordat het evenement

⁵⁹ “3FM Serious Request eindstand 2015: 7.562.985 euro – Nieuws – 3FM Serious Request,” laatst geraadpleegd op 1 augustus 2016, <http://seriousrequest.3fm.nl/nieuws/detail/5351447/3fm-serious-request-eindstand-2015-7562985-euro>.

⁶⁰ “3FM Serious Request bereikt 121 miljoen mensen – Nieuws – 3FM Serious Request,” laatst geraadpleegd op 1 augustus 2016, <http://seriousrequest.3fm.nl/nieuws/detail/5350391/3fm-serious-request-bereikt-121-miljoen-mensen>.

⁶¹ “Missie en visie – NPO,” laatst geraadpleegd op 1 augustus 2016, <http://over.npo.nl/missie-en-visie>.

⁶² Zie bijlage 1. Shot 82.2.

plaatsvindt, beginnen met actie voeren om geld op te halen voor het Rode Kruis. De tijdelijke grens van de *game* wordt verbreed doordat er spelers zijn die ervoor kiezen om de *game* te spelen alvorens het evenement begint. De vrije regels van de *game* bieden namelijk de mogelijkheid dat mensen actie kunnen voeren voordat het evenement plaatsvindt. Het evenement zelf heeft zodoende een statische tijdelijke grens, terwijl de tijdelijke grens van de *game* *pervasive* is. Deze *pervasiveness* ontstaat echter alleen doordat er spelers zijn die weten dat de actie plaats gaat vinden, waardoor de ontologie van het *media event* hieraan bijdraagt.

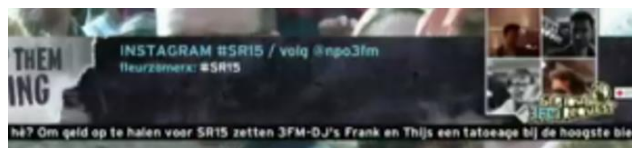
De sociale grens – Iedereen doet mee

Een consequentie van verbreedde tijdelijke en ruimtelijke grensniveaus van een *magic circle* is dat buitenstaanders gemakkelijk betrokken kunnen raken bij een *pervasive game* en dat het sociale grensniveau van de *magic circle* derhalve verbreed raakt.⁶³ Bij *pervasive games* is de grens tussen de speelse activiteit en het normale dagelijks leven ambigu, waardoor mensen rondom een *pervasive game* vaak worden uitgenodigd om op verschillende manieren deel te nemen aan de *game*. Deze deelname van buitenstaanders komt in verschillende gradaties voor, variërend van het enkel aanschouwen van een *pervasive game* tot aan het volledig participeren aan een *pervasive game*.⁶⁴

De regels van de *game* SERIOUS REQUEST 2015 zijn erg vrij en zorgen ervoor dat iedereen aan de *game* mee mag doen. Iedereen zou in principe een actie kunnen voeren om vervolgens het eindbedrag van SERIOUS REQUEST 2015 te beïnvloeden. SERIOUS REQUEST 2015 is zodoende een *game* waarbij het sociale grensniveau van de *magic circle* erg *pervasive* is.

Wat doet de televisie-uitzending met het sociale grensniveau van de *magic circle* van SERIOUS REQUEST 2015? In rubriek 18: *De dj's in het Glazen Huis* worden gedurende de hele rubriek verschillende social media-feeds

weergegeven in de non-diëgetische footer (figuren 9 en 10). Zo incorporeert de uitzending berichten uit social media als Instagram (shots 184, 191 en 206), Twitter (shots 179, 189, 197 en 198) en de 3FM-app (shots 181, 182, 190, 201, 204, 205, 217 en 218). Daarnaast worden er ook sms'en in deze footer getoond die mensen hebben ingestuurd (shots 177, 178, 185, 186, 188, 192, 195, 196, 210, 212 en 213).



Figuur 9: De non-diëgetische footer uit shot 184. Een Instagram-feed wordt weergegeven.

⁶³ Montola, 14.

⁶⁴ Ibidem.

Wanneer mensen actief zijn op deze social mediakanalen en berichten sturen naar de actie, bestaat de kans dat deze berichten in de footer van de uitzending weergegeven worden. Op deze manier worden er participatiemogelijkheden getoond en gecreëerd. Televisie kan begrepen worden als een *multimediaal* medium. Chiel Kattenbelt omschrijft *multimedialiteit* in “Intermediality in Theatre and Performance: Definitions, Perceptions and Medial Relationships” als het gelijktijdig bestaan van meerdere media binnen één object.⁶⁵ Doordat de *game* onder andere gemedieerd wordt door het multimediale medium televisie, creëert en toont de *game* participatiemogelijkheden waardoor het bereik van de *game* groter wordt en waardoor mensen gemakkelijk in contact kunnen komen met de *game*. Het sociale grensniveau van de *magic circle* wordt hierdoor verbreed.



Figuur 10: Shot 189. Een Twitter-feed wordt weergegeven in de non-diëgetische footer.

Het bereik van de *game* wordt ook groter door het *media event* rondom SERIOUS REQUEST. De ontologie van het *media event* zorgt er namelijk voor dat de *game* deel uitmaakt van de maatschappij, waardoor het aannemelijk is dat een willekeurig persoon in Nederland op een één of andere manier te maken krijgt met de *game*. Deze persoon kan er bijvoorbeeld over gelezen hebben in de krant, langs de uitzending hebben gezapt of erover gehoord hebben via social media en het internet. Het bereik van de *game* wordt zodoende ook groter doordat het evenement wordt gefaciliteerd door een *media event*.

De televisie-uitzending en het grote bereik van het evenement kunnen als motivatie fungeren voor mensen om aan de *game* mee te doen. Een voorbeeld waaruit dit duidelijk wordt is te zien in rubriek 16: *Chequebox*. Deze rubriek wordt gewijd aan de chequebox die op het Pancratiusplein naast het Glazen Huis in Heerlen staat. Mensen die actie hebben gevoerd kunnen hier hun cheques afgeven en vertellen wat ze precies gedaan hebben (figuur 11). Alhoewel het niet



Figuur 11: Shot 170. Sven (de jongen met een cheque in zijn handen) vertelt dat hij 1500 euro heeft opgehaald en komt met zijn verhaal op nationale televisie.

⁶⁵ Chiel Kattenbelt, “Intermediality in Theatre and Performance: Definitions, Perceptions and Medial Relationships,” *Culture, Language and Representation*, Vol. 6: *Intermediality* (2008): 22.

verplicht is om langs de chequebox te gaan, krijgen mensen wel de mogelijkheid om dit te doen en op deze manier op nationale televisie te komen, wat voor sommigen een beweegreden kan zijn om aan de *game* mee te doen.

Een ander voorbeeld waarin te zien is hoe het medium televisie als motivatie voor mensen kan fungeren om mee te doen aan de *game*, is te zien in de sms-feed in shot 211 (figuur 12). In de sms-feed wordt een sms weergegeven met de tekst “LEON ik hou van jou!!!!!!”. Wanneer mensen een sms versturen naar 3333, is er een kans dat de sms op nationale televisie uitgezonden wordt.



Figuur 7: Shot 211. In de sms-feed wordt het bericht "LEON ik hou van jou!!!!!!" weergegeven.

Deze mensen doneren door het versturen van een sms automatisch 90 cent aan het Rode Kruis, waardoor zij de uitkomst van de *game* beïnvloeden.⁶⁶ Op deze manier wordt er door de vrije regels van de *game* (iedereen kan deelnemen) in combinatie met het grote bereik die het evenement heeft en de *multimediale* functie van televisie, een beweegreden gecreëerd voor mensen om aan het evenement deel te nemen.

Kunnen de mensen die deelnemen aan SERIOUS REQUEST 2015 met de beweegreden om in beeld te komen, beschouwd worden als spelers van de *game*? Als we de definitie van Juul aanhalen niet, want volgens zijn definitie voelen spelers zich verbonden met de uitkomst van de *game*.⁶⁷ Ik ben echter van mening dat deze deelnemers wel als spelers gezien kunnen worden, omdat zij invloed uitoefenen op de uitkomst van de *game* en een persoonlijke doelstelling hebben om aan de *game* deel te nemen, waardoor zij toch op een bepaalde manier de *lusory attitude* aannemen en de regels van de *game* accepteren.

Daarnaast kan er bevraagd worden of het deelnemen aan het evenement dezelfde activiteit is als het spelen van de *game*. De antwoord op deze vraag ligt in de manier waarop er naar de *pervasive game* gekeken wordt. Volgens Jaakko Stenros, Markus Montola en Frans Mäyrä moet er gekeken worden naar de context van de *game* en de manier van denken van de spelers om deze vraag te beantwoorden.⁶⁸ Zij halen Michael Apter's idee aan om te zeggen

⁶⁶ “Doneren via SMS – Nieuws – 3FM Serious Request,” laatst geraadpleegd op 21 juni 2016, <http://seriousrequest.3fm.nl/nieuws/detail/5350313/doneren-via-sms>.

⁶⁷ Juul, 38.

⁶⁸ Jaakko Stenros, Markus Montola en Frans Mäyrä, “Pervasive Games in Media Culture” in *Pervasive Games: Theory and Design*, red. Markus Montola, Jaakko Stenros en Annika Waern (Burlington, MA: Morgan Kaufman Publishers, 2009), 270.

dat mensen bij activiteiten een *playful mindset* of een *serious mindset* aannemen.⁶⁹ Een *serious mindset* wordt aangenomen om een bepaald doel te bereiken, terwijl iemand een *playful mindset* aanneemt wanneer de activiteit zelf belonend is.⁷⁰ In (figuur 13) zijn de verschillende vormen van *play* die volgens Stenros, Montola en Mäyrä kunnen ontstaan weergegeven.



Figuur 13: De verschillende vormen van *play* die kunnen ontstaan door de context van de game en de manier van denken van de spelers, volgens Stenros, Montola en Mäyrä. De twee vormen van *play* die ontstaan wanneer de manier van denken van de speler in tegenstrijd is met de context van de game zijn 'Instrumental Play' en 'Pervasive Play'. Er is sprake van 'Instrumental Play' wanneer de context van *play* wordt gebruikt voor externe doeleinden, zoals dat gebeurt bij gokspellen en professionele sporten. 'Pervasive Play' ontstaat wanneer een *playful mindset* wordt gebruikt in een normale context, zoals dat gebeurt bij pervasive games. Het logo van 3FM Serious Request is geplaatst tussen de categorieën 'Pervasive Play' en 'Ordinary Life'.

Als we SERIOUS REQUEST in het bovenstaande figuur indelen, dan kan het evenement het best geplaatst worden tussen de categorieën *pervasive play* en *ordinary life*. SERIOUS REQUEST is een evenement met een 'normale' (*ordinary*) context. Het evenement betreft namelijk een serieus doel; het zoveel mogelijk geld inzamelen voor het goede doel. Spelers van SERIOUS REQUEST kunnen echter zowel een *playful* als een *serious mindset* aannemen. Spelers die invloed uitoefenen op de uitkomst van de *game* door bijvoorbeeld geld over te maken, nemen hoogstwaarschijnlijk een *serious mindset* aan omdat zij een bepaald doel willen bereiken. Deze spelers zullen waarschijnlijk niet het idee hebben dat zij een *game* aan het spelen zijn, omdat zij geen *play*-ervaring ondervinden. Een speler als Niels uit rubriek 8 neemt daarentegen waarschijnlijk eerder een *playful mindset* aan, omdat de activiteit zelf, het geven van huiskamerconcerten voor vrienden en familie, al belonend is. De ervaring die Niels ondervindt, wordt door Montola beschreven als *pervasive play*. SERIOUS REQUEST biedt dus

⁶⁹ Stenros, Montola en Mäyrä, 270.

⁷⁰ Ibidem.

pervasive play en *ordinary life*-ervaringen aan, waardoor het mogelijk is om de actie vanuit een *game* als wel een niet-*game* perspectief te benaderen.

Conclusie & Reflectie

In dit onderzoek is de inzamelingsactie SERIOUS REQUEST 2015 volgens de definitie van Jesper Juul begrepen als een *game*. De inzamelingsactie is nadien geclassificeerd als een *pervasive game*, waarop aansluitend onderzocht is wat de televisie-uitzending van, en het *media event* rondom, SERIOUS REQUEST 2015 doet met de *pervasiveness* van de *game*.

SERIOUS REQUEST 2015 kan begrepen worden als een *pervasive game*, omdat de *magic circle* van de *game* op ruimtelijk, sociaal en tijdelijk niveau verbreed is. De *game* biedt zodoende ervaringen die zich op de grens tussen het alledaagse leven en het ‘speelse’ bevinden.

Uit de analyse is gebleken dat de verschillende grensniveaus van de *magic circle* benadrukt en verbreed worden door de televisie-uitzending en het *media event* rondom de *game*. Zo zorgt de ontologie van een *media event* ervoor dat de Nederlandse maatschappij betrokken raakt met het evenement, wat invloed heeft op de verbreding van de tijdelijke en sociale grensniveaus van de *magic circle*. Veel Nederlanders weten namelijk dat het evenement ieder jaar in de week voor kerst plaatsvindt, waardoor het mogelijk is dat mensen de *game* gaan spelen alvorens het evenement geschiedt. De televisie-uitzending van, en het *media event* rondom, SERIOUS REQUEST 2015 zorgt ervoor dat de *game* een groot bereik krijgt. Het grote bereik van de *game*, in combinatie met de *multimediale* functie van televisie, creëert beweegredenen voor mensen om de *game* te spelen. Het sociale grensniveau van de *magic circle* wordt op deze manier breder, waardoor de *game* nog meer *pervasive* wordt.

Kunnen we aan de hand van SERIOUS REQUEST 2015 als voorbeeld iets zeggen over het speelser worden van de cultuur? Ik verwachtte dat wanneer een belangrijk cultureel evenement als SERIOUS REQUEST begrepen kon worden als een *game*, en aangetoond kon worden dat het medium televisie de *game* nog meer *pervasive* maakt, dat de spelwereld meer mengt met het dagelijks leven en dat er zodoende gezegd kon worden dat SERIOUS REQUEST een voorbeeld is waarin de ‘ludificering van de cultuur’ zichtbaar is. Vanuit een gamewetenschappelijk perspectief kan dit onderbouwd worden, omdat uit dit onderzoek blijkt dat doordat de *game* gemedieerd wordt door een televisie-uitzending en een *media event*, het bereik en de toegankelijkheid van de *game* groter wordt en dat de spelwereld zodoende meer mengt met het dagelijks leven. Ik ben me er echter van bewust dit onderzoek het fenomeen SERIOUS REQUEST 2015 enkel vanuit een gameperspectief belicht heeft. Zoals besproken in het theoretisch kader van dit onderzoek is het volgens Montola ook belangrijk dat *pervasive*

games onderzocht worden als niet-*game* fenomenen.⁷¹ Dit is niet gedaan om de lengte van dit onderzoek beperkt te houden. Desalniettemin kan er vanuit een gamewetenschappelijk perspectief aan de hand van dit onderzoek gezegd worden dat het medium televisie en het *media event* rondom de *game*, de *pervasiveness* van SERIOUS REQUEST 2015 groter maken.

Voor toekomstig onderzoek is het daarom relevant om de inzamelingsactie SERIOUS REQUEST vanuit een niet-*game* perspectief te onderzoeken. Het zou dan bijvoorbeeld interessant kunnen zijn om te kijken in hoeverre de inzamelingsactie *gamification* strategieën gebruikt. *Gamification* is een concept dat door Sebastian Deterding et al. in “From Game Design Elements to Gamefulness: Defining “Gamification”” wordt gedefinieerd als het gebruik van game design elementen in een non-game context.⁷²

Daarnaast is het relevant om in toekomstig onderzoek te kijken naar de spelers van SERIOUS REQUEST en of zij het gevoel hebben dat zij een *game* aan het spelen zijn wanneer zij deelnemen aan het evenement. In dit onderzoek is vooral gekeken naar de regels en de context van de *game*. Het model van Stenros, Montola en Mäyrä omtrent de *mindsets* die spelers kunnen aannemen bij verschillende activiteiten, is in dit onderzoek kort genoemd om aan te tonen dat niet alle spelers van SERIOUS REQUEST een speelse ervaring ondervinden. Dit model kan als interessant vertrekpunt fungeren om onderzoek te doen naar de ervaring van de spelers.

⁷¹ Montola, 18.

⁷² Sebastian Deterding et al., “From Game Design Elements to Gamefulness: Defining “Gamification”,” *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments* (New York: ACM, 2011), 2.

Bibliografie

Audiovisueel materiaal

3FM Serious Request. Radio-uitzending, televisieprogramma. 3FM, NPO 3. NPO, 18 tot en met 24 december 2015.

Serious Request TV 24-12-2015. Televisieprogramma. NPO 3. NPO, 24 december 2015.

Laatst geraadpleegd op “Serious Request TV kijk je op npo.nl | NPO,” op 19 mei 2016, http://www.npo.nl/serious-request-tv/24-12-2015/POW_02982259.

Literatuur

3FM. “3FM Serious Request alle jaren in vogelvlucht – Nieuws – 3FM Serious Request.”

Laatst geraadpleegd op 1 augustus 2016,

<http://seriousrequest.3fm.nl/nieuws/detail/5349712/3fm-serious-request-alle-jaren-in-vogelvlucht>.

3FM. “3FM Serious Request bereikt 121 miljoen mensen – Nieuws – 3FM Serious Request.”

Laatst geraadpleegd op 1 augustus 2016,

<http://seriousrequest.3fm.nl/nieuws/detail/5350391/3fm-serious-request-bereikt-121-miljoen-mensen>.

3FM. “3FM Serious Request eindstand 2015: 7.562.985 euro – Nieuws – 3FM Serious Request.” Laatst geraadpleegd op 1 augustus 2016,

<http://seriousrequest.3fm.nl/nieuws/detail/5351447/3fm-serious-request-eindstand-2015-7562985-euro>.

3FM. “De start van 3FM SR15 in Heerlen – Nieuws - 3FM Serious Request.” Laatst geraadpleegd op 1 augustus 2016,

<http://seriousrequest.3fm.nl/nieuws/detail/5351298/de-start-van-3fm-sr15-in-heerlen>.

3FM. “Doneren via SMS – Nieuws – 3FM Serious Request.” Laatst geraadpleegd op 21 juni

2016, <http://seriousrequest.3fm.nl/nieuws/detail/5350313/doneren-via-sms>.

Butler, Jeremy. *Television Style*. New York: Routledge, 2010.

Caillois, Roger. “The Definition of Play and the Classification of Games.” In *The Game Design Reader: A Rules of Play Anthology*, geredigeerd door Katie Salen en Eric Zimmerman, 122-155. Cambridge: The MIT Press, 2006.






Dayan, Daniel, en Elihu Katz. *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge: Harvard University Press, 2009.

- Deterding, Sebastian, Dan Dixon, Rilla Khaled en Lennart Nacke. "From Game Design Elements to Gamefulness: Defining "Gamification"." *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments*. New York: ACM, 2011.
- EBU. "EBU – Proud to present." Laatst geraadpleegd op 21 juni 2016, <http://www.ebu.ch/proud-to-present>.
- Huizinga, Johan. *Homo Ludens: Proeve eener Bepaling van het Spel-Element der Cultuur*. Haarlem: H.D. Tjeenk Willink & Zoon, 1950.
- Juul, Jesper. "The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness." In *Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings*, geredigeerd door Marinka Copier en Joost Raessens, 30-45. Utrecht: Utrecht University, 2003.
- Kattenbelt, Chiel. "Intermediality in Theatre and Performance: Definitions, Perceptions and Medial Relationships." *Culture, Language and Representation, Vol. 6: Intermediality* (2008): 19-29.
- Montola, Markus. "Games and Pervasive Games." In *Pervasive Games: Theory and Design*, geredigeerd door Markus Montola, Jaakko Stenros en Annika Waern, 7-23. Burlington, MA: Morgan Kauffman Publishers, 2009.
- Montola, Markus, en Jaakko Stenros. "Killer: The Game of Assassination." In *Pervasive Games: Theory and Design*, geredigeerd door Markus Montola, Jaakko Stenros en Annika Waern, 3-6. Burlington, MA: Morgan Kauffman Publishers, 2009.
- NPO. "Missie en visie – NPO." Laatst geraadpleegd op 1 augustus 2016, <http://over.npo.nl/missie-en-visie>.
- Raessens, Joost. "Homo Ludens in de 21e eeuw." Oratie uitgesproken bij Studium Generale aan de Universiteit Utrecht, 18 november 2009. Laatst geraadpleegd op 21 juni 2016, <https://www.sg.uu.nl/videos/homo-ludens-de-21e-eeuw>.
- Raessens, Joost. "Spelenderwijs: De ludische wending in de mediatheorie." Oratie uitgesproken bij de aanvaarding van het ambt van kernhoogleraar Mediatheorieën aan de Universiteit Utrecht, 19 november 2010.
- Salen, Katie, en Eric Zimmerman. *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. Cambridge: The MIT Press, 2003.
- Stenros, Jaakko, Markus Montola en Frans Mäyrä. "Pervasive Games in Media Culture." In *Pervasive Games: Theory and Design*, geredigeerd door Markus Montola, Jaakko


Stenros en Annika Waern, 257-278. Burlington, MA: Morgan Kauffman Publishers, 2009.

Bijlagen

Bijlage 1: Resultatentabel

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
			Rubriek 1: 'Het plein #1'	
<u>1</u>	1 (00:00:00)		- (Beginleader)	Leader van het programma waarbij o.a. het logo van het Rode Kruis en de gezichten van de 3 dj's die in het Glazen Huis zitten in beeld komen.
	2 (00:00:19)		Annemieke: "Ja, zo ziet het eruit. De finaledag van Serious Request. De finaledag dat betekent nog één dag de kans om heel veel geld in te zamelen. We zijn er nog lang niet. Welkom vanuit Heerlen. De Pancratiusplein, daar staan we, daar staat het Glazen Huis ook. Kijk eens even hoeveel mensen..."	De reporter staat voor het Glazen Huis. Het huis bevindt zich op een plein in Heerlen. Achter haar staat een menigte mensen die naar het Glazen Huis kijken. De camera zoomt eerst in op de kerk waarvoor het Glazen Huis staat. Wanneer de reporter aan het woord is verschijnt er onder in beeld een footer waarin het logo van de actie en de reporter haar naam worden weergegeven.
	3 (00:00:35)		Annemieke: "... hier naartoe zijn gekomen met cheques, geld, verzoekjes of soms gewoon met hele mooie verhalen."	In dit shot wordt het Pancratiusplein in Heerlen laten zien. Er staan veel mensen op het plein. Links naast het glazen huis staat een beeldscherm, waarop de livestream wordt getoond.
	4 (00:00:38)		Annemieke: "Ik sta hier niet alleen. Mijn 3FM-collega, Saskia Weerstand, is ook op het plein."	De reporter staat voor het Glazen Huis. Het huis bevindt zich op een plein in Heerlen. Achter haar staat een menigte mensen die naar het Glazen Huis kijken.
	5 (00:00:43)		Saskia: "Klopt Annemieke."	Dit beeld laat zien dat er op het moment twee reporters op het plein staan die met elkaar communiceren. De reporters staan beide op verschillende plekken op het plein. Het logo van 3FM Serious





#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
				Request en Het Rode Kruis worden afgebeeld. Daarnaast staat rechtsboven in het logo van de actie van Serious Request 2015 met de slogan "Keep them going".
	6 (00:00:47)		Saskia: "Ik sta ook op het plein, inderdaad. Voor het Glazen Huis, dat is natuurlijk het epicentrum van deze actie. Dat is waar eigenlijk alles vandaan komt. Daarom heen gebeurt ook heel erg veel en mocht je nou een paar hoogtepunten gemist hebben, dan hebben we zie hier voor je op een rij gezet."	Reporter Saskia staat ook op het plein, maar dichterbij het Glazen Huis dan Annemieke. Saskia staat meer tussen de menigte. De menigte rondom Saskia kijken allen de richting op waar de dj's zitten. Wanneer de reporter aan het woord is verschijnt er onder in beeld een footer waarin het logo van de actie en de reporter haar naam worden weergegeven.
			Overschakeling naar rubriek 2: 'Hoogtepunten van de dag'	
<u>2</u>	7 (00:00:58)		3FM-dj's: "5.524.704 euro!" (Gejuich)	Een grote cheque wordt vastgehouden waarop "tussenstand" staat. Buiten het huis staat een grote menigte die applaudisseren. De dj's staan om de cheque heen.
	8 (00:01:04)		-	Binnen het Glazen Huis staan de dj's te springen. De dj's kijken naar buiten naar de menigte en dansen.
	9 (00:01:05)		-	Een kort shot waarbij de camera met een kraan over de menigte vliegt. In het shot wordt de menigte die buiten het Glazen Huis staat gefilmd.
	10 (00:01:06)		-	Binnen het Glazen Huis staan de dj's te springen. De dj's kijken naar buiten naar de menigte en dansen.

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
	11 (00:01:09)		Giel: "Dit is het uur waarin er getrouwd gaat worden."	Shot gefilmd binnen het Glazen Huis. Er staan een aantal versierde stoeltjes en Giel heeft een gewaad aan.
	12 (00:01:12)		Giel: "Hier in het Glazen Huis."	Een bruid komt in witte trouw jurk het Glazen Huis binnen die versierd is door witte en paarse ballonnen.
	13 (00:01:14)		Giel: "Bart, wil jij Renate aanvaarden..."	Een lachende bruidegom in het Glazen Huis. Op de achtergrond hangen er tekeningen aan de muur die door kinderen zijn gemaakt.
	14 (00:01:16)		Giel: "... Als je vrouw?" Bart: "Jazeker."	Bruid en bruidegom houden elkaars hand vast. Giel laat ze door een microfoon spreken. Op de achtergrond is een menigte te zien.
	15 (00:01:18)		Renate: "Ja, heel graag."	Een lachende bruid kijkt een bruidegom aan.
	16 (00:01:19)		(Gejuich)	Een shot waarin wordt laten zien dat de bruid en bruidegom bij elkaar een trouwring om doen.
	17 (00:01:21)		(Gejuich)	Bruid gooit een boeket naar achteren de menigte in. De menigte staat voor het glazen huis. Op de achtergrond wordt op een scherm de livestream getoond.
	18 (00:01:23)		Domien: "Oh God!"	Shot gefilmd binnen het Glazen Huis. Domien staat bij een mengpaneel en van rechts komen verkleedde mensen het beeld in gedanst.
	19 (00:01:24)		Domien: "Oh, nee toch!"	Verkleedde mensen dansen een polonaise in het Glazen Huis. De muren van het Glazen Huis zijn versierd met tekeningen die hoogstwaarschijnlijk door

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
				kinderen zijn gemaakt.
	20 (00:01:25)		Domien: "Oh Jongens!" (Frans Bauer – 'Heb je even voor mij?' speelt op de achtergrond.)	De polonaise wordt gefilmd vanuit een andere hoek. Op de achtergrond staan veel mensen buiten het Glazen Huis naar binnen te kijken en mee te dansen.
	21 (00:01:29)		Domien: "Nou, alle dj's komen binnen!"	Verkleedde reporters van het evenement staan voor een auto. Dit shot is niet gefilmd voor het Glazen Huis, maar op een rustige plek op straat.
	22 (00:01:30)		Paul: "Dit zijn de jongens van De likt!" (De Likt speelt 'Ja Dat Bedoel Ik')	Frank schudt drie mensen de hand in het Glazen Huis.
	23 (00:01:33)		(De Likt speelt 'Ja Dat Bedoel Ik')	In het Glazen Huis staan drie mannen die muziek spelen op verschillende instrumenten.
	24 (00:01:34)		(De Lict speelt 'Ja Dat Bedoel Ik')	In het Glazen Huis staan drie mannen die muziek spelen op verschillende instrumenten. Op de achtergrond staat een tussenstand van de actie getekend op de muur.
	25 (00:01:39)		(De Lict speelt 'Ja Dat Bedoel Ik')	Paul beweegt met zijn hoofd mee op de muziek.
	26 (00:01:40)		(Carnavalsmuziek)	Giel zwaait naar buiten waar een grote groep mensen staat. De mensen buiten zwaaien terug.
	27 (00:01:44)		(Carnavalsmuziek)	De mensen buiten het Glazen Huis zwaaien van links naar rechts.

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
	28 (00:01:47)		Man in glazen huis: "Laten we even uitbrengen op Heerlen."	Mannen in carnavalskledij staan in het Glazen Huis. Ze kijken naar de menigte buiten het Glazen Huis.
	29 (00:01:50)		Man in glazen huis: "3FM en iedereen die hier buiten staat, driemaal krachtig Heerlen!" Groep: "Alaaf, alaaf, alaaf!"	De mannen in carnavalskledij worden geïnterviewd door Giel. De mannen hebben een cheque in hun handen.
	30 (00:01:56)		*Deurbel* Giel: "Ja, daar komt niemand hoor. Ik zie direct de cameraman schrikken 'Oh, er wordt gebeld'."	Een shot in het Glazen Huis. Van rechts komt een hand in beeld die aan een deurbel ringt.
	31 (00:02:03)		Giel en Frank zingen: "Komt laten wij aanbidden..." Giel: "Ja zoiets."	Giel en Frank zingen in het Glazen Huis. Aan de muur hangen kerstkaarten en tekeningen die ze hebben ontvangen.
	32 (00:02:11)		Annemieke: "Wil er iemand nog iets in mijn brievenbus doen? Oh kijk, hier."	Annemieke staat op het plein met een doos. Ze spreekt een groep kinderen en volwassenen aan.
	33 (00:02:16)		Giel: "Gelukkig wennen de aardbeien." Frank: "Ja, maar niet in de afdronk." Domien: "Nouja, hier kan ik niet zoveel mee."	Domien drinkt een smoothie in het Glazen Huis. Hij kijkt alsof hij het niet lekker vindt.
	34 (00:02:23)		Paul: "Waar zijn die handjes?" (Dance muziek speelt)	Frank zwaait naar buiten. Op de achtergrond is een grote menigte te zien. Rechts in beeld houden twee personen een cheque vast.
	35 (00:02:25)		(Dance muziek speelt)	Een grote menigte springt en danst op het plein. Ze kijken allemaal richting het Glazen Huis.
	36 (00:02:27)		(Dance muziek speelt)	Een grote menigte springt en danst op het plein. Ze kijken allemaal richting het Glazen Huis. Links in beeld staat een bord waarop staat: "brievenbus"

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
				ingang”.
	37 (00:02:30)		(Dance muziek speelt)	Domien springt en kijkt naar buiten terwijl hij met zijn handen zwaait. De menigte buiten springt en danst met hem mee.
	38 (00:02:32)		Man met zwart shirt: “Als we kijken naar het licht van de ster, waar ET bij woont...”	Een man wordt geïnterviewd door Domien. De man draagt een shirt waar “beginners guide to intergalactic aviation” op staat.
	39 (00:02:37)		Man met zwart shirt: “... dan kunnen we in dat licht zien...”	Een jongetje zit op de schouders van zijn vader. Ze staan buiten op het plein in de drukte.
	40 (00:02:40)		Man met zwart shirt: “... of ET misschien uitlaatgassen aan het produceren is zoals wij, of CFK’s.”	Een man wordt geïnterviewd door Domien. De man draagt een shirt waar “beginners guide to intergalactic aviation” op staat.
	41 (00:02:43)		Domien: “Ik begrijp er geen zak van, maar vind het heerlijk om naar te luisteren.”	De man, Frank en Domien zitten voor een beeldscherm. Op de achtergrond wordt op een ander beeldscherm weergegeven wat zij zien. Het is een PowerPoint presentatie over uitlaatgassen.
	42 (00:02:48)		Giel: “Wil je nog wat zeggen tegen Domien?” Lot: “Ja.” Giel: “Wat dan?” Lot: “Je hebt het goed gedaan.” Domien: “Oh, high five. Je bent echt de beste Lot.”	Giel interviewt een meisje in een slaapkamer waar een stapelbed staat. Domien ligt in het stapelbed.
	43 (00:02:55)		(Band speelt The Beatles – ‘Imagine’)	Een band staat in het Glazen Huis. Op de achtergrond hangen tekeningen en kerstkaarten.
	44 (00:02:59)		(Band speelt The Beatles – ‘Imagine’)	Een band staat in het Glazen Huis. Op de achtergrond hangen tekeningen en kerstkaarten. Dit shot is gefilmd van buiten het Glazen Huis.



#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
	45 (00:03:01)		(Band speelt The Beatles – 'Imagine')	De zanger van de band zingt in een microfoon.
	46 (00:03:05)		-	Het logo van de actie met de subtitel: "Keep them going". Rechts naast de subtitel staat een meisje met een rood vest. Onder haar wordt het logo van 3FM Serious Request weergegeven.
			Overschakeling naar rubriek 3: 'Het plein #2'	
3	47.1 (00:03:07)		Annemieke: "Het houdt echt nooit op. Er is altijd wel iets te doen in het Glazen Huis en gelukkig maar. Gelukkig doet het plein ook ontzettend goed mee. Al die requests die overal uit het land komen.	Annemieke staat op het plein. Achter haar staat een groep mensen voor het Glazen Huis. Boven het Glazen Huis hangt een bord waarop staat: "Bouw mee aan de toekomst van miljoenen jongeren in conflictgebieden".
	47.2 (00:03:19)		Annemieke: "Hé Frank. Gaat het goed? Je ziet eruit alsof je een nacht in het Glazen Huis hebt gezet."	Annemieke interviewt Frank op het plein waar het Glazen Huis staat. Voor het Glazen Huis staat een groep mensen.
			Frank: "Ja, ik zie eruit alsof ik vierentwintig uur niet geslapen heb. Zulke kleine oogjes."	Op de achtergrond hangt een groot beeldscherm waarop de livestream van de actie wordt getoond.
			Annemieke: "Maar wat was het mooi!"	Wanneer Frank aan het woord is komt er een footer in beeld waarop staat: "Frank van der Lende – DJ 3FM".
			Frank: "Ja, het was heel mooi. Het was bijzonder ook wel. Als je binnenkomt, dan moet je even je plekje vinden, want die drie jongens zitten er al zes dagen in en die hebben allemaal een beetje een rolverdeling. Die doet dat, die staat daar, die gebruikt die microfoon bijvoorbeeld. Dus je kijkt even de kat uit de boom en dan na twee-drie uur dan... oja... ik kan een beetje zo tussen	



#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
			<p>laveren. En daarna, de nacht... ja, ik houd van de nacht, natuurlijk. Dat was fantastisch en dan de ochtend met Giel was heerlijk. Net afgesloten met Domien en nu hier.</p> <p>Annemieke: “Ja, en dan gaat het toch opeens snel hè?” Jij had een vierentwintiguurs-challenge en je moest lectures geven, of in ieder geval laten geven. Ik heb Diederik Jekel gezien, Olga Commandeur. Welke vond je nou zelf interessant?”</p> <p>Frank: “Nou, ik vond Eric Scherder, die had ik als eerste en hij is neuropsycholoog en dat klinkt allemaal heel zwaar en suf misschien, maar hij ging de link uitleggen wat muziek met je brein doet. Dus je frontale cortex-kwab en dat soort dingen. Dat je niet per se van vrolijke muziek vrolijk wordt, maar dat dat ook te maken heeft met herkenbaarheid en dat heavy metal een soort van angstreactie geeft in je lichaam, waardoor je hartslag langzamer gaat, maar je bloeddruk omhoog. Ja, dat soort dingen. Van klassieke muziek word je wel echt rustig. Dat is wel het meest bijgebleven.</p> <p>Annemieke: “Hij vertelt ook echt fantastisch inderdaad. Ik kan het me voorstellen dat mensen daar hebben ‘ingelogd’ als het ware. Hé, ik vraag het elke keer als de vierde man het huis uit komt: wat ga je nu doen?”</p> <p>Frank: “Slapen. Ik heb net even wat gegeten, snel. Je mag dus ook vierentwintig uur niet eten en dat is echt makkelijk te overleven. Maar dat</p>	

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
			<p>vierentwintig uur wakker blijven, pfoe. Tussen vijf en zes vannacht had ik het even zwaar en het laatste halfuurtje, dan weet je dat je eruit gaat en dan is het een beetje zo lood in je schoenen, omdat je A: niet weg wil en B: echt super moe bent. Maarja, het waren een fantastische vierentwintig uur.”</p> <p>Annemieke: “En er staan gewoon altijd mensen voor het huis om je even op te peppen, dat is te gek!”</p>	
	48 (00:05:13)		Frank: “Ja, heerlijk. Echt zoveel liefde, glimlachen, zingen, zwaaien met de armen, top.”	Een vogelperspectief shot die de menigte voor het Glazen Huis weergeeft.
	49.1 (00:05:16)		Annemieke: “Heel cool, we vonden je te gek. Je hebt het super goed gedaan. Ga lekker chillen, ga lekker eten, lekker slapen. Ja alle dingen die wij allemaal mogen doen natuurlijk.”	Annemieke interviewt Frank op het plein waar het Glazen Huis staat. Voor het Glazen Huis staat een groep mensen.
	49.2 (00:05:25)		Annemieke: “Hoe is het om in het huis te zitten? We hebben een heel klein kamertje gemaakt in het Glazen Huis met een gordijntje ervoor. Daar kunnen de jongens dan privé even vertellen wat ze ervan vinden.”	Annemieke staat op het plein en spreekt de kijkers thuis aan.
			Overschakeling naar rubriek 4: ‘Dagboekkamer’	
	50 (00:05:36)		-	3 extreme close-ups van de hoofden van de 3FM-dj's worden naast elkaar weergegeven. Het beeld is een kort intro voor de rubriek.
	51 (00:05:39)		Giel: “Hallo, lief dagboek. Ik denk: ja... ik ga toch nog even wat inspreken. Ik voel me goed. Ik voel me echt lekker, dat is ook omdat ik weer mag uitzenden en dat is toch altijd het lekkerst. Ik	Giel kijkt in de camera. Hij zit in een donkere kamer met op de achtergrond enkel een donker gordijn. Linksboven in beeld staat een








#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
			vind het onwijs leuk hoor, om gewoon in het huis te zijn met mensen die geld door de brievenbus gooien, dingen roepen, fotootjes... weet ik wat, maar uitzenden dat is toch eigenlijk wel wat je het liefste doet en het gaat zo snel jongen. Ik probeer nu echt te denken: "oh, laat ik er ook van genieten.""	rood rondje met de tekst: "REC DABGBOEKCAM" en rechtsboven in beeld staat een klein batterijtje.
	52 (00:06:05)		Paul: "Zo. Misschien wel de laatste keer in de dagboekkamer. Dat is dan wel snel gegaan eigenlijk."	Paul kijkt in de camera. Hij zit in een donkere kamer met op de achtergrond enkel een donker gordijn. Linksboven in beeld staat een rood rondje met de tekst: "REC DABGBOEKCAM" en rechtsboven in beeld staat een klein batterijtje.
	53 (00:06:12)		Domien: "Daar zijn we weer. Ik voel me opperbest, ik kan niet anders zeggen. Ik had vannacht niet zo'n goede nacht. Weer slecht geslapen. Dat begint er bij te horen natuurlijk."	Domien kijkt in de camera. Hij zit in een donkere kamer met op de achtergrond enkel een donker gordijn. Linksboven in beeld staat een rood rondje met de tekst: "REC DABGBOEKCAM" en rechtsboven in beeld staat een klein batterijtje.
	54 (00:06:23)		Paul: "De laatste dag. Ik kan het me eigenlijk gewoon niet voorstellen, weet je dat? Het is zo gek! Ik heb hier ook heel lang naar uitgekeken, om dit te doen. Ja, het klinkt raar, maar het is ook gewoon mooi om te doen. Vanaf het moment dat ik erin zat, kijk ik heel erg uit naar de laatste dag."	Paul kijkt in de camera. Hij zit in een donkere kamer met op de achtergrond enkel een donker gordijn. Linksboven in beeld staat een rood rondje met de tekst: "REC DABGBOEKCAM" en rechtsboven in beeld staat een klein batterijtje.
	55 (00:06:35)		Giel: "Ja, ik heb niet echt zin in die laatste dag. Het is dan afgelopen en dat vind ik jammer, want ik ga een hoop missen. Natuurlijk wil ik goed slapen, lekker douchen en eten, maar nee... ja... nee... ik heb zin in de laatste dag."	Giel kijkt in de camera. Hij zit in een donkere kamer met op de achtergrond enkel een donker gordijn. Linksboven in beeld staat een rood rondje met de tekst: "REC DABGBOEKCAM" en

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
				rechtsboven in beeld staat een klein batterijtje.
	56 (00:06:52)		Domien: "We zitten nu in de finale. Daar zijn we nu eigenlijk wel beland. De laatste 24 uur. De achtbaan is nu zeg maar op dit punt gekomen... en we gaan nu keihard naar beneden. Richting een prachtig bedrag voor 3FM Serious Request. Het ziet er goed uit."	Domien kijkt in de camera. Hij zit in een donkere kamer met op de achtergrond enkel een donker gordijn. Linksboven in beeld staat een rood rondje met de tekst: "REC DABGBOEKCAM" en rechtsboven in beeld staat een klein batterijtje.
			Overschakeling naar rubriek 5: 'Het plein #3'	
<u>5</u>	57 (00:07:06)		-	Het logo van de actie met de subtitel: "Keep them going". Rechts naast de subtitel staat een meisje met een rood vest. Onder haar wordt het logo van 3FM Serious Request weergegeven.
	58 (00:07:09)		Saskia: "En wat doen ze het goed hè, die mannen."	Een vogelperspectief shot die de menigte voor het Glazen Huis weergeeft.
	59.1 (00:07:11)		Saskia: "Nog maar heel eventjes, dan mogen ze het huis uit. Dan gaan we ook kijken wat het uiteindelijk heeft opgeleverd. Ik sta op het plein hier bij het glazen huis en er staan hier twee meiden met een roze cheque..."	Saskia staat in de menigte op het Pancratiusplein in Heerlen voor het Glazen Huis. Ze spreekt de kijkers toe.
	59.2 (00:07:19)		Saskia: "...dat trekt altijd mijn aandacht. Wat hebben jullie precies gedaan?" Meisje (rechts): "We hebben een kerstmarkt gehouden op school in Delft. Daar was een veiling en volgens mij ook een loterij en heel veel kraampjes." Saskia: "Ja, en was het gezellig op de kerstmarkt, want dat is ook wel belangrijk hè?"	Saskia interviewt twee meisjes die een roze cheque vasthouden. Ze staan in de menigte voor het Glazen Huis.

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
			<p>Meisje (links): “Ja, het was echt heel erg leuk. We hebben dus heel veel geld opgehaald. En ja... het was gewoon heel erg gezellig.</p> <p>Saskia: “Te gek! Heb je dit zelf geknutseld?”</p> <p>Meisje (links): “Ja.”</p> <p>Saskia: “Maar toen ging er iets mis toen hij klaar was.”</p> <p>Meisje (links): “Ja, er kwam nog heel veel geld bij door een aantal familieleden enzo.”</p> <p>Saskia: “Toen had je de cheque al af en toen moesten jullie een nieuwe cheque maken.”</p>	
	59.3 (00:08:03)		<p>Saskia: “Jullie dachten eerst 670,70 euro op te halen, maar uiteindelijk werd het...”</p> <p>Meisje (rechts): “...740,70 euro.”</p> <p>Saskia: “Te gek dames. Dankjewel. Ga lekker in de rij staan en zorg dat het bij de mannen komt, bij de brievenbus en geniet van vandaag, want we hebben in ieder geval mooi weer. Dankjewel dames!”</p>	Saskia interviewt twee meisjes die een roze cheque vasthouden. Ze staan in de menigte voor het Glazen Huis.
	59.4 (00:08:20)		<p>Saskia: “11 jaar, dat vind ik zo te gek. De actie die we houden voor 3FM Serious Request gaat allemaal naar het Rode Kruis. Het Rode Kruis kan ontzettend toffe dingen van jouw donatie. Ik zat even naar mijn eigen leven te kijken en ik had vroeger een droom. Ik wilde namelijk ontzettend graag radio dj worden. Daarvoor ging ik naar een media-opleiding en ik ging naar school en leerde van alles. Uiteindelijk kon ik mijn dromen</p>	Saskia staat in de menigte op het Pancratiusplein in Heerlen voor het Glazen Huis. Ze spreekt de kijkers toe.



#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
			halen, maar dat is wel omdat ik hier de kans heb om een opleiding te volgen en dat geldt voor heel veel jongeren en kinderen in conflictgebieden niet. Daarom is jouw donatie zo hard nodig voor 3FM Serious Request.	
			Overschakeling naar rubriek 6: 'Doel van SR15'	
6	60 (00:08:49)		Meisje met hoofddoek: "Ik wil heel graag humanitair werk doen."	Een close-up van een meisje met een hoofddoek. Ze kijkt in de camera. Ze staat voor een kast met kluisjes.
	61 (00:08:54)		-	Het meisje staat nu met een ander meisje in een kamer. Ze heeft een stethoscoop om en controleert de pols van een vrouw die op een stoel voor haar zit.
	62 (00:08:55)		-	Een medium close-up van een meisje met een hoofddoek. Ze staat voor een kast met kluisjes.
	63 (00:08:57)		Jongen in beeld: "Hopelijk kan ik mijn leven weer oppakken..."	Een close-up van een jongen die in de camera kijkt.
	64 (00:08:59)		(vervolg) "... en op het land werken zoals vroeger."	De jongen verplaatst zware stenen samen met twee anderen.
	65 (00:09:01)		-	Een medium close-up van een jongen die in de camera kijkt.
	66 (00:09:03)		Jongen met kinderen: "Ik ga met hulp van het Rode kruis..."	Een medium close-up van een man met twee kinderen. Ze kijken allen in de camera.

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
	67 (00:09:06)		(vervolg) "... een kruidenierszaak openen."	Een shot van een drukke straat in een conflictgebied.
	68 (00:09:09)		-	Een medium close-up van een man met twee kinderen. Ze kijken allen in de camera.
	69 (00:09:12)		Jongen: "Ik wil later timmerman worden."	Een close-up van een jongen die in de camera kijkt.
	70 (00:09:16)		Jongen: "Dan ga ik bedden, stoelen en deuren maken."	De jongen timmert aan een stoel. Voor hem staat een andere stoel in beeld.
	71 (00:09:18)		-	Een close-up van een stuk hout dat wordt vastgezet door een bankschroef.
	72 (00:09:20)		-	Een medium close-up van een jongen die in de camera kijkt.
	73 (00:09:23)		Meisje: "Ik wil later dokter worden..."	Een medium close-up van een meisje die in de camera kijkt. Achter haan staan twee andere meisjes en een vrouw.
	74 (00:09:27)		-	Een groep meisjes spelen buiten met basketballen.
	75 (00:09:34)		Meisje: "... want dan kan ik zieke kinderen beter maken."	Een medium long shot van een meisje die in de camera kijkt. Achter haan staan twee andere meisjes en een vrouw.









#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
	76 (00:09:39)		Jongen: "Ik wil als programmeur werken voor grote bedrijven..."	Een extreme close-up shot van een jongen zijn hand. Met een tilt wordt de rest van zijn lichaam en hoofd weergegeven. Hij kijkt in de camera.
	77 (00:09:48)		Jongen: "... zoals Microsoft en Google."	Een medium close-up shot van een jongen die in de camera kijkt.
	78 (00:09:52)		Meisje: "Het belangrijkste is dat ik in vrede kan leven samen met mijn familie."	Een close-up shot van een meisje met een hoofdoek die in de camera kijkt. Op de achtergrond staat een ingestort gebouw.
	79 (00:09:55)		Meisje: "En dat ik kan werken aan mijn carrière en toekomst."	Een medium long shot van een meisje met een hoofdoek die in de camera kijkt. Op de achtergrond staat een ingestort gebouw.
	80 (00:10:02)		-	Een vogelperspectief shot van een stad met op de voorgrond een moskee.
	81 (00:10:14)		-	Het logo van de actie met de subtitel: "Keep them going". Rechts naast de subtitel staat een meisje met een rood vest. Onder haar wordt het logo van 3FM Serious Request weergegeven. Linksonder in beeld staat de tekst: "Doneer: giro 661, Bel: 0909-1336".
			Overschakeling naar rubriek 7: 'Het plein #4'	
Z	82.1 (00:10:14)		Annemieke: "Dit is één van de filmpjes die mensen ontzettend raakt. Wat Saskia net ook al zei, als je hier dromen hebt, dan kom je vaak al een heel eind, maar de kinderen daar hebben ook dromen en door omstandigheden kunnen ze dus niet aan hun toekomst werken. Met hulp van	Annemieke staat op het plein. Achter haar staat een groep mensen voor het Glazen Huis. Boven het Glazen Huis hangt een bord waarop staat: "Bouw mee aan de toekomst van miljoenen jongeren in conflictgebieden".

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
			jou, met bijdrage van je donatie, kan dat wel. Wijnand Speelman, hoi.”	
	82.2 (00:10:37)		<p>Annemieke: “We hebben net het heftige filmpje gezien over de kinderen in de conflictgebieden, waar jij ook onder andere geweest bent. Ik vind het heel mooi dat ze ondanks hun ellende hun dromen blijven behouden. Hoe kan dat?”</p> <p>Wijnand: “Dat komt door de hoop die ze krijgen van het Rode Kruis. We hebben het hier over brandhaarden in de wereld. Sudan, Centraal Afrikaans Republiek, Congo, waar zoveel verschillende conflicten zijn. De jongeren krijgen daar hun rol die ze zelf helemaal niet willen hebben, raken gewond. Het Rode Kruis zorgt ervoor dat ze hun leven weer op de rit krijgen. Dat is niet even een pleistertje tegen het bloeden, dat zijn echt trajecten waar ze ingaan. Het kan betekenen dat ze herenigd worden met hun ouders, dat ze medische hulp krijgen om vervolgens te kijken: wat heb je daarna nodig? Een start-up kit? Of moeten we je naar school sturen? Daar voorziet het Rode Kruis in. Dat zijn echt trajecten, waardoor ze in één keer heel veel perspectief terugkrijgen.</p> <p>Annemieke: “Ik vind het ook heel mooi dat het Rode Kruis ook echt heel persoonlijk per kind kijkt hoe we jou helpen. Jij hebt natuurlijk ook veel kinderen ontmoet. Er is vast heel veel bijgebleven, kan je een voorbeeld noemen?”</p> <p>Wijnand: “Om terug te komen op zo’n traject. Een jongetje Jackson, die 8 jaar was toen er een</p>	<p>Annemieke interviewt Wijnand op het plein waar het Glazen Huis staat. Voor het Glazen Huis staat een groep mensen.</p> <p>Op de achtergrond hangt een groot beeldscherm waarop de livestream van de actie wordt getoond.</p> <p>Wanneer Wijnand aan het woord is komt er een footer in beeld waarop staat: “Wijnand Speelman – DJ 3FM”.</p>

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
			<p>gewapende groepering in zijn dorp kwam. Dat betekent dat iedereen wegrent. Hij raakte zijn ouders kwijt en is verder de bossen ingevlucht. Uiteindelijk gevonden door het Rode Kruis. Tot op de dag van vandaag zoeken ze nog naar zijn ouders, maar het Rode Kruis gaat daar niet stilzitten. Die helpen hem om naar school te kunnen gaan. Ik heb hem ontmoet in een instituut, waar hij woont en naar school gaat en waar hij gewoon weer in de vaart kan komen. Tegelijkertijd probeert het Rode Kruis te zoeken naar zijn ouders, dus dat traject is nog lang niet klaar. Maar ze houden hem wel bezig, ze zorgen ervoor dat hij niet stil blijft staan. En dus kon hij tegen mij zeggen wat hij later wilde worden. Dat hij later Minister wilde worden en mensen geld wilde geven, omdat ze niet in armoede zouden moeten leven. Een jongetje van 8 hebben we het over. We kunnen echt verschil maken op die manier, door het Rode Kruis te steunen en te storten op giro 661.</p> <p>Annemieke: “Hij voelt zich ook echt gesteund en daardoor kan hij weer dromen, dat is precies zoals het zit.”</p> <p>Wijnand: “Ja, allemaal bedanken ze ten eerste God, want ze zijn heel gelovig daar, maar ook het Rode Kruis. Heel veel jongeren die ik sprak die zeiden: “Als het Rode Kruis er niet was geweest, dan was ik waarschijnlijk dood geweest, want dan had ik geen opvang gehad. Dan had ik geen prothese gehad. Dan had ik geen onderwijs gehad, waarvoor had ik</p>	

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
			<p>dan nog hoeven leven?”</p> <p>Annemieke: “Jij bent daar dus geweest. Ga je proberen contact te houden met de kinderen die je hebt ontmoet, of is dat heel moeilijk?”</p> <p>Wijnand: “Ja, dat is heel moeilijk. Er is één jongetje, Ekzozé, die is voor mij heel bijzonder geweest. Hij heeft ook heel veel meegemaakt. Het Rode Kruis heeft hem geholpen. Hij is 10 jaar en hij heeft mij gezegd dat hij later de President van Congo wil worden, dus daar houd ik de banden natuurlijk goed mee. Hij heeft me ook al beloofd dat als hij dat wordt, dat hij mij uit gaat nodigen. Moet je nagaan, dat een jongetje zo weer kan dromen na heel veel ellende die hij heeft meegemaakt, echt prachtig.</p> <p>Annemieke: “Dat is echt heel mooi, dankjewel Wijnand voor je mooie verhalen. Je bent nog niet klaar hè?”</p>	
	82.3 (00:13:26)		Annemieke: “Want we zijn überhaupt nog niet klaar, want Serious Request is nog in volle gang. Let wel: vraag die plaat aan om jongetjes als Ekzozé te helpen. 0909-1336. Er zijn heel veel acties ook in het land en soms komen die ook echt van hele lieve kinderen, kijk maar.”	Annemieke en Wijnand kijken in de camera. Onder in beeld komt een footer te staan met de tekst: “0909 1336 (25ct PM) of kijk op 3fm.nl”.
			Overschakeling naar rubriek 8: ‘Niels uit Sittard doet actie’	
8	83 (00:13:42)		-	<p>Een shot van een schoolplein. Kinderen spelen in het klimrek.</p> <p>Linksonder in beeld verschijnt een blokje waarop “Sittard” staat.</p>

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
	84 (00:13:45)		-	Een shot van een klaslokaal waarin kinderen aan het leren zijn. Linksonder in beeld staat een blokje waarop "Sittard" staat.
	85 (00:13:47)		Niels: "Rekenen is echt zo saai. Wat had ik beter kunnen doen?"	Een kikvorsperspectief shot van Niels die aan zijn bureau zit in het klaslokaal. Hij gaapt.
	86 (00:13:52)		Niels: "Kon ik nou maar voor veel mensen optreden. En kon ik dan ook maar geld ophalen voor het goede doel."	Een extreme close-up van Niels die aan het leren is.
	87 (00:14:00)		Niels: "Hoe zou ik dat moeten doen? Misschien met huiskamerconcerten. Ja, ik denk dat ik dat ga doen."	Een close-up van Niels die aan het leren is in een klaslokaal.
	88 (00:14:06)		-	Een shot van een klas vol met kinderen. Ze gooien propjes richting de camera.
	89 (00:14:09)		-	Een close-up van Niels die zijn fiets pakt.
	90 (00:14:11)		Niels: "Ik ben Niels Sievers en ik had bedacht om..."	Niels fietst over straat. Onder in beeld wordt een footer weergegeven met de tekst "Niels Sievers".
	91 (00:14:16)		Niels: "...huiskamerconcerten te geven voor Serious Request."	Niels fietst over de stoep naar zijn huis toe.
	92 (00:14:20)		Niels: "Toen zei ik dat dus tegen mijn moeder en toen hebben we samen een website aangemaakt, posters opgehangen en op Facebook gezet."	Een medium close-up van Niels. Niels praat tegen een persoon die naast de camera zit en niet in beeld komt.

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
	93 (00:14:29)		Niels: "Mijn moeder regelt het wel. Zij zet dan alles klaar en..."	Een close-up van een tafel waarop zoutjes neergezet worden.
	94 (00:14:32)		Niels: "... dan kan ik even oefenen en relaxen. Goed geregeld."	Een medium close-up van Niels. Niels praat tegen een persoon die naast de camera zit en niet in beeld komt.
	95 (00:14:37)		(Deurbel gaat)	Een close-up van een ontvanger van een elektrische deurbel.
	96 (00:14:40)		Moeder van Niels: "Hoi jongens! Leuk dat jullie er zijn, kom binnen."	De moeder van Niels doet de deur open. Buiten de deur staat een groepje mensen.
	97 (00:14:42)		-	De mensen die buiten staan lopen het huis binnen.
	98 (00:14:45)		Niels: "Er is één echt huiskamerconcert geweest en voor de rest..."	Een medium close-up van Niels. Niels praat tegen een persoon die naast de camera zit en niet in beeld komt.
	99 (00:14:48)		Niels: "... was het eigenlijk in dierentuinen, cafés of op straat gewoon."	Een man zet een microfoon klaar in een woonkamer. In de woonkamer zitten en staan een aantal mensen die naar de man kijken.
	100 (00:14:50)		Niels: "Vandaag is zo'n huiskamerconcert."	De man test de microfoon. De microfoon staat voor de televisie in een woonkamer.
	101 (00:14:52)		Niels: "Ik ben eigenlijk niet echt zenuwachtig."	Een medium close-up van Niels. Niels praat tegen een persoon die naast de camera zit en niet in beeld komt.

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
	102 (00:14:54)		-	Een medium close-up van Niels die een overhemd aantrekt.
	103 (00:14:57)		-	Niels doet zijn haar terwijl hij in de spiegel kijkt.
	104 (00:15:01)		(Niels begint 'Sexy als ik Dans' te spelen.)	Niels staat in de woonkamer en begint met spelen. Hij speelt op zijn gitaar en zingt in de microfoon.
	105 (00:15:05)		-	Een over the shoulder- shot van de mensen die in de woonkamer zitten. Ze kijken naar Niels.
	106 (00:15:10)		-	Een close-up van drie kinderen die meezingen met Niels.
	107 (00:15:14)		-	Een close-up van Niels die in de microfoon zingt.
	108 (00:15:21)		Niels: "Ik hoopte eigenlijk dat ik 225 euro op zou kunnen halen."	Een medium close-up van Niels. Niels praat tegen een persoon die naast de camera zit en niet in beeld komt.
	109 (00:15:25)		-	Een man gooit geld in een spaarpot waar het logo van 3FM Serious Request op staat.
	110 (00:15:27)		Niels: "Nu heb ik twaalfhonderd... nog wat euro."	Een medium close-up van Niels. Niels praat tegen een persoon die naast de camera zit en niet in beeld komt.

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
	111 (00:15:31)		-	Een over the shoulder- shot van de mensen die in de woonkamer zitten. Ze kijken naar Niels.
	112 (00:15:39)		-	Een close-up van drie kinderen die meezingen met Niels.
	113 (00:15:44)		-	Een close-up van Niels die in de microfoon zingt.
	114 (00:15:48)		-	Een over the shoulder- shot van de mensen die in de woonkamer zitten. Ze kijken naar Niels.
	115 (00:15:54)		-	Een medium close-up van Niels die in de microfoon zingt.
	116 (00:15:59)		-	Een close-up van Niels die in de microfoon zingt.
	117 (00:16:02)		Niels zegt: "Dankjewel" tegen het publiek.	De mensen die in de woonkamer staan applaudisseren.
	118 (00:16:04)		-	Het logo van de actie met de subtitel: "Keep them going". Rechts naast de subtitel staat een meisje met een rood vest. Onder haar wordt het logo van 3FM Serious Request weergegeven.
			Overschakeling naar rubriek 9: 'Het plein #5'	

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
<u>9</u>	119 (00:16:07)		Annemieke: "Hij kan het ook echt hè, die Niels. Lekker spelen, lekker zingen en dan ook nog geld ophalen. Als je dat kunt, dan is dat een goede actie voor je, maar als je heel goed kunt buikdansen, dan doe je een actie met buikdansen."	Annemieke spreekt de kijkers toe en kijkt in de camera. Ze staat op het plein. Achter haar staat een groep mensen voor het Glazen Huis.
			Overschakeling naar rubriek 10: 'Buikdansen voor SR15'	
<u>10</u>	120 (00:16:17)		-	Een shot van een straat waar een auto in het donker komt aanrijden.
	121 (00:16:19)		-	Een close-up van een hand die een autodeur opendoet. Linksonder in beeld verschijnt een blokje waarop "Zutphen" staat
	122 (00:16:23)		-	Patricia doet haar make-up in de spiegel.
	123 (00:16:26)		-	Een over the shoulder-shot van Patricia die in de spiegel kijkt. Ze heeft een buikdanskleding aan.
	124 (00:16:26)		-	Patricia loopt een zaal binnen waar vrouwen staan die buikdanskleding aan hebben. De zaal is versiert met discoverlichting.
	125 (00:16:28)		-	Patricia loopt een zaal binnen waar vrouwen staan die buikdanskleding aan hebben. De zaal is versiert met discoverlichting.

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
	126 (00:16:30)		◆ Patricia: "Sheila's buikdanscentrum zit hier, we zitten nu in de zaal van Sheila, waar we een feest hebben vanavond."	Een medium close-up van Patricia. Patricia praat tegen een persoon die naast de camera staat en niet in beeld komt. Op de achtergrond dansen duikdanseressen. Onder in beeld verschijnt een footer met de tekst: "Patricia Huisman – Buikdanseres".
	127 (00:16:33)		◆ Sheila: "We hebben bedacht dat we een buikdansdisco gaan houden voor vrouwen en wat we gaan doen is geld inzamelen voor Serious Request."	Een medium close-up van Sheila. Sheila praat tegen een persoon die naast de camera staat en niet in beeld komt. Op de achtergrond dansen duikdanseressen. Onder in beeld verschijnt een footer met de tekst: "Sheila Meijers – Organisator".
	128 (00:16:40)		◆ Sheila: "De entree gaan we aan jullie doneren."	Een shot van een kledingrek. Iemand 'bladert' door het kledingrek.
	129 (00:16:42)		◆ Sheila: "Maar ook een gedeelte van de verkoop van de spullen die we hier hebben, gaat naar jullie toe."	Een vrouw kijkt naar een jurk.
	130 (00:16:46)		-	Een jurk wordt van het kledingrek gepakt en een vrouw kijkt naar de stof van de jurk.
	131 (00:16:48)		◆ Sheila: "Om de tien minuten ren ik even met die box rond..."	Een medium close-up van Sheila. Sheila praat tegen een persoon die naast de camera staat en niet in beeld komt. Op de achtergrond dansen duikdanseressen.
	132 (00:16:50)		◆ Sheila: "... en zorg dat hij gevuld is voordat iedereen naar huis gaat."	Een close-up van een doos waarop staat: "Donaties 3FM Serious Request".




#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
	133 (00:16:52)		-	Patricia danst.
	134 (00:16:54)		-	Een buikdanseres danst.
	135 (00:16:57)		-	Een medium close-up van Patricia die danst.
	136 (00:16:58)		-	Een close-up van een buik van een buikdanseres.
	137 (00:17:02)		Patricia: "Dit is de eerste keer dat we dit organiseren. Buikdansdisco gezamenlijk met alle mensen van de buikdansschool..."	Een medium close-up van Patricia. Patricia praat tegen een persoon die naast de camera staat en niet in beeld komt. Op de achtergrond dansen duikdanseressen.
	138 (00:17:04)		Patricia: "Die bij ons les volgen."	Een shot van een groepje buikdanseressen die dansen.
	139 (00:17:08)		Patricia: "En, ja, gewoon een gezellige avond. Dat was al het plan..."	Een medium close-up van Patricia. Patricia praat tegen een persoon die naast de camera staat en niet in beeld komt. Op de achtergrond dansen duikdanseressen.
	140 (00:17:12)		Patricia: "... en nu ook nog voor een goed doel, dus dat is eigenlijk mooi meegenomen."	Een shot van een groepje buikdanseressen die dansen.
	141 (00:17:18)		Denise: "Het is vreselijk dat er zoveel jongeren zijn die niet de kansen krijgen die wij hier in Nederland wel krijgen. Het is alleen maar goed dat er..."	Een medium close-up van Denise. Denise praat tegen een persoon die naast de camera staat en niet in beeld komt. Op de achtergrond dansen

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
				duikdanseressen. Onder in beeld verschijnt een footer met de tekst: "Denise – Buikdanseres".
	142 (00:17:25)		Denise: "... zoveel jongeren geholpen kunnen worden om terug te bouwen aan hun toekomst."	Een shot van de buikdanseressen die applaudiseren.
	143 (00:17:29)		Sheila: "We dachten 100 euro, want wij hebben dit natuurlijk nog nooit georganiseerd, maar we gaan vast meer ophalen."	Een medium close-up van Sheila. Sheila praat tegen een persoon die naast de camera staat en niet in beeld komt. Op de achtergrond dansen duikdanseressen.
	144 (00:17:34)		-	Het logo van de actie met de subtitel: "Keep them going". Rechts naast de subtitel staat een meisje met een rood vest. Onder haar wordt het logo van 3FM Serious Request weergegeven.
			Overschakeling naar rubriek 11: 'Het plein #6'	
11	145.1 (00:17:37)		Saskia: "Zoveel verschillende acties en dat is te gek om te zien, dat heel Nederland zich inzet voor 3FM Serious Request om zoveel mogelijk geld in te zamelen voor het Rode Kruis. We hebben net al gezien dat zij daar ontzettend goed werk mee doen. En als ik hier rondkijk op het plein, dan zijn er echt heel veel acties. Heel veel verschillende mensen, van kleine kinderen tot hele stoere mariniers."	Saskia staat in de menigte op het Pancratiusplein in Heerlen voor het Glazen Huis. Ze spreekt de kijkers toe.
	145.2 (00:17:57)		Saskia: "Hallo, stop eens even. Wat zijn jullie aan het doen?" Marinier: "Wij komen net aan, we hebben 350km gespedmarst voor Serious Request. Van Rotterdam via Vlissingen naar Heerlen, dat was 350 km."	Saskia interviewt een marinier op het plein. De marinier staat samen met drie andere mariniers op het plein.




#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
			<p>Saskia: “Maar gespedmarst, wat is dat?”</p> <p>Marinier: “Speedmarsen is verplaatsing op een gevechtveld. 2 minuten hardlopen, 1 minuut rust, maar wij hebben gewoon alles hardgelopen.”</p> <p>Saskia: “Alles hardgelopen? 350 km achter elkaar door om hier naar Heerlen te komen.”</p> <p>Marinier: “Ja en daarvoor hebben we 30.000 euro opgehaald.”</p> <p>Saskia: “Zo, want jullie gesponsord, of hoe werkte dat precies?”</p> <p>Marinier: “Ja, we zijn gesponsord via de website van 3FM. We hebben bedrijven aangeschreven die ons wilden sponsoren, rederijen waarvoor wij de vaartuigen beschermen. Die vonden dit een goede actie, die hebben ons gesteund. Al met al, breed support en heel veel uit de marinier gemeenschap support gekregen. Mensen die ons een warm hart toedragen.</p> <p>Saskia: “Te gek zeg. Jullie staan nu hier met z’n vieren, maar met hoeveel waren jullie in totaal?”</p> <p>Marinier: “We waren met 16 lopers en in totaal met 42 mensen die ons ondersteunen. Daar zaten koks bij, masseurs, buschauffeurs, chauffeurs van kleine voertuigen, ja het was een prachtige reis hiernaartoe. We hadden slecht weer in Zeeland, we waaiden bijna achteruit met de fietsers. In Vlissingen hebben we de burgemeester hebben we</p>	




#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
			<p>een prachtige aankomst gekregen, want in 2020 gaat het Korps Mariniers naar Vlissingen. Vervolgens zijn we doorgedaan naar ehm...</p> <p>Saskia: “Ja, jullie hebben echt een hele reis gehad hè, ja. Ik wandel nog even een stukje met jullie mee, dan kun je me er alles over vertellen. Annemieke, ik ga er even vandoor met de mariniers.”</p>	
	146 (00:19:36)		Annemieke: Ja, heel goed. Als hij net zo hard loopt als hij praat, dan komt het helemaal goed.”	Dit beeld laat zien dat er op het moment twee reporters op het plein staan die met elkaar communiceren. De reporters staan beide op verschillende plekken op het plein. Het logo van 3FM Serious Request en Het Rode Kruis worden afgebeeld. Daarnaast staat rechts boven in het logo van de actie van Serious Request 2015 met de slogan “Keep them going”.
	147.1 (00:19:40)		Annemieke: “Wat een prachtig bedrag ook. Ik had het vannacht nog even gezien, dat zag er super imposant uit, de mariniers.”	Annemieke spreekt de kijkers toe en kijkt in de camera. Ze staat op het plein. Achter haar staat een groep mensen voor het Glazen Huis.
	147.2 (00:19:49)		<p>Annemieke: “Hé Gwen!”</p> <p>Gwen: “Hallo.”</p> <p>Annemieke: “Hé, jij bent vannacht even in het huis geweest.”</p> <p>Gwen: “Ja, absoluut.”</p> <p>Annemieke: “We hadden het er net al over dat het voor de jongens super belangrijk is dat er af en toe een stoot nieuwe energie binnenkomt, en dan was bij jou wel.”</p> <p>Gwen: “Dat is inderdaad ook</p>	<p>Annemieke interviewt Gwen op het Pancratiusplein in Heerlen. Voor het Glazen Huis staat een groep mensen. Op de achtergrond is het Glazen Huis te zien.</p> <p>Wanneer Gwen aan het woord is komt er een footer in beeld waarop staat: “Gwen van Poorten”.</p>





#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
			<p>altijd waarom ze mij naar binnenhalen, want ze kunnen nu wel even wat gebruiken. En het plein stond helemaal vol en het enige wat ik dan denk is dat we even een feestje moeten bouwen.”</p> <p>Annemieke: “En hoe pak je dat dan aan?”</p> <p>Gwen: “Nouja, ik wist helemaal niet wat de bedoeling was, want ik kwam binnen en zag dat die jongens het wel een beetje zwaar hadden. Domien een beetje pips, Paul was ook wel klaar om even te gaan tukken. Frank zat er nog wel lekker in, maar ik zie die mensen staan en ik denk, ja, het enige waar ik energie van zou krijgen op dat moment, is als er een feestje zou komen. Dus ik heb het aan Domien gevraagd en Domien heeft een soort van turbo-blokje gestart en lekker gaan springen en hossen en toen kwam het wel een beetje los.</p> <p>Annemieke: “Ja, die boost die hebben ze af en toe gewoon echt nodig. Dus het is heel mooi dat je daarvoor hebt gezorgd.”</p> <p>Gwen: “Dat vond ik ook heel leuk.”</p> <p>Annemieke: “Jij hebt ook een mooi veiling-item, dan moet je even kijken op 3fm.nl/veiling. Een eigen item van jou, Gwen. Samen met jou zijn er nog heel veel BN-ers die de jongens een hart onder de riem willen steken. Kijk maar even mee.”</p>	<p>Wanneer Annemieke dit zegt komt er een footer in beeld waarop staat: “3fm.nl/veiling”.</p>
			<p>Overschakeling naar rubriek 12: ‘BN-ers steken een hart onder de riem’</p>	

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
<u>12</u>	148 (00:21:01)		Roel: "3FM Serious Request vraagt vanuit Heerlen aandacht voor miljoenen jongeren..."	De Bekende Nederlander Roel van Velzen spreekt in de camera. Hij staat voor het logo van de actie. Zijn naam komt in beeld te staan wanneer hij spreekt.
	149 (00:21:07)		Dennis: "... die de oorlog en conflicten in de meest extreme omstandigheden leven."	De Bekende Nederlander Dennis Weening spreekt in de camera. Hij staat voor het logo van de actie. Zijn naam komt in beeld te staan wanneer hij spreekt.
	150 (00:21:10)		Marlijn: "En weinig kans hebben op scholing, persoonlijke ontwikkeling en een goede toekomst."	De Bekende Nederlander Marlijn Weerdenburg spreekt in de camera. Zij staat voor het logo van de actie. Haar naam komt in beeld te staan wanneer zij spreekt.
	151 (00:21:14)		Humberto: "Ik wil deze stille slachtoffers een stem geven..."	De Bekende Nederlander Humberto Tan spreekt in de camera. Hij staat voor het logo van de actie. Zijn naam komt in beeld te staan wanneer hij spreekt.
	152 (00:21:17)		Armin: "... door zoveel mogelijk aandacht te vragen en geld in te zamelen."	De Bekende Nederlander Armin van Buuren spreekt in de camera. Hij staat voor het logo van de actie. Zijn naam komt in beeld te staan wanneer hij spreekt.
	153 (00:21:20)		Tim: "Zodat het Rode Kruis hun een toekomstperspectief kan geven met scholing, beroepstraining en psychische hulp."	De Bekende Nederlander Tim Douwsma spreekt in de camera. Hij staat voor het logo van de actie. Zijn naam komt in beeld te staan wanneer hij spreekt.
	154 (00:21:25)		Mark: "Ik weet dat we hier samen een verschil kunnen maken."	De Bekende Nederlander Mark van Bommel spreekt in de camera. Hij staat voor het logo van de actie.






#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
				Zijn naam komt in beeld te staan wanneer hij spreekt.
	155 (00:21:29)		John: "Ik weet dat we dit samen kunnen."	De Bekende Nederlander John Williams spreekt in de camera. Hij staat voor het logo van de actie. Zijn naam komt in beeld te staan wanneer hij spreekt.
	156 (00:21:31)		Rowwen Hèze: "Doe mee en steun 3FM Serious Request."	De zanger van de band Rowwen Hèze spreekt in de camera. Hij staat voor het logo van de actie. De naam van de band komt in beeld te staan wanneer hij spreekt.
	157 (00:21:34)		Sue the Night: "Doneer nu en bel 0909-1336."	De zangeres van Sue The Night spreekt in de camera. Zij staat voor het logo van de actie. De naam van haar band komt in beeld te staan wanneer zij spreekt.
	158 (00:21:37)		Frans: "Doneer nu via giro 661..."	De Bekende Nederlander Frans Timmermans spreekt in de camera. Hij staat voor het logo van de actie. Zijn naam komt in beeld te staan wanneer hij spreekt.
	159 (00:21:39)		Manuel: "...of 3fm.nl."	De Bekende Nederlander Manuel Broekman spreekt in de camera. Hij staat voor het logo van de actie. Zijn naam komt in beeld te staan wanneer hij spreekt.
	160 (00:21:42)		-	Het logo van de actie met de subtitel: "Keep them going". Rechts naast de subtitel staat een meisje met een rood vest. Onder haar wordt het logo van 3FM Serious Request weergegeven.
			Overschakeling naar rubriek 13: 'Het plein #7'	

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
13	161 (00:21:45)		Saskia: "...om geld in te zamelen, maar je kunt ook gewoon in actie komen. Er zijn namelijk heel veel acties waar jij gewoon bij kunt aanhaken. Dus een actie die al georganiseerd is, maar jij haakt aan, zodat dat alsnog geld oplevert voor 3FM Serious Request. Wat is er dan zoal te doen? We hebben even een overzicht voor je gemaakt."	Saskia staat in de menigte op het Pancratiusplein in Heerlen voor het Glazen Huis. Ze spreekt de kijkers toe.
			Overschakeling naar rubriek 14: 'Overzicht acties in Nederland'	
14	162 (00:22:00)		Stem: "In Berneveld gaat vanmiddag op het Raadhuisplein een kerstrun van start. De run begint om 15.00 uur, maar ga snel, want je moet je natuurlijk eerst nog aanmelden met je sponsorgeld. Verkleed mee rennen mag ook, dus hup naar de zolder en duik de verkleedkist in. Neem je kinderen vanmiddag mee naar 'Dans en Grietje' in het Delfts Theaterhuis. Een swingende kinderdisco, leuke winterse workshops en gezellig met z'n allen knutselen. In de kerk aan het St. Walburgisplein in Arnhem is er om 17.00 uur een kerstspel, gespeeld door en voor kinderen. Een bijzonder een hoopgevend stuk over kerst in donkere tijden. Check 3fm.nl voor meer acties bij jou in de buurt."	De kaart van Nederland wordt weergegeven. Er wordt ingezoomd op de plaatsen die op dat moment besproken worden. Daarna wordt de hele kaart weer weergegeven met de plaatsnamen waar de drie besproken acties plaatsvinden. Rechts naast de kaart staat het logo van 3FM Serious Request.
	163 (00:22:38)		-	Het logo van de actie met de subtitel: "Keep them going". Rechts naast de subtitel staat een meisje met een rood vest. Onder haar wordt het logo van 3FM Serious Request weergegeven.
			Overschakeling naar rubriek 15: 'Het plein #8'	


#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
<u>15</u>	164 (00:22:41)		Saskia: “Het is natuurlijk een actie vanuit 3FM en 3FM draait om muziek en daarom kun je ook nog steeds jouw favoriete plaat aanvragen. We hebben nog de hele dag om hele mooie muziek te draaien en jouw plaat is welkom. Vraag die aan door te bellen naar 0909-1336. Er zit een heel team klaar van vrijwilligers van het Rode Kruis die dan ook jouw verhaal noteren met daarbij jouw plaat. Dus doe dat vooral, 0909-1336. En mocht je nou een actie hebben gevoerd en hier naar Heerlen willen komen, schrijf dat dan op een fantastische cheque. We hebben hier namelijk op het plein een cheque-box staan. Daar kun je zelf je cheque afgeven en ook nog eens vertellen wat je precies hebt gedaan. Kijk maar.”	Saskia staat in de menigte op het Pancratiusplein in Heerlen voor het Glazen Huis. Ze spreekt de kijkers toe. Wanneer Saskia dit zegt komt er een footer in beeld waarop staat: “0909-1336 (25ct PM) of kijk op 3fm.nl”.
			Overschakeling naar rubriek 16: ‘Chequebox’	
<u>16</u>	165 (00:23:16)		(Kinderen schreeuwen)	Een groep kinderen schreeuwen naar de camera toe. Een jongen op de voorgrond houdt een cheque vast. Op de achtergrond is door een raam een plein te zien. Het beeld wordt gekadreerd door het logo van 3FM Serious Request. Rechtsonder in beeld staat: “Chequebox Cam”.
	166 (00:23:18)		Pienus “We hebben tweehonderdtienus euro opgehaald.” Tienus: “Want ik ben Tienus en mijn vrouw is Pienus en Pienus is de beste kunstenares van heel Nederland.”	Pienus en Tienus spreken naar de camera toe. Ze houden een cheque vast. Op de achtergrond is door een raam een plein te zien. Het beeld wordt gekadreerd





#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
				door het logo van 3FM Serious Request. Rechtsonder in beeld staat: "Chequebox Cam".
	167 (00:23:27)		Kinderen: "We hebben wafels verkocht, we hebben van alles gedaan."	Een jongen praat naar de camera toe. Hij houdt een cheque vast. Op de achtergrond is door een raam een plein te zien. Het beeld wordt gekadreerd door het logo van 3FM Serious Request. Rechtsonder in beeld staat: "Chequebox Cam".
	168 (00:23:32)		Sven: "Hoi, ik ben Sven en ik heb in 4 dagen tijd van Utrecht naar Heerlen gefietst."	Een groep mensen staat in de 'chequebox kamer'. Sven praat naar de camera toe. Hij houdt een cheque vast. Op de achtergrond is door een raam een plein te zien. Het beeld wordt gekadreerd door het logo van 3FM Serious Request. Rechtsonder in beeld staat: "Chequebox Cam".
	169 (00:23:36)		Kinderen: "We hebben kerstspulletjes geknutseld en verkocht. En we hebben 350 euro opgehaald."	Vier meisjes zitten in de 'chequebox kamer'. Ze praten naar de camera toe. Eén van hen houdt een cheque vast. Op de achtergrond is door een raam een plein te zien. Het beeld wordt gekadreerd door het logo van 3FM Serious Request. Rechtsonder in beeld staat: "Chequebox Cam".
	170 (00:23:45)		Sven: "Dat heb ik allemaal gedaan op een fiets zonder versnellingen. Het heeft mij het geweldige bedrag van 1500 euro opgeleverd."	Een groep mensen staat in de 'chequebox kamer'. Sven praat naar de camera toe. Hij houdt een cheque vast. Op de achtergrond is door een




#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
				<p>raam een plein te zien.</p> <p>Het beeld wordt gekadreerd door het logo van 3FM Serious Request. Rechtsonder in beeld staat: "Chequebox Cam".</p>
	171 (00:23:52)		(Kinderen schreeuwen)	<p>Een groep kinderen schreeuwen naar de camera toe. Een jongen op de voorgrond houdt een cheque vast.</p> <p>Op de achtergrond is door een raam een plein te zien.</p> <p>Het beeld wordt gekadreerd door het logo van 3FM Serious Request. Rechtsonder in beeld staat: "Chequebox Cam".</p>
	172 (00:23:54)		-	<p>Het logo van de actie met de subtitel: "Keep them going". Rechts naast de subtitel staat een meisje met een rood vest. Onder haar wordt het logo van 3FM Serious Request weergegeven.</p>
			Overschakeling naar rubriek 17: 'Het plein #9'	
17	173 (00:23:57)		<p>Annemieke: "Ja, heel goed. Even je momentje pakken omdat je heel goed actie hebt gevoerd en dan mag je wel even voor de camera laten zien hoe trots je daar op bent. Je kunt natuurlijk een plaat aanvragen, 0909-1336.</p> <p>Maar je kunt ook even kijken op 3fm.nl/veiling. Hele mooie, bijzondere dingen staan daar. Bied erop, en misschien win je ze dan wel en dan steun je natuurlijk</p>	<p>Annemieke spreekt de kijkers toe en kijkt in de camera. Ze staat op het plein. Achter haar staat een groep mensen voor het Glazen Huis.</p> <p>Wanneer Annemieke dit zegt komt er een footer in beeld waarop staat: "0909-1336 (25ct PM) of kijk op 3fm.nl."</p> <p>Wanneer Annemieke dit zegt komt er een footer in beeld waarop staat: "3fm.nl/veiling".</p> <p>Wanneer Annemieke dit zegt komt er een footer in beeld</p>






#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
			ook meteen 3FM Serious Request. Doneren, dat kan ook. Het gebeurt steeds meer, 3fm.nl/doneer. En naar Heerlen komen. Ja, je ziet het hier al achter mij..."	waarop staat: "3fm.nl/doneer".
	174 (00:24:25)		Annemieke: "... het is echt ontzettend leuk en het is altijd druk..."	Een vogelperspectief shot die de menigte voor het Glazen Huis weergeeft.
	175 (00:24:28)		Annemieke: "... maar daar kan nog wel iemand bij hoor. Kom dan vooral naar Heerlen, naar het Pancratiusplein en steun onze mooie actie. We gaan even kijken hoe het is met de jongens in het huis.	Annemieke spreekt de kijkers toe en kijkt in de camera. Ze staat op het plein. Achter haar staat een groep mensen voor het Glazen Huis.
	176 (00:24:36)		-	Een muts met het logo van 3FM Serious Request komt in beeld.
			Overschakeling naar rubriek 18: 'De Dj's in het glazen huis'	
18	177 (00:24:37)		(Radiomuziek speelt)	Een pan shot van de menigte die buiten het Glazen Huis staat. Onder in beeld staat een footer met het logo van 3FM Serious Request. Daarnaast worden sms'jes weergegeven die mensen kunnen insturen. Rechts daarnaast staat: "SMS naar 3333, 90ct p.o.b.". Onder de sms'jes wordt een nieuwsfeed van de actie weergegeven in een balk, waarbij de tekst van rechts naar links beweegt.
	178 (00:24:59)		-	Een shot van een meisje die tussen de menigte op het plein staat. Sms: "Groetjes uit Waddinxveen"




#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
				<p>zet hem op jongens”.</p> <p>Sms: “Nog ff volhouden, toppers zijn jullie ! Respect ! Groetjes vaan mestreech”.</p> <p>Nieuwsfeed: “Altijd al eens in een helicopter willen zitten met Tim Hofman? Die droom kan uitkomen! Check 3fm.nl/veiling.</p> <p>Nieuwsfeed: “Nog op zoek naar een mooi zwart trainingsjack? In de 3FM SR 15 Webshop kun je die nog krijgen!</p>
	<p>179 (00:25:16)</p>		-	<p>Een shot van de brievenbus waar mensen cash geld kunnen doneren. De brievenbus ligt vol met brief- en kleingeld.</p> <p>In de footer staat nu: “Vraag nu jouw plaat aan, bel 0909-1336 of check 3fm.nl”.</p> <p>De Sms-feed is veranderd in een twitterfeed waar de laatste tweets worden weergegeven. Rechts naast de twitterfeed staat: “Twitter #SR15” en “Laat je horen! Twitter mee met #SR15!”.</p> <p>Tweet: “@Joliekebeck: #sr15 de laatste dag.”</p> <p>Nieuwsfeed: “Frank is nog tot morgenmiddag 12.00 uur bezig met zijn challenge: check #frankcollege voor de webseminars.”</p>
	<p>180 (00:25:33)</p>		-	<p>Een shot van een meisje op het plein tussen de menigte. Ze lacht wanneer ze ziet dat ze op de livestream te zien is.</p> <p>In de footer worden nu</p>

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
				veilingitems weergeven. “Veilingitems op veiling.3fm.nl: Tafelplaats tijdens het Correspondent’s Dinner met o.a. Mark Rutte, Skaten met 3FM DJ Sander Hoogie, Vier Golden Circle tickets voor het uitverkochte Justin Bieber concert, Backstage tour van Fiona Hering bij Vogue.”
	181 (00:25:44)		-	Een shot waarin we mensen zien die geld in de brievenbus doen. Vervolgens zien we de menigte op het Pancratusplein. De footer laat nu een feed zien van de 3FM-app. 3FM-app: “Peder: Laatste dag! Hou vol mannen! Groetjes uit Roosendaal ;-)”
	182 (00:25:56)		-	Een vogelperspectief shot die de menigte voor het Glazen Huis weergeeft. 3FM-app: “Roxanne: Hoeraaa!! Loïs 1 jaar vandaag! X X X mama.” Nieuwsfeed: “Een degelijke fietstocht door Utrecht met 3FM-DJ’s Domien, Sander, Roosmarijn, Herman en Timur? Check 3fm.nl/veiling!”
	183 (00:26:04)		-	Een close-up shot van een jongen op het plein. Vervolgens tilt de camera omhoog zodat de menigte achter hem in beeld komt. In de footer wordt nu de ‘Serious Request’ weergegeven die wordt gedraaid. “Serious Request: California Gurls – Katy Perry ft. Snoop Dogg. Plaataanvragers: Richtje




#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
				Stienstra.” Nieuwsfeed: “Wat kunnen ze DJ’en hè? Om geld op te halen voor SR15 zetten 3FM-DJ’s Frank en Thijs een tatoeage bij de hoogste bidder.”
	184 (00:26:22)		-	Een shot van de menigte op het plein. Het shot begint met een medium close-up van kind die op de schouders van een man zit. Vervolgens wordt er ingezoomd op een donkere vrouw die naast hen staat. In de footer wordt nu een instagramfeed weergegeven met rechts daarnaast de instagramfoto’s die zijn ingezonden.
	185 (00:26:36)		-	Een vogelperspectief shot die de menigte voor het Glazen Huis weergeeft. SMS: “Fijne feestdagen allemaal! Groetjes Jim en Shirley uit Den Helder.” Nieuwsfeed: check 3fm.nl/kominactie voor meer acties!
	186 (00:26:54)		-	Een shot van de mensen die in de rij staan voor de brievenbus van het Glazen Huis. Een vrouw houdt een kind in haar armen. Sms: “Succes jongens nog een paar uurtjes groetjes Doortje.”
	187 (00:26:58)		-	Een minionknuffel danst voor een camera. Het shot is genomen binnen het Glazen Huis. Nieuwsfeed: “Glamorámon is vandaag in het Glazen Restaurant! Zal weer een sjeke bedoeling worden!”

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
	188 (00:27:14)			<p>Een shot van een meisje op het Pancratiusplein. Via een tilt zien wordt de menigte op het plein voor het Glazen Huis getoond. Een aantal mensen op het plein zwaaien naar de camera.</p> <p>SMS: “Hallo. Lekker SR kijken met lieve mama. Fijne Feestdagen allemaal!!! Groetjes uit Aalten.”</p> <p>Nieuwsfeed: “Heb je al een kekke 3FM Serious Request hoodie gescoord? Check 3fm.nl/webshop voor alle merchandise.”</p>
	189 (00:27:39)			<p>Een over the shoulder shot van Domien en Giel die naar een laptop kijken. Op het beeldscherm van de laptop wordt een filmpje getoond.</p> <p>Twitterfeed: “Domien wordt wel kei hard afgewezen door Lot, maar het was zo schattig #SR15 #3FM.”</p> <p>Nieuwsfeed: “Kom morgen vanaf 16.00 uur een kijkje nemen in Heerlen voor de eindshow van 3FM Serious Request 2015!”</p>
	190 (00:28:18)			<p>Domien en Giel kijken naar een filmpje dat op een laptop wordt getoond. Naast hen staat een cameraman hen te filmen.</p> <p>3FM-app: “Koesie: SR15 goe bezig jongens!”</p> <p>Nieuwsfeed: “Op 3fm.nl/doel lees je alles over het thema van 3FM Serious Request 2015: jongeren in conflictgebieden.”</p>



#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
	191 (00:28:24)		-	Een over the shoulder shot van Domien en Giel die naar een laptop kijken. Op het beeldscherm van de laptop wordt een filmpje getoond. Instagramfeed: “timvanderweerden: Hallo, Heerlen! #3FM #sr15.” Nieuwsfeed: “Domien heeft er sinds deze week een nieuw vriendinnetje bij. Heb jij Lot al gespot bij de brievenbus?”
	192 (00:28:42)		-	Domien en Giel kijken naar een filmpje dat op een laptop wordt getoond. SMS: “Kijken of ik nu dan toch Annemarie en Marjolein kan spotten. Hou van jullie liefs mama”. Nieuwsfeed: “Mister and Mississippi was vanmiddag in het huis! Check 3fm.nl/veiling voor een eigen huiskamerconcert van de band.”
	193 (00:28:49)		-	Een over the shoulder shot van Domien en Giel die naar een laptop kijken. Op het beeldscherm van de laptop wordt een filmpje getoond.
	194 (00:28:57)		-	Domien en Giel kijken naar een filmpje dat op een laptop wordt getoond.
	195 (00:29:03)		-	Een over the shoulder shot van Domien en Giel die naar een laptop kijken. Op het beeldscherm van de laptop wordt een filmpje getoond. SMS: “Nog een paar uren volhouden Domien, Paul en




#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
				Giel! Groetjes uit Ruurlo". Domien en Giel kijken naar een filmpje dat op een laptop wordt getoond. SMS: "Ik houd van jullie! Zet m op! Xxx Guusje". Nieuwsfeed: "Wat is jouw hoogtepunt van 3FM Serious Request 2015 tot nu toe? Tweet mee op #SR15". "Frank zit zelf in het huis, maar zijn Feestje gaat vanavond natuurlijk gewoon door".
	196 (00:29:09)			
	197 (00:29:32)		Domien: "Katy Perry, Snoop Dogg, California Girls voor Richtje Stienstra. 10 euro. Ik denk dat ze uit Friesland komt... Richtje...Stienstra."	Domein zit voor het mengpaneel en maakt radio in het Glazen Huis. De muur achter hem is versierd met kerstkaarten en tekeningen. Op het beeldscherm achter hem wordt het logo van de actie weergegeven. Twitterfeed: "@knolwpowerknop73: #SR15 Zet hem op de laatste paar uren !! @giel3fm @Domien @paul3fm KEEP THEM GOING". Nieuwsfeed: "Fragment gemist? Kijk op 3fm.nl/video voor prachtig beeldmateriaal van SR15".
	198 (00:29:49)		Domien: "Volgens mij is één en één dan al snel twee. Ik ga naar de brievenbus. Goeiemorgen...Goeiemiddag, moet ik zeggen."	Domien maakt radio en kijkt naar buiten waar twee kinderen staan bij de brievenbus. Twitterfeed: "@dytg: Het is de laatste dag van #SR15! Wil jij nog doneren? Tweet met #IkDoneerAanSR15 en je krijgt een reply met daarin betaalinstructies".

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
	199 (00:29:53)		<p>Domien: “Het is inmiddels bijna één uur. Wie zijn jullie?”</p> <p>Kinderen: “We zijn van Roden.”</p> <p>Domien: “Jullie zijn van Roda?”</p> <p>Kinderen: “Roden.”</p> <p>Domien: “Oh, sorry, je moet even goed in de microfoon praten.”</p>	<p>Een jongen en meisje staan voor de brievenbus bij het Glazen Huis. Ze praten via de microfoon met Domien die in het Glazen Huis zit.</p> <p>In de footer: “Veilingitems op veiling.3fm.nl: Tafelplaats tijdens het Correspondent’s Dinner met o.a. Mark Rutte, Skaten met 3FM DJ Sander Hoogie, Vier Golden Circle tickets voor het uitverkochte Justin Bieber concert, Backstage tour van Fiona Hering bij Vogue”.</p> <p>Nieuwsfeed: “De Staat in het huis! Ze gaven DJ’s een goede peptalk”.</p>
	200 (00:30:07)		<p>Kinderen: “Roden.”</p> <p>Domien: “Oh, Roden! R, dubbel o, d-e-n. Dat ligt niet echt in de buurt geloof ik, of wel?”</p>	<p>Domien kijkt naar buiten en praat in de microfoon.</p> <p>In de footer: “Veilingitems op veiling.3fm.nl: Stembaker van Expeditie Robinson, Workshop van Robèrt van Beckhoven van Heel Holland Bakt”.</p>
	201 (00:30:10)		<p>Kinderen: “Nee, het ligt in Drenthe.”</p> <p>Domien: “Jeetje, helemaal in Drenthe. Wat komen jullie hier doen?”</p> <p>Kinderen: “We zijn hier op vakantie en we kwamen hier langs. Toen dachten we, we gaan gewoon wat geld doneren hier.”</p>	<p>Een jongen en meisje staan voor de brievenbus bij het Glazen Huis. Ze praten via de microfoon met Domien die in het Glazen Huis zit.</p> <p>3FM-app: “lisannevondenhoff: Hoi suc6”.</p> <p>Nieuwsfeed: “Je kijkt naar 3FM Serious Request 2015, live vanaf het Pancratiusplein in Heerlen!”</p>
	202 (00:30:24)		<p>Domien: “Wat grappig, waar ben je op vakantie dan?”</p> <p>Kinderen: “Nou, we zitten hier gewoon in Limburg op vakantie in een huisje.”</p>	<p>Domien maakt radio en kijkt naar buiten waar twee kinderen staan bij de brievenbus.</p> <p>3FM-app: “Stuur een bericht via de 3FM app! Of nog leuker...een foto!”</p>

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
				Nieuwsfeed: "De vijfde en laatste tussenstand is bekend: €5.524.704, -".
	203 (00:30:27)		Domien: "Maar hier in Heerlen of ergens in de buurt?" Kinderen: "Hier ergens in de buurt."	Domien maakt radio en kijkt naar buiten waar twee kinderen staan bij de brievenbus. Nieuwsfeed: "3FM vraagt met Serious Request 2015 aandacht voor de generatie van de toekomst in oorlogs- en conflictgebieden. Kom in actie!"
	204 (00:30:32)		Domien: "Weet je hoe het heet?" Kinderen: "Nee, niet zo." Domien: "Ik heb ooit een keer in Simpelveld geslapen volgens mij, volgens mij zit dat ook hier ergens in de buurt geloof ik." (geschreeuw door de microfoon)	Een jongen en meisje staan voor de brievenbus bij het Glazen Huis. Ze praten via de microfoon met Domien die in het Glazen Huis zit. 3FM-app: "Stuur een bericht via de 3FM app! Of nog leuker...een foto!" Nieuwsfeed: "3FM vraagt met Serious Request 2015 aandacht voor de generatie van de toekomst in oorlogs- en conflictgebieden. Kom in actie!"
	205 (00:30:38)		Domien: "Simpelveld? Hè, ja. Dat klopt, daar heb ik ooit een keer in een bungalowpark geslapen, dus ik dacht misschien liggen jullie toevallig in hetzelfde bungalowpark."	Domien maakt radio en kijkt naar buiten waar twee kinderen staan bij de brievenbus. 3FM-app: "Stuur een bericht via de 3FM app! Of nog leuker...een foto!" Nieuwsfeed: "3FM vraagt met Serious Request 2015 aandacht voor de generatie van de toekomst in oorlogs- en conflictgebieden. Kom in actie!"
	206 (00:30:41)		Domien: "Wat grappig, en toen dachten jullie nu we toch in de buurt zijn en we liggen in een bungalowpark dan gaan we even lekker hierheen." Kinderen: "Ja."	Een vrouw met roze haar lacht en zwaait naar Domien. Instagramfeed: "maayk3: #sr15 #domienverschuuren #kijkhoeschattig #heerlen de gekste #wijookeenbeetje".

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
				Nieuwsfeed: “3FM vraagt met Serious Request 2015 aandacht voor de generatie van de toekomst in oorlogs- en conflictgebieden. Kom in actie!”
	207 (00:30:52)		Domien: “En hoe is het hier?”	Domien maakt radio en kijkt naar buiten waar twee kinderen staan bij de brievenbus.
	208 (00:30:54)		Kinderen: “Cool. Helemaal cool.” Domien: “Hoelang heb je hier in de rij moeten staan om bij de brievenbus te komen?” Kinderen: “Nou, vijf minuutjes.”	Een jongen en meisje staan voor de brievenbus bij het Glazen Huis. Ze praten via de microfoon met Domien die in het Glazen Huis zit.
	209 (00:30:59)		Domien: “Vijf minuten maar? Oh mensen, kom in godsnaam allemaal naar Heerlen, Pancratiusplein. Vijf minuten kan natuurlijk niet de bedoeling zijn. En er komt wel geld door de brievenbus zie ik.”	Domien kijkt geschokt naar buiten terwijl hij via de microfoon naar buiten praat. Nieuwsfeed: “Je kan nu gemakkelijk doneren via twitter! Gebruik de hashtag #ikdoneeraansr15”.
	210 (00:31:08)		Kinderen: “Ja, wij komen allebei 5 euro doneren.” Domien: “En uit eigen portemonnee of hebben jullie je ouders even lief aangekeken?” Kinderen: “euh... onze ouders.”	Een jongen en meisje staan voor de brievenbus bij het Glazen Huis. Ze praten via de microfoon met Domien die in het Glazen Huis zit.
	211 (00:31:13)		(Domien lacht) Domien: “Oke dan. Nou jongens, loop naar de brievenbus en gooi het er in.”	Domien maakt radio en kijkt naar buiten waar twee kinderen staan bij de brievenbus. Hij wijst naar de brievenbus. SMS: “LEON ik hou van jou!!!!!!” Nieuwsfeed: “De Heerlense peuterspeelzalen zamelen geld in voor 3FM Serious Request! Bekijk hun actie op 3fm.nl/kominactie!”

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
	212 (00:31:20)		Domien: “En dankjewel namens het Rode Kruis! En weer tien euro in de pocket en zo gaan we lekker.”	Domien kijkt naar de kinderen die buiten staan. In beeld zijn ook twee cameramannen te zien die het gesprek filmen. SMS: “Ook na vandaag mogen we de jongeren in oorlogsgebieden niet vergeten! Fien, Moos en Oma”.
	213 (00:31:25)		Domien: “En zo gaan we richting de finish van 3FM Serious Request. Je bent welkom in Heerlen of via 0909-1336, dan wel 3fm.nl/plaat. Vraag jouw Serious Request aan en deze is voor Maaïke Thuis. Pearl Jam – The Fixer.	Domein maakt radio achter het mengpaneel en kijkt op een beeldscherm voor hem terwijl hij in de microfoon spreekt. SMS: “Nog ff volhouden en dan weer een jaartje wachten bedankt voor jullie inzet groeten uit Almere. Volgend jaar glazen huis”.
	214 (00:31:34)		(Pearl Jam – The Fixer speelt)	De jongen en het meisje gooien tien euro in de brievenbus die in het Glazen Huis staat. Nieuwsfeed: “Wat doe jij voor 3FM Serious Request? Kom in actie! Check 3FM.nl/kominactie”.
	215 (00:31:46)		-	Een vogelperspectief shot die de menigte voor het Glazen Huis weergeeft. In de footer: “Serious Request: The Fixer – Pearl Jam. Plaataanvragers: Ellis Billekens, Maaïke Thuis, Tim Arts.” Nieuwsfeed: “Femke (6) en Merle (8) uit Doesburg verkopen knutselstukjes! Uiteindelijk verdubbelen hun ouders hun opbrengst. Bekijk hun actie op 3fm.nl/kominactie”.

#	Shot (tijd in uitzending)	Afbeelding	Dialogo & Adressering naar de Kijkers	Korte beschrijving met focus op Mise-en-scène & Videografie
	216 (00:32:01)		-	Verschillende mensen gooien geld in de brievenbus van het Glazen Huis. Op de brievenbus staat “dank je wel”. Nieuwsfeed: “Jouw eigengemaakte plaat op 3FM? Doe mee met de Demo van de Dag! 3FM.nl/demo”.
	217 (00:32:26)		-	Een vogelperspectief shot die de menigte voor het Glazen Huis weergeeft. 3FM-app: “Johanneke: Succes groetjes Gustaaf Johanneke Gijs en Maranke Winkel”. Nieuwsfeed: “Kondig samen met Jan Smeets een band aan op Pinkpop! Check 3fm.nl/veiling”.
	218 (00:32:37)		-	Een over the shoulder shot van Domien die op een beeldscherm kijkt. 3FM-app: “Davy: Gezellie met ze alle SR15 aan het kijken met een lekker broodje erbij”.
		Abrupt einde	Abrupt einde	Abrupt einde