

# XTC: Check eerst de feiten!

*Een semiotisch onderzoek naar de werking van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE*



Student: Linda Hansort

Studentnummer: 3216500

Master: Communicatie, Beleid & Management

Departement Bestuurs- en Organiseringswetenschap, Universiteit Utrecht

Begeleider: Prof. dr. Eugène Loos

Tweede lezer: Dr. Madeline Winnubst

Datum: 26-8-2016

## **Inhoudopgave**

<b>Samenvatting</b>	<b>3</b>
<b>1. Inleiding</b>	<b>6</b>
1.1 Stichting SIRE & Campagne: 'Slik jij zomaar alles?'	6
1.2 Probleemstelling	7
1.3 Doelstelling & Onderzoeksvragen	7
1.4 Onderzoeksaanpak	8
1.5.Relevantie	8
1.6 Leeswijzer	9
<b>2. Methodologische verantwoording</b>	<b>10</b>
2.1 Onderzoeksperspectief	10
2.2 Methode van onderzoek	11
2.3 Onderzoeksmethoden	11
2.4 Data analyse	13
2.5 Kwaliteitscriteria	14
<b>3. Ontwikkelingen rondom XTC gebruik</b>	<b>16</b>
3.1 XTC als partydrug	16
3.2 Toename sterkte XTC pillen	17
3.3 Risico's	18
3.4 Ontwikkelingen rondom toegenomen XTC gebruik	18
<b>4. Literatuurreview</b>	<b>20</b>
4.1 Geschiedenis voorlichtingscampagnes: Postbus 51	20
4.2 De kracht van verhalen	21
4.3 Narratief: story & plot	23
4.4 Parallelism	24
4.5 (Sociale) Semiotiek	25
4.6 Visuele sociale semiotiek	26
4.7 Vorming van attitude & Theory of Reasoned Action	28
4.8 Implicaties	29
<b>5. Semiotische analyse</b>	<b>30</b>
5.1 Beschrijving spotje 'Slik jij zomaar alles?'	30
5.2 Narratief: story & plot	30
5.3 Parallelism	32
5.4 Saliency	34
<b>6. Empirisch onderzoek</b>	<b>39</b>
6.1 Narratief: story & plot	39
6.2 Parallelism	41

6.3 Salience	44
6.4 Vorming van attitude	46
<b>7. Conclusie</b>	<b>48</b>
7.1 Narratief: story & plot	48
7.2 Parallelism	49
7.3 Salience	49
7.4 Vorming van attitude	50
<b>8. Discussie</b>	<b>51</b>
<b>Bronnen</b>	<b>52</b>
<b>Bijlagen</b>	<b>54</b>
1. Overzicht respondenten	54
2. Topiclijst	55
3. Codeboom	56

## Samenvatting

In dit semiotische onderzoek wordt de betekenisgeving van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE door jongeren van 16 tot en met 25 jaar onderzocht. Van de Nederlandse jongeren tussen de 15 en 34 jaar heeft 12,3% ooit in zijn of haar leven XTC gebruikt. 5,5% van de genoemde groep geeft aan het laatste jaar nog XTC te hebben gebruikt. Dit gebeurt met name tijdens het uitgaan. Daarnaast is een stijging zichtbaar in de gemiddelde hoeveelheid MDMA, de werkzame stof in een XTC pil. Sinds 2009 is er een stijging te zien in het percentage hooggedoseerde pillen (meer dan 105 mg MDMA). In 2014 lag dit percentage op 59%, terwijl dit in 2009 nog 10% was. Door de toegenomen hoeveelheid MDMA in pillen nemen ook de risico's bij gebruik toe. Uit een steekproef onder 300 jongeren (16 t/m 25 jaar) gedaan door SIRE bleek dat het grootste deel onvoldoende op de hoogte is van de werking van XTC, de toegenomen hoeveelheid MDMA in XTC pillen en de gevaren hiervan. Om jongeren te wijzen op deze gevaren van XTC startte SIRE de campagne 'Slik jij zomaar alles?'. Het tv-spotje van deze campagne (te bekijken via de volgende link: [https://youtu.be/IK\\_14KKqkvk](https://youtu.be/IK_14KKqkvk)) is het onderwerp van dit onderzoek en vertelt het verhaal van drie opgroeiende jongens. In elke situatie wordt telkens dezelfde vriend, Tom, de vraag gesteld of iets eetbaar is waarna hij dit zonder aarzelen in zijn mond stopt. Hierbij gaat het in de laatste situatie om een onbekende XTC pil. Voordat Tom deze in zijn mond kan doen, wordt er door een mannelijke voice-over van bovenaf gezegd "Gast, slik jij zomaar alles? Check XTCfacts.nl" waardoor de jongens opkijken. Tot slot is het logo van SIRE en een verwijzing naar de website zichtbaar.

Om tot de onderstaande antwoorden op de onderzoeksvragen van dit onderzoek te komen, is gebruik gemaakt van verschillende onderzoeksmethoden. Ten eerste een literatuurreview die tot doel heeft een overzicht te geven van relevante literatuur. In het spotje 'Slik jij zomaar alles?' is een verhaal met ontwikkelende personages en vergelijkbare situaties te herkennen. Daarom komen Bordwell & Thompson (2008) als eerst aan bod met hun definities van een 'narratief' bestaande uit een 'plot' en 'story' en 'parallelism'. Omdat in dit onderzoek de betekenisgeving van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE centraal staat, waarbij het gaat om de interpretatie van tekstuele en visuele tekens door jongeren, wordt vervolgens de theorie rondom semiotiek (ook wel tekenleer) uitgelegd aan de hand van Chandler (2007). Daarna gaat de literatuurreview in op de semiotische werking van beeld, namelijk de visuele semiotiek. Aan de hand van Harrison (2003) en Kress & van Leeuwen (1996) wordt de sturende werking van bepaalde elementen in een beeld beschreven om de aandacht van de kijker te trekken. Daarnaast richt dit onderzoek zich ook op de rol die het spotje 'Slik jij zomaar alles?' speelt bij de attitudevorming van jongeren over het belang om zich te informeren over XTC. Om dit begrip en de psychologische processen hierachter toe te lichten wordt gebruik gemaakt van Hoeken (1998). De inzichten die middels de literatuurreview zijn verkregen vormen de basis voor de semiotische analyse van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE. Dit is de tweede onderzoeksmethode, waarmee onderstaande onderzoeksvragen 1A, 1B en 1C zijn beantwoord. Met de bevindingen uit deze semiotische analyse en literatuurreview is vervolgens een topiclijst opgesteld voor de semi-gestructureerde interviews. Met behulp van dit onderzoeksinstrument zijn zestien interviews afgenomen met jongeren van 16 t/m 25 jaar waarin gevraagd is naar de betekenis die zij geven aan het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en de rol die het spotje volgens hen speelt bij hun perceptie

ten aanzien van het belang om zich te informeren over XTC. De uitkomst van dit empirisch onderzoek geeft antwoord op de onderzoeksvragen 2A, 2B, 2C en 3. Hieronder volgen de belangrijkste resultaten per onderzoeksvraag.

*1A: Welk narratief (bestaande uit 'story' en 'plot') wordt verteld in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor gebruikt?*

Het spotje 'Slik jij zomaar alles?' bestaat uit een serie van gebeurtenissen die met elkaar verbonden zijn door een tijdvolgordelijke relatie, namelijk drie opgroeiende jongens waarvan steeds dezelfde iets uitprobeert door het in zijn mond te stoppen. De verschillende situaties geven typische levensfasen aan, wat door middel van specifieke attributen kenbaar gemaakt is voor de kijker. Het verhaal in het spotje kan geduid worden als een narratief bestaande uit een 'plot' en 'story'. Het 'plot' bestaat uit het logo van SIRE en de website [xtcfacts.nl](http://xtcfacts.nl). Onder de 'story' valt dat de jongens bevriend zijn en dat de stem die de jongens aan het einde van het spotje toespreekt, getypeerd kan worden als een overheidsstem.

*1B: Welke rol speelt 'parallelism' (personages, handelingen, settings) in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor gebruikt?*

In het spotje 'Slik jij zomaar alles?' is sprake van 'parallelism' omdat deze zowel herhaling als variatie bevat. Hetzelfde personage Tom doet in elke situatie, waarin de jongens steeds ouder worden, steeds iets anders in zijn mond om dit uit te proberen. Het ouder worden van dezelfde personages is te zien aan hetzelfde kleurgebruik in de kleding. Alleen bij de eerste twee situaties is de handeling van het innemen zichtbaar, maar door deze herhaling wordt dit ook bij de andere twee situaties verondersteld door de kijker.

*1C: Welke rol speelt 'saliency' in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor gebruikt?*

In het spotje 'Slik jij zomaar alles?' is gebruik gemaakt van 'saliency' om de aandacht van de kijker te trekken naar de elementen die het personage Tom in zijn mond stopt. Dit is gedaan door afmeting, kleur, kleurcontrast, focus, voorgrond/achtergrond en de compositie in het beeld. Met name het kleurverschil tussen de XTC pillen is van belang. Hiermee is aangegeven dat er eentje onbekend is voor de jongens. Dit draagt bij aan de boodschap van het spotje waarbij het gaat om het belang van informeren en wel weten wat je inneemt als je dit doet.

*2A: Welk narratief (bestaande uit 'story' en 'plot') onderscheidt de doelgroep, jongeren van 16 t/m 25 jaar, in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor volgens hen gebruikt?*

De rode lijn van het narratief (drie opgroeiende jongens waarvan steeds dezelfde iets uitprobeert) is herkend door de respondenten, maar de specifieke levensfasen zijn niet altijd goed herkend. Als onderdeel van de 'story' in het spotje is door de respondenten gesteld dat de jongens vrienden van elkaar zijn en samen opgroeien. Wat betreft de afkomst van de stem aan het einde van het spotje lopen de interpretaties van de respondenten uiteen. Deze is benoemd als overheidsstem, een vierde vriend of goddelijke stem. Het 'plot' van het spotje (SIRE logo en website [xtcfacts.nl](http://xtcfacts.nl)) is slechts door een kwart van de respondenten opgevallen. Desondanks hebben wel alle respondenten de boodschap van het spotje begrepen waarbij het gaat om het belang om zich te informeren over XTC.

*2B: In hoeverre herkent de doelgroep, jongeren van 16 t/m 25 jaar, 'parallelism' (personages, handelingen, settings) in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor volgens hen gebruikt?*

De respondenten herkennen 'parallelism' in het spotje. Ze zagen de drie personages ouder worden en herkenden de jongens omdat elke keer dezelfde opstelling werd aangehouden in de verschillende situaties. Ook was voor hen het roepen van de naam 'Tom' een teken dat de jongens steeds dezelfde bleven. Door het herhalen van de handeling van Tom om in de eerste twee situatie iets in zijn mond te doen, werd door de helft van de respondenten verondersteld dat hij dit ook in de andere situaties heeft gedaan ondanks dat dit niet in beeld verschijnt.

*2C: In hoeverre wordt de aandacht van de doelgroep, jongeren van 16 t/m 25 jaar, getrokken door 'saliency' in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor volgens hen gebruikt?*

Door de respondenten in het empirisch onderzoek werden vooral afmeting en kleur(contrast) genoemd als manier om elementen in beeld te laten opvallen en de aandacht van de kijker te trekken naar de objecten die Tom in zijn mond deed. Een kwart van de respondenten gaf daarnaast aan dat er werd ingezoomd op Tom tijdens de handeling van het innemen. Zij gaven echter niet aan dat dit leidde tot meer betrokkenheid bij het beeld. Wat betreft kleurgebruik noemden de respondenten dat deze fel waren waardoor de op te eten objecten opvielen. Bij de XTC pillen in de laatste scène is het een derde van de respondenten opgevallen dat de pillen verschillende kleuren hebben, hier hebben zij echter geen specifieke betekenis aan gegeven in relatie tot het verhaal maar ook zonder deze informatie begrepen zij allemaal de boodschap van het spotje.

*3: Welke rol speelt het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE, in de beleving van jongeren van 16 t/m 25 jaar, bij hun perceptie en attitudevorming ten aanzien van het belang om zich te informeren over XTC gebruik?*

Alle respondenten hebben aangegeven het belangrijk te vinden dat jongeren zich informeren over XTC voordat zij dit gebruiken. Een kwart van de respondenten noemde dat het spotje 'Slik jij zomaar alles?' hieraan heeft bijgedragen. Bijna de helft van de respondenten vond dat het spotje niet heeft bijgedragen aan dat ze het belangrijk vinden dat jongeren zich informeren (omdat ze dat voor het spotje al vonden), maar ze denken dat het spotje wel bijdraagt aan de bewustwording van XTC gebruik onder jongeren.

In de afsluitende discussie zijn enkele kritische opmerkingen met betrekking tot het onderzoek opgenomen. Ten eerste is dit de onderzoeksgroep. Deze is niet door middel van een toevallige steekproef tot stand gekomen waardoor de resultaten niet generaliseerbaar zijn. Daarnaast is de onderzoeksgroep niet gelijkmatig verdeeld betreft geslacht en leeftijd. Ten tweede is de locatie van de interviews niet bij elk interview hetzelfde geweest, dit kan de resultaten hebben beïnvloed. Doordat een deel van de interviews bij de respondenten thuis is afgenomen, zou het kunnen zijn dat zij zich meer op hun gemak hebben gevoeld om te praten tijdens het interview. De keerzijde hiervan is dat voor elke respondent de omgeving tijdens het interview anders is geweest. Om uit te sluiten dat deze factor de resultaten beïnvloedt, zouden in eventueel vervolgonderzoek de interviews in dezelfde ruimte moeten worden afgenomen zodat de omstandigheden elke keer hetzelfde zijn.

## 1. Inleiding

Dit hoofdstuk geeft een inleiding op het onderzoek naar de campagne 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE. In paragraaf 1.1 wordt eerst beschreven wat stichting SIRE doet, waar ze voor staat en wat de campagne 'Slik jij zomaar alles?' inhoudt. Paragraaf 1.2 geeft de probleemstelling weer die de aanleiding vormt voor de campagne 'Slik jij zomaar alles?' en daarmee ook voor dit onderzoek naar de werking hiervan. In paragraaf 1.3 volgt de doelstelling van het onderzoek en de onderzoeksvragen die worden beantwoord, waarna in paragraaf 1.4 de aanpak hiervoor wordt beschreven. De maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie van dit onderzoek wordt uiteen gezet in paragraaf 1.5. In paragraaf 1.6 wordt tot slot een leeswijzer gegeven.

### 1.1 Stichting SIRE & Campagne 'Slik jij zomaar alles?'

SIRE (Stichting Ideele Reclame) werd op 30 augustus 1967 opgericht en heeft sindsdien al ruim 100 campagnes ingezet om aandacht te vragen voor maatschappelijke onderwerpen en deze bespreekbaar te maken. SIRE wil "mensen wakker schudden, aan het denken zetten en laten beseffen dat bepaalde kwesties niet uit het oog verloren mogen worden. SIRE wil zo bijdragen aan een vitale en betrokken samenleving."<sup>1</sup> Dit doet SIRE door middel van multimediale campagnes. SIRE is geen initiatief vanuit de overheid maar vanuit de communicatiebranche, die zich belangeloos inzet om deze campagnes uit te voeren.

De missie van SIRE is als volgt<sup>2</sup>:

"SIRE wil de expertise en slagkracht van de communicatiebranche benutten om mensen wakker te schudden en daarmee bij te dragen aan een vitale, betrokken en verantwoordelijke samenleving."

SIRE heeft met haar campagnes tot doel mensen aan te zetten tot nadenken over zaken die dit verdienen, maar nog te weinig aandacht krijgen. Thema's worden aan de orde gesteld om deze bespreekbaar te maken. Voorbeelden hiervan zijn: digitaal pesten (2006), geweld tegen hulpverleners (2011), kinderen in een scheiding (2011) en de nieuwste campagne 'Slik jij zomaar alles?' over XTC gebruik. Deze campagne zet de feiten en fabels over XTC op een rij, zowel de positieve als minder positieve. De campagne richt zich (met name) op jongeren van 16 tot en met 25 jaar. 'Slik jij zomaar alles?' is een multimediale campagne die bestaat uit een tv-spotje dat verwijst naar de website [xtcfacts.nl](http://xtcfacts.nl) waar de belangrijkste feiten rondom XTC gebruik te vinden zijn. Daarnaast zijn er vier verschillende radiospots gemaakt met feiten/fabels over XTC. De online campagne bestaat verder uit diverse banners met stellingen en op social media wordt middels #xtcfacts aandacht besteed aan de campagne<sup>3</sup>.

In dit onderzoek gaat het om het tv-spotje van de campagne 'Slik jij zomaar alles?' te bekijken via de volgende link: [https://youtu.be/IK\\_14KKqkvk](https://youtu.be/IK_14KKqkvk). Dit spotje vertelt het verhaal van drie jongens. Gedurende verschillende situaties ziet de kijker ze opgroeien. Ten eerste als jonge kinderen op een kinderfeestje, ten tweede op de middelbare school tijdens de scheikundeles,

---

<sup>1</sup> <http://sire.nl/over-sire>

<sup>2</sup> <http://sire.nl/over-sire/missie>

<sup>3</sup> <http://sire.nl/campagnes/xtc>

vervolgens in een studentenhuis en tot slot in een wc-hokje tijdens het uitgaan. In elke situatie wordt telkens dezelfde vriend, Tom, de vraag gesteld of iets eetbaar is waarna hij dit zonder aarzelen in zijn mond stopt. Hierbij gaat het in de laatste situatie om een onbekende XTC pil. Voordat Tom deze in zijn mond kan doen, wordt er door een mannelijke voice-over van bovenaf gezegd "Gast, slik jij zomaar alles? Check XTCfacts.nl" waardoor de jongens opkijken. Tot slot wordt linksonder in beeld het logo van SIRE en een verwijzing naar de website zichtbaar.

## 1.2 Aanleiding & Probleemstelling

Uit een steekproef onder 300 jongeren (16 t/m 25 jaar) gedaan door SIRE bleek dat het grootste deel onvoldoende op de hoogte is van de werking van XTC, de toegenomen hoeveel MDMA in XTC pillen en de gevaren hiervan. 63% van deze jongeren wist niet dat de dosis MDMA in XTC de laatste jaren is toegenomen en 70% is niet op de hoogte van wat dit met je doet. Oververhitting is het belangrijkste risico, 66% van de jongeren in de steekproef wist dit niet. Ook wist 60% niet dat je maximaal twee glazen water per uur moet drinken bij het gebruik van XTC.<sup>4</sup> Hoofdstuk 3 geeft de ontwikkelingen rondom XTC gebruik uitgebreider weer. De hoge percentages uit het onderzoek van SIRE zijn reden tot zorgen over het XTC gebruik onder jongeren. Om jongeren te wijzen op de gevaren van XTC startte SIRE de campagne 'Slik jij zomaar alles?'. Het tv-spotje van deze campagne is de aanleiding voor dit onderzoek waarin de betekenisgeving hiervan door jongeren van 16 tot en met 25 jaar wordt onderzocht.

## 1.3 Doelstelling & Onderzoeksvragen

### *Doelstelling*

Dit onderzoek heeft enerzijds tot doel de werking van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE bij de doelgroep, jongeren van 16 t/m 25 jaar, te analyseren. Middels dit onderzoek wordt inzicht verkregen hoe jongeren betekenis geven aan het spotje over drugsvoorlichting. Anderzijds is onderzocht welke rol het spotje, in de beleving van jongeren, speelt bij hun perceptie en attitudevorming ten aanzien van het belang om zich te informeren over XTC.

### *Onderzoeksvragen*

1A: Welk narratief (bestaande uit 'story' en 'plot') wordt verteld in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor gebruikt?

1B: Welke rol speelt 'parallelism' (personages, handelingen, settings) in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor gebruikt?

1C: Welke rol speelt 'saliency' in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor gebruikt?

2A: Welk narratief (bestaande uit 'story' en 'plot') onderscheidt de doelgroep, jongeren van 16

---

<sup>4</sup> <http://sire.nl/campagnes/xtc>



t/m 25 jaar, in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor volgens hen gebruikt?

2B: In hoeverre herkent de doelgroep, jongeren van 16 t/m 25 jaar, 'parallelism' (personages, handelingen, settings) in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor volgens hen gebruikt?

2C: In hoeverre wordt de aandacht van de doelgroep, jongeren van 16 t/m 25 jaar, getrokken door 'saliency' in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor volgens hen gebruikt?

3: Welke rol speelt het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE, in de beleving van jongeren van 16 t/m 25 jaar, bij hun perceptie en attitudevorming ten aanzien van het belang om zich te informeren over XTC gebruik?

#### 1.4 Onderzoeksaanpak

Om bovenstaande onderzoeksvragen te beantwoorden is gebruik gemaakt van verschillende onderzoeksmethoden. Ten eerste een literatuurreview die tot doel heeft een overzicht te geven van relevante literatuur omtrent verhalen, voorlichtingscampagnes, de werking hiervan vanuit semiotisch perspectief en attitudevorming. De inzichten die hiermee worden verkregen vormen de basis voor de semiotische analyse van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE. Dit is de tweede onderzoeksmethode, waarmee onderzoeksvragen 1A, 1B en 1C zullen worden beantwoord. De bevindingen uit deze semiotische analyse en literatuurreview leiden vervolgens tot het opstellen van een topiclijst voor de laatste onderzoeksmethode: semi-structureerde interviews. Met behulp van dit onderzoeksinstrument zijn zestien interviews afgenomen met jongeren van 16 t/m 25 jaar waarin gevraagd wordt naar de betekenis die zij geven aan het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en de rol die het spotje volgens hen speelt bij hun perceptie ten aanzien van het belang om zich te informeren over XTC. De uitkomsten van dit empirisch onderzoek geven antwoord op de onderzoeksvragen 2A, 2B, 2C en 3.

#### 1.5 Relevantie

##### *Maatschappelijke relevantie*

Het gebruik van en het denken over uitgaansdrugs als XTC is aan verandering onderhevig. Hierin zijn verschillende ontwikkelingen te zien, deze worden in hoofdstuk 3 uitgebreid beschreven. Het gebruik van XTC, met name onder jongeren, ligt momenteel hoog. Uit cijfers van het Trimbos Instituut (Kerncijfers drugsgebruik, 2014) is gebleken dat 12,3% van de Nederlandse jongeren tussen de 15 en 34 jaar ooit XTC heeft gebruikt en 5,6% deed dat nog het laatste jaar. Vooral tijdens het uitgaan ligt het percentage XTC gebruikers hoog. Van de steekproef voor het 'Grote Uitgaansonderzoek 2013' (Goossens et al., 2013) had ruim 60% het afgelopen jaar XTC gebruikt tijdens het uitgaan en 35% de afgelopen maand waarbij de favoriete locatie een feest of festival was. Het gebruik van XTC tijdens festivals is steeds gebruikelijker onder jongeren, mede door de lage prijs en makkelijke toegankelijkheid (Strategische Verkenning Uitgaansdrugs, 2015).

Naast dat het gebruik van XTC onder jongeren is gestegen, is er nog een andere trend zichtbaar namelijk dat XTC pillen de afgelopen jaren steeds sterker zijn geworden. De hoeveelheid MDMA per pil, de werkzame stof in XTCpillen, is namelijk gestegen. Sinds 2009 is het percentage hooggedoseerde pillen met meer dan 105 mg MDMA toegenomen. Toen lag dat nog op 10% terwijl dit in 2014 maar liefst 59% was. Hooggedoseerde pillen zorgen voor meer bijwerkingen en vergroten de risico's van gebruik. In 2014 werden 1803 drugsincidenten gemeld waarbij (onder andere) XTC was gebruikt (Nationale Drug Monitor, Jaarbericht 2015). Om dit aantal naar beneden te brengen is het belangrijk dat jongeren goed geïnformeerd zijn over drugsgebruik. Het is dus van maatschappelijk belang dat jongeren zich goed informeren over het gebruik van XTC zodat de risico's bij gebruik kleiner worden en het aantal drugsincidenten waarbij XTC betrokken is hopelijk zal dalen. Het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE is gericht op het informeren van jongeren over XTC. Dit onderzoek is maatschappelijke relevant omdat onderzocht wordt hoe jongeren betekenis geven aan een communicatiemiddel, zoals het spotje van SIRE, dat hen wijst op het belang hiervan. Hiermee wordt met dit onderzoek een maatschappelijke bijdrage geleverd aan het verantwoord gebruik van XTC onder jongeren.

#### *Wetenschappelijke relevantie*

Met dit onderzoek wordt kennis verkregen over de betekenisgeving van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE door jongeren. Hiermee levert dit onderzoek zijn bijdrage aan de inzichten over de werking van voorlichtingscampagnes vanuit semiotisch perspectief. Ook draagt dit onderzoek bij aan de kennis over de attitudevorming bij jongeren rondom het belang om zich te informeren over drugsgebruik, specifiek de populaire partydrug XTC. Daardoor wordt het begrip vergroot omtrent hoe jongeren aankijken tegen drugsvoorlichting.

#### 1.6 Leeswijzer

Dit hoofdstuk vormde een introductie op het onderwerp van dit onderzoek en daarnaast zijn de doel- en vraagstellingen gepresenteerd. In het volgende hoofdstuk staat de methodologische verantwoording centraal waarin wordt beschreven hoe deze zullen worden beantwoord. Hierbij wordt ingegaan op de onderzoeks- en analysemethoden, de rol van de onderzoeker en de kwaliteitscriteria van het onderzoek. In hoofdstuk 3 wordt de context van het onderzoek en de campagne 'Slik jij zomaar alles?' geschetst. Hierin worden de ontwikkelingen en trends rondom XTC en het gebruik daarvan door jongeren weergegeven. Hoofdstuk 4 zal een literatuurreview geven waarin theoretische concepten worden geïntroduceerd omtrent narratief, semiotiek en attitudevorming. Naar aanleiding hiervan bevat hoofdstuk 5 een semiotische analyse van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' waarin deze concepten toegepast zullen worden. Hiermee is vervolgens een topiclijst opgesteld voor het afnemen van semi-gestructureerde interviews met zestien respondenten. In hoofdstuk 6 worden de resultaten van dit empirisch onderzoek besproken en geanalyseerd. Hierin wordt duidelijk hoe de respondenten betekenis geven aan het spotje 'Slik jij zomaar alles?' en welke rol dit volgens hen speelt bij het belang om zich te informeren over XTC. Hoofdstuk 7 bevat de conclusies naar aanleiding van het onderzoek en hoofdstuk 8 geeft tot slot enkele kritische noten. In de bijlagen is een overzicht van de respondenten, de topiclijst voor de semi-gestructureerde interviews en de codeboom voor de data-analyse te vinden.

## **2. Methodologische verantwoording**

Dit hoofdstuk bevat de methodologische verantwoording van het onderzoek. In paragraaf 2.1 zal allereerst het onderzoeksperspectief uiteen worden gezet van waaruit dit onderzoek is uitgevoerd. Dit bepaalt de manier waarop de onderzoeker naar de werkelijkheid kijkt. Paragraaf 2.2 beschrijft de methode van onderzoek die hieruit voort vloeit, waarna in paragraaf 2.3 de verschillende onderzoeksmethoden uitgebreid beschreven worden. De manier waarop de data is geanalyseerd, komt aan de orde in paragraaf 2.4. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een paragraaf over diverse kwaliteitscriteria.

### 2.1 Onderzoeksperspectief

Wetenschappelijk onderzoek kan vanuit diverse denkkaders worden uitgevoerd, waarbij verschillende opvattingen bestaan over het kijken naar de werkelijkheid (ontologie) en daarmee samenhangend, de manier waarop kennis hierover wordt verkregen (epistemologie). 't Hart et al. (2005, pp. 64-71) beschrijven drie vormen van onderzoek namelijk empirisch-analytisch, kritisch-emancipatoir en interpretatief.

De eerst genoemde stroming ziet de werkelijkheid als een verzameling eenheden met verschillende kenmerken die worden gemeten. Systematische waarneming hiervan resulteert in data bestaande uit gescoorde waarden op bepaalde variabelen. De manier van kennis verzamelen binnen deze benadering is objectief en gebaseerd op zintuigelijke waarneming. De onderzoeker heeft de rol van een observerende camera, waarbij de eigen opvattingen of omstandigheden geen invloed mogen hebben op de resultaten. Dit zorgt voor een grote mate van herhaalbaarheid van het onderzoek en generaliseerbaarheid van de resultaten.

Kritisch-emancipatoir onderzoek is gericht op het vooruit helpen van de onderzochten. Het doel van dit soort onderzoek is niet alleen het verkrijgen van kennis, maar ook wat er vervolgens met deze kennis gebeurt om dat te bereiken. Hierbij is de onderzoeker niet afstandelijk, maar juist betrokken bij het onderzoek en de respondenten.

De laatste vorm van onderzoek doen is de interpretatieve benadering. Hierin wordt er niet vanuit gegaan dat de complexe werkelijkheid gereduceerd kan worden tot meetbare eenheden en variabelen, maar worden de onderzochten als geheel bestudeerd waarbij verschillen en overeenkomsten worden geanalyseerd. De onderzoeker probeert zich in te leven en zo de ervaringen van en betekenisgeving door de onderzochten te begrijpen in hun eigen context. Boeije (2005, p. 20) zegt over het uitgangspunt van de interpretatieve benadering dat er geen sprake is van een 'externe' werkelijkheid die men als zodanig kan kennen. Mensen geven betekenis aan de wereld om zich heen, waardoor ze hun eigen werkelijkheid construeren. De rol van de onderzoeker hierbij is achterhalen hoe respondenten verschijnselen interpreteren. Hierdoor kan verschil in context leiden tot diverse perspectieven op een zelfde verschijnsel en dus meerdere werkelijkheden. Het begrijpen van de onderzochten en hun betekenisgeving staan centraal. Hierbij streeft de onderzoeker naar het ontdekken van regelmatigheden.

Dit onderzoek past binnen het kader van de interpretatieve benadering. Onderzocht wordt namelijk welke betekenis jongeren vanuit hun eigen belevingswereld geven aan het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en wat hun perceptie is van het belang om zich te informeren over XTC. Dit is subjectief met als uitgangspunt dat verschillende interpretaties van beeld en tekst mogelijk zijn. In de analyse wordt gezocht naar patronen in die interpretaties. Deze

onderzoeksbenadering drukt een stempel op de rol van de onderzoeker. Evenals de respondenten geeft de onderzoeker ook betekenis vanuit een bepaalde context. Dit houdt in dat keuzes die gemaakt zijn in het kader van het onderzoek (bijvoorbeeld gekozen literatuur) en de analyse van de data zijn beïnvloed door de interpretaties van de onderzoeker. Welke eigenschappen of opvattingen van de onderzoeker hierop precies van invloed zijn, is moeilijk te bepalen mede doordat deze niet altijd bewust zijn. Wel zorgt dit ervoor dat de onderzoeker door een eigen bril naar het onderzoek kijkt (Boeije, 2005, p. 151).

## 2.2 Methode van onderzoek

De methode van onderzoek vloeit voort uit het onderzoeksperspectief. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen kwantitatief en kwalitatief onderzoek. Bij kwantitatief onderzoek worden vooraf opgestelde hypothesen getoetst. Vaak is het aantal respondenten groot en bestaat de data uit een verzameling getallen waarmee volgens statistische criteria getoetst kan worden of de hypothesen ondersteund worden. Kwalitatief onderzoek is erop gericht een vraagstelling te beantwoorden. Het doel hierbij is beschrijven en begrijpen van de redenering van de respondenten. Hierbij wordt dus dieper op de onderzochten in gegaan, waardoor het aantal respondenten kleiner is (Boeije, 2005, pp. 17-18).

Zoals hierboven gesteld, is dit onderzoek uitgevoerd vanuit de interpretatieve benadering. Hierin draait het om het begrijpen van de subjectieve betekenisgeving van de werkelijkheid door de respondenten. De passende manier om deze interpretaties te achterhalen is kwalitatief onderzoek. Boeije (2005) geeft de volgende definitie van kwalitatief onderzoek:

In kwalitatief onderzoek richt de vraagstelling zich op de onderwerpen die te maken hebben met de wijze waarop mensen betekenis geven aan hun sociale omgeving en hoe ze zich op basis daarvan gedragen. Er worden onderzoeksmethoden gebruikt die het mogelijk maken om het onderwerp vanuit het perspectief van de onderzochte mensen te leren kennen met het doel om het te beschrijven en waar mogelijk te verklaren. (p.27)

Naar aanleiding van deze definitie zijn de in paragraaf 1.3 opgestelde onderzoeksvragen van dit onderzoek het best te beantwoorden middels kwalitatief onderzoek. Deze richten zich namelijk op de wijze waarop jongeren betekenis geven aan het voorlichtingsspotje 'Slik jij zomaar alles?' en de rol die dat spotje in hun beleving speelt bij de perceptie van het belang om zich te informeren over drugsgebruik. Om dit te onderzoeken worden er, zoals in bovenstaande definitie aangegeven, onderzoeksmethoden gebruikt die het mogelijk maken om de betekenisgeving vanuit het perspectief van de onderzochten te leren kennen. Deze worden in de volgende paragraaf uiteen gezet.

## 2.3 Onderzoeksmethoden:

### *Literatuurreview*

De focus van de literatuurreview ligt op theoretische concepten uit de literatuur over verhalen, voorlichtingscampagnes, de semiotische werking hiervan en attitudevorming. Ter introductie zal een overzicht worden gegeven van de geschiedenis van voorlichtingscampagnes en de

kracht van verhalen. Omdat in het spotje een verhaal met ontwikkelende personages te herkennen is, komen Bordwell & Thompson (2008) vervolgens aan bod met hun definitie van een 'narratief', bestaande uit een 'plot' en 'story'. Ook hun begrip 'parallelism' zal worden toegelicht omdat de personages diverse vergelijkbare situaties doorlopen. Het uitgangspunt van dit onderzoek is zoals gezegd de subjectieve interpretatie van respondenten. In dit onderzoek staat de betekenisgeving van de boodschap in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE centraal, waarbij het gaat om de interpretatie van tekstuele en visuele tekens door jongeren. Om dit te ondersteunen wordt de theorie rondom semiotiek, ook wel tekenleer genoemd, uitgelegd aan de hand van Chandler (2007). Vervolgens zal de literatuurreview ingaan op de semiotische werking van beeld, de visuele semiotiek. Aan de hand van Harrison (2003) en Kress & van Leeuwen (1996) wordt de sturende werking van bepaalde elementen in een beeld beschreven die de aandacht van de kijker trekken. Daarnaast richt dit onderzoek zich ook op de rol die het spotje speelt bij de attitudevorming van jongeren over het belang om zich te informeren over XTC. Om dit begrip en de psychologische processen hierachter toe te lichten wordt gebruik gemaakt van Hoeken (1998). De literatuurreview vormt de basis voor de semiotische analyse van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE.

### *Semiotische analyse*

Gebaseerd op de theoretische concepten uit de literatuurreview wordt aan de hand van een aantal kenmerkende shots een semiotische analyse gemaakt van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE. Hiermee worden aan de hand van de literatuur de belangrijkste visuele en tekstuele tekens die een rol spelen bij de betekenisgeving van het spotje beschreven en verklaard. Deze analyse geeft antwoord op onderzoeksvragen 1A, 1B en 1C zoals gesteld in paragraaf 1.3. De uitkomsten van de semiotische analyse en de literatuurreview zijn gebruikt voor het construeren van een topiclijst voor het afnemen van de interviews.

### *Interviews*

Om de betekenisgeving van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' door jongeren te achterhalen en onderzoeksvragen 2A, 2B, 2C en 3 zoals gesteld in paragraaf 1.3 te kunnen beantwoorden is gekozen voor semi-gestructureerde interviews. O'Leary (2014) geeft de volgende definitie van het interview als onderzoeksmethode: "A method of data collection that involves researchers seeking open-ended answers related to a number of questions, topic areas or themes." (p. 217) Het afnemen van interviews is passend binnen dit onderzoek omdat met behulp van open vragen in het interview dieper kan worden ingegaan op de redeneringen en associaties achter de betekenisgeving van visuele en tekstuele tekens door de respondent met als doel deze te begrijpen. Het meetinstrument dat wordt gebruikt als leidraad bij de interviews is een topiclijst. Deze is weergegeven in bijlage 2. De te bespreken topics zijn vastgesteld op basis van de uitkomsten van de literatuurreview en semiotische analyse. Er is dus sprake van semi-gestructureerde interviews, volgens O'Leary (2014) gedefinieerd als: "Use of a flexible structure. Interviewers can start with a defined questioning plan, but will shift in order to follow the natural flow of conversation. Interviewers may also deviate from the plan to pursue interesting tangents." (p. 218). Middels het gebruik van een topiclijst wordt ervoor gezorgd dat in elke interview dezelfde onderwerpen worden behandeld waardoor vergelijking mogelijk is, maar de volgorde wordt bepaald door de loop van het gesprek. Daarnaast is er op

deze manier ruimte om door te vragen op interessante onderwerpen die spontaan ter sprake komen tijdens het interview en extra relevante data kunnen opleveren. De topiclijst bestaat uit vragen omtrent vier onderwerpen om de betekenisgeving van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' door jongeren en de rol daarvan in hun attitudevorming ten aanzien van het belang om zich te informeren over XTC gebruik te achterhalen: 'narratief/boodschap', 'parallelism', 'visuele aspecten' en 'attitudevorming'. Vooraf is een test interview gedaan om de topiclijst te testen, de resultaten hiervan worden beschreven in paragraaf 2.5.

In het empirische gedeelte van dit onderzoek zijn zestien respondenten van 16 t/m 25 jaar geïnterviewd. Bijlage 1 geeft een overzicht van de respondenten, genummerd van R1 t/m R16 en de bijbehorende leeftijd en het geslacht van de respondenten. Ook is in het overzicht opgenomen waar het interview is afgenomen en of het spotje 'Slik jij zomaar alles?' al bekend was bij de respondent. Om de respondenten te anonimiseren is bij de quotes in het resultatenhoofdstuk verwezen naar de respondenten met het respondent nummer, vervolgens het geslacht en daarna de leeftijd. De onderzoeksgroep bestaat uit zeven mannen en negen vrouwen. Daarnaast waren vijf respondenten tussen de 16 en 20 jaar en elf tussen de 21 en 25 jaar. Van de onderzoeksgroep waren drie respondenten al bekend met het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE, deze hadden zij voorafgaand aan het onderzoek al eens eerder gezien. Dertien respondenten zag het spotje voor het eerst in het kader van het onderzoek. De respondenten zijn verkregen via het persoonlijke netwerk van de onderzoeker en de interviews vonden om praktische redenen bij de respondenten thuis (10) of in verschillende koffiebarren (6) plaats. Omdat dit onderzoek tot doel heeft verdiepend inzicht te krijgen in de betekenisgeving van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE door jongeren is gekozen voor een klein aantal respondenten. Zoals beschreven in paragraaf 2.2 is kwalitatief onderzoek gericht op het begrijpen van de betekenisgeving door de respondenten. Er wordt dieper in gegaan op de redeneringen achter de betekenisgeving, waardoor de onderzoeksgroep kleiner is.

De onderzoeker start elk interview met een inleiding over het onderzoek en verloop van het interview. Ook wordt benoemd dat het onderzoek anoniem is. Van de respondenten zullen eerst, ten behoeve van het verwerken van de data, geslacht en leeftijd worden genoteerd en elke respondent krijgt een interviewnummer toebedeeld. Vervolgens bekijkt de respondent het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE twee keer achter elkaar op een laptop. Om de gesprekken terug te kunnen luisteren en te transcriberen, worden de interviews opgenomen. Hiervoor wordt toestemming gevraagd, waarna de recorder zal worden aangezet. Hierna volgen, aan de hand van de topiclijst, verschillende open vragen omtrent de betekenisgeving van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE door de respondent en de rol daarvan in zijn/haar attitudevorming ten aanzien van het belang om zich te informeren over XTC gebruik. Het gehele gesprek zal ongeveer 20 minuten duren zodat dit toegankelijk is voor de respondenten.

#### 2.4 Data-analyse

Zoals hierboven toegelicht zijn alle interviews opgenomen en vervolgens getranscribeerd. De uitgewerkte interviews zijn met behulp van het programma Nvivo10 gecodeerd. Voor de data-

analyse wordt in dit onderzoek de definitie van 'analyseren' aangehouden die Boeije (2005) geeft: "Analyseren is de uiteenrafeling van de gegevens over een bepaald onderwerp in categorieën, het benoemen van deze categorieën met begrippen, en het aanbrengen en toetsen van relaties tussen de begrippen in het licht van de probleemstelling (p. 63)". De data uit de interviews is uit elkaar getrokken in categorieën, die benoemd zijn met codes waardoor een codeboom is ontstaan. Naar aanleiding van theoretische concepten uit de literatuurreview en semiotische analyse is voorafgaand aan het coderen een eerste versie van een codeboom opgesteld. Zo is er gezocht naar citaten over bijvoorbeeld 'narratief', 'parallelisme', 'visuele kenmerken' en 'attitudevorming'. Deze codeboom is vervolgens aangepast en aangevuld met codes die herleid zijn uit de data zelf. De definitieve codeboom is opgenomen in bijlage 3. Citaten uit de interviews zijn benoemd met de verschillende codes. Op deze manier is de data opnieuw gestructureerd, waardoor patronen rondom een bepaald thema zichtbaar worden en het mogelijk is om regelmatigigheden te ontdekken. Door de gegevens rondom eenzelfde thema samen te voegen en op een abstracter niveau te formuleren kunnen de onderzoeksvragen worden beantwoord ('t Hart et al., 2005, pp. 276-277). Een belangrijk principe bij het codeerproces is constante vergelijking. Dit houdt in dat de gegevens continue met elkaar worden vergeleken, wat betekent dat het verzamelen van nieuwe data kan leiden tot veranderingen in de codeboom. Er kunnen codes worden toegevoegd, opgesplitst of juist samengevoegd, hiermee ontstaat een nieuwe versie van de codeboom waarmee de data gestructureerd is ('t Hart et al., 2005, p. 276).

## 2.5 Kwaliteitscriteria

### *Betrouwbaarheid*

Betrouwbaarheid gaat over de beïnvloeding van de data door toevallige fouten dus in hoeverre bij herhaling dezelfde resultaten worden gevonden (Boeije, 2005, p. 145). Dit onderzoek bevat een uitgebreide methodologische verantwoording waarin de aanpak van het onderzoek is uitgelegd. Dit zorgt voor transparantie en een juiste verantwoording van het onderzoeksproces wat de mogelijkheid geeft om het onderzoek te herhalen. Dit draagt bij aan (het beoordelen van) de betrouwbaarheid (Boeije, 2005, p. 150). Daarnaast wordt de betrouwbaarheid van het onderzoek vergroot door het toepassen van 'member checks'. Tijdens de interviews koppelt de onderzoeker antwoorden samenvattend terug aan de respondent met de vraag of dit klopt. Dit verkleint de kans op ruis door toevallige fouten doordat antwoorden van de respondent verkeerd begrepen zijn. De kans op toevallige fouten wordt ook verkleind doordat de interviews worden opgenomen, er gaat dan geen informatie verloren (Boeije, 2005, p. 153). Tot slot is voor de dataverzameling gebruik gemaakt van semi-gestructureerde interviews aan de hand van een topiclijst waardoor in elk interview dezelfde onderwerpen aan bod komen. De betrouwbaarheid van de data wordt vergroot naar mate het meetinstrument meer gestandaardiseerd is, in dit onderzoek is dit deels het geval (Boeije, 2005, p. 145).

### *Validiteit*

Bij validiteit gaat het om systematische fouten, ofwel meet de onderzoeker wat hij wil weten (Boeije, 2005, p. 145). De keuze voor semi-gestructureerde interviews draagt bij aan de validiteit van het onderzoek, omdat de onderzoeker hierdoor de vrijheid heeft om door te

vragen wanneer dat relevant lijkt voor wat er wordt gemeten in het onderzoek (Boeije, 2005, p. 145). Daarnaast is sturing door de onderzoeker van belang voor de validiteit: "Een onderzoeker kan niet waardenvrij zijn, maar hij kan wel proberen om ten gunste van de validiteit van zijn onderzoek waarderingsvrij te zijn.". Dit betekent dat de onderzoeker tijdens de dataverzameling en analyse zo neutraal mogelijk is, niet stuurt en de eigen mening niet laat meespelen (Boeije, 2005, p.151). Door een test- interview te doen met de topiclijst voor de semi-gestructureerde interviews is de validiteit vergroot. Hierdoor is nagegaan of de theoretische concepten juist verwerkt zijn in de topiclijst, op een manier die respondenten begrijpen en of dit leidt tot de juiste data om de onderzoeksvragen te beantwoorden. De topiclijst bestaat uit vragen omtrent vier onderwerpen om de betekenisgeving van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' door jongeren en de rol daarvan in hun attitudevorming ten aanzien van het belang om zich te informeren over XTC gebruik te achterhalen: 'narratief/boodschap', 'parallelism', 'visuele kenmerken' en 'attitudevorming'. Uit het testinterview was gebleken dat een aantal kleine aanpassingen moesten worden gedaan aan de topiclijst. Bij het onderwerp 'narratief/boodschap' werd tijdens het testinterview eerst gevraagd naar de boodschap en daarna pas naar het verhaal in het spotje. Dit zorgde voor verwarring waardoor deze vragen zijn omgedraaid en de respondenten dus eerst gevraagd is het uitgebeelde verhaal te beschrijven en daarna naar de boodschap van het spotje. Bij het topic 'parallelism' zijn geen aanpassingen gedaan. Bij de vraag welke elementen opvallen in het spotje onder het topic 'visuele kenmerken' was tijdens het testinterview niet duidelijk dat het ging om kenmerkende aspecten die zichtbaar zijn in het beeld en werd nogmaals ingegaan op het verhaal en de herhaling die te zien is in het spotje. Om dit te voorkomen tijdens de interviews met respondenten is de vraag concreter gemaakt. Tot slot zijn de topics rondom 'attitudevorming' niet gewijzigd naar aanleiding van het testinterview.

#### *Generaliseerbaarheid*

Generaliseerbaarheid betreft: "de vraag of de onderzoeksconclusies gelden voor andere, niet onderzochte situaties." (Boeije, 2005, p. 155). Dit onderzoek richt zich specifiek op de betekenisgeving van het spotje 'Slik jij zomaar alles'? van SIRE waarbij zestien jongeren zijn geïnterviewd om hun subjectieve interpretatie van het spotje te begrijpen. Generalisatie van de resultaten is dan ook niet het doel van dit onderzoek.



### **Hoofdstuk 3: Ontwikkelingen en trends rondom XTC en XTC gebruik**

Dit hoofdstuk geeft de ontwikkelingen rondom XTC en het gebruik daarvan weer. Paragraaf 3.1 beschrijft dat het gebruik van XTC onder jongeren is toegenomen en dat dit voornamelijk tijdens het uitgaan gebeurt. Daarnaast is nog een ontwikkeling zichtbaar. XTC pillen zijn in de loop der jaren namelijk ook sterker geworden, dit wordt beschreven in paragraaf 3.2. Hiermee nemen ook de risico's toe zoals te lezen is in paragraaf 3.3. Tot slot geeft paragraaf 3.4 de ontwikkelingen weer die ten grondslag liggen aan het toegenomen XTC gebruik.

#### 3.1 XTC als partydrug

Het gebruik van XTC is de afgelopen jaren een veelbesproken onderwerp in de media. In Nederland zou relatief gezien meer XTC worden gebruikt dan in andere EU-landen. Het aantal Nederlanders dat ooit in zijn of haar leven een XTC pil heeft geslikt, ligt naar schatting op 830.000<sup>5</sup>. Met 7,6% van de bevolking komt Nederland ver boven het Europese gemiddelde uit van 3,6% dat ooit XTC heeft gebruikt. Alleen het Verenigd Koninkrijk scoort met 9,3% hoger dan Nederland. Ierland volgt met 6,9% en in Spanje en Frankrijk ligt het zogeheten 'ooitgebruik' op ongeveer 4%. In Finland, Portugal en Italië ligt dit percentage zelfs iets onder de 2% (Nationale Drug Monitor, Trimbos Instituut, Jaarbericht 2015). In Nederland wint XTC dus aan populariteit en is zelfs zodanig in opmars dat in de media wordt gesproken over normalisering van XTC gebruik. Met name jongeren tussen de 16 en 24 jaar vinden het steeds normaler om tijdens uitgaan XTC te gebruiken<sup>6</sup>. De 'Strategische Verkenning Uitgaansdrugs' (Trimbos Instituut, 2015) geeft ook deze trend van normalisering aan. Onder jongeren zijn taboes doorbroken omtrent het spreken over en gebruik van uitgaansdrugs. Dit geldt zowel voor het bespreken van het eigen drugsgebruik als voor het zichtbaar onder invloed zijn van drugs. Deze signalen wijzen op normalisering van het gebruik van drugs door jongeren tijdens het uitgaan. XTC wordt voornamelijk als partydrug gebruikt en gebruikers zijn steeds vaker hoogopgeleid en afkomstig uit grote steden<sup>7</sup>. In Amsterdam is bij het op zak hebben van maximaal vijf XTC pillen geen sprake van strafrechtelijke vervolging, in de rest van het land ligt deze grens bij meer dan 1 pil<sup>8</sup>. Dat het gebruik van XTC op een feestje niet zonder risico's is, bleek in 2014. Bij de negentiende editie van het Amsterdam Dance Event, bestaande uit meer dan 300 feesten op 85 locaties, zijn drie bezoekers overleden na vermoedelijk gebruik van XTC<sup>9</sup>. Deze incidenten zorgden er naast de genoemde media aandacht ook voor dat drugspreventie hoog op de politiek agenda is komen te staan. Zo zouden er bijvoorbeeld meer testlocaties moeten komen<sup>10</sup> en zouden drugstesten weer terug moeten keren op feesten<sup>11</sup>. Ook is er sprake van het opnieuw bekijken van de hoeveelheid pillen die feestgangers bij zich mogen hebben en de uitzonderingspositie van Amsterdam hierin.<sup>12</sup>

<sup>5</sup> <http://www.nrc.nl/nieuws/2015/07/17/kwart-miljoen-nederlands-gebruikt-xtc>

<sup>6</sup> <http://www.nrc.nl/nieuws/2015/02/23/partydrugs-steds-gewoner-en-steds-zwaarder-van-rijn-bezorgd-over-normalisering>

<sup>7</sup> <http://www.nrc.nl/nieuws/2015/07/17/kwart-miljoen-nederlands-gebruikt-xtc>

<sup>8</sup> [http://www.at5.nl/artikelen/148296/vvd\\_wil\\_xtc-beleid\\_na\\_ade\\_evalueren](http://www.at5.nl/artikelen/148296/vvd_wil_xtc-beleid_na_ade_evalueren)

<sup>9</sup> <http://www.nu.nl/binnenland/3908025/derde-bezoeker-amsterdam-dance-event-overleden.html>

<sup>10</sup> <http://www.parool.nl/amsterdam/d66-wil-meer-testlocaties-xtc~a4293984/>

<sup>11</sup> <http://www.ad.nl/ad/nl/5602/Muziek/article/detail/3772698/2014/10/20/Kamer-wil-terugkeer-drugstests-op-dancefeesten.dhtml>

<sup>12</sup> [www.at5.nl/artikelen/148296/vvd\\_wil\\_xtc-beleid\\_na\\_ade\\_evalueren](http://www.at5.nl/artikelen/148296/vvd_wil_xtc-beleid_na_ade_evalueren)

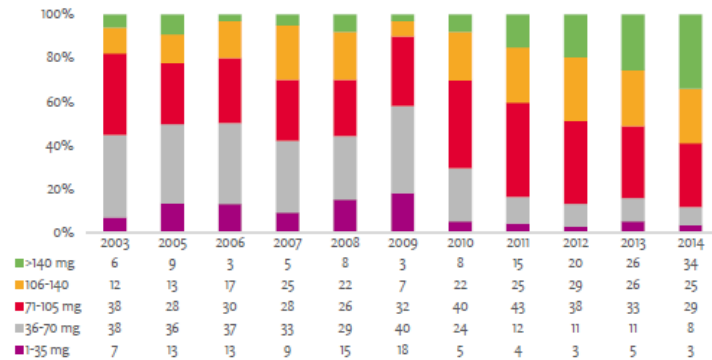
Ook uit onderzoek blijkt de populariteit van XTC onder jongeren. Zo is in het rapport 'Kerncijfers drugsgebruik 2014' van het Trimbos Instituut (2014) te lezen dat XTC na cannabis de meest gebruikte drug is onder de Nederlandse bevolking, met name door jongeren. Van de Nederlandse jongeren tussen de 15 en 34 jaar heeft 12,3% ooit in zijn of haar leven XTC gebruikt. 5,5% van de genoemde groep geeft aan het laatste jaar nog XTC te hebben gebruikt (recent gebruik). Het gebruik van XTC is het hoogst in de leeftijdsgroepen 20 tot en met 24 jaar (13,4% 'ooitgebruik' en 7,3% recent gebruik) en 25 tot en met 29 jaar (18,5% 'ooitgebruik' en 8,3% recent gebruik). Ter vergelijking, in de leeftijdsgroep 40 tot en met 49 jaar ligt het percentage dat ooit XTC gebruikte op 6,1%. Ook meldt het rapport dat hoger opgeleiden meer dan twee keer zoveel ervaring hebben met XTC. Het percentage recent gebruik onder hoog opgeleiden ligt op 4,2% terwijl dit voor laag opgeleiden maar 1,1% is. Bovendien is het percentage XTC gebruikers in stedelijke gebieden beduidend hoger dan in minder stedelijke gebieden. Dat geldt zowel voor 'ooitgebruik' (10,0% in stedelijke gebieden en 5,3% in minder stedelijke gebieden) en recent gebruik (3,5% in stedelijke gebieden en 1,4% in minder stedelijke gebieden) (Kerncijfers drugsgebruik 2014, Trimbos Instituut).

In de 'Nationale Drug Monitor' (Jaarbericht 2015, Trimbos Instituut) wordt het 'Grote Uitgaansonderzoek 2013' (Goossens et al., 2013, Trimbos Instituut) aangehaald om inzicht te geven in het XTC gebruik door jongeren tijdens uitgaan. Ook hieruit blijkt dat XTC erg populair is en normaal is geworden in het uitgaansleven. Onder uitgaande jongeren lag het XTC gebruik erg hoog: 61% had het afgelopen jaar XTC gebruikt tijdens uitgaan en 35% deed dit de afgelopen maand. 58% van de onderzochten die het afgelopen jaar XTC hadden gebruikt, deed dit een paar keer per jaar, 28% gebruikte eens per maand en 12% maar liefst een paar keer per maand. Dit onderzoek bevestigt dat XTC een typische partydrug is. Het overgrote deel dat recent XTC gebruikt had, noemt een feest of festival als voorkeurslocatie om dit te doen (93%). Clubs of discotheken staan met 35% op de tweede plaats gevolgd door een feestje thuis met 27%. Indien iemand vaker festivals of feesten bezoekt, neemt de kans op XTC gebruik toe blijkt uit het onderzoek. Frequente partygangers gebruikten vaker en grotere hoeveelheden XTC (Nationale Drug Monitor, Jaarbericht 2015, Trimbos Instituut).

### 3.2 Toename sterkte XTC pillen

'De Nationale Drug Monitor' (Jaarbericht 2015, Trimbos Instituut) gaat ook in op de samenstelling van XTC pillen. Er is een stijging zichtbaar in de gemiddelde hoeveelheid MDMA, de werkzame stof in een XTC pil. In 2014 bevatten de pillen die werden aangeleverd bij testcentra gemiddeld 138 mg MDMA. Een XTC pil met meer dan 105 mg MDMA wordt gekwalificeerd als zwaar. In 2014 lag het percentage hiervan op 59%, terwijl dit in 2009 nog 10% was. Sinds 2009 is er dus een stijging te zien in het percentage hooggedoseerde pillen (zie afbeelding 1.1) (Nationale Drug Monitor, Jaarbericht 2015, Trimbos Instituut). Naast een (te) hoge dosering kan een XTC pil behalve MDMA ook andere stoffen bevatten waardoor de pillen 'vervuild' zijn, zoals PMMA. De effecten daarvan lijken op die van MDMA, maar het duurt langer voordat de gebruiker deze voelt waardoor de kans op overdosering groter is. Sinds 2010 worden steeds meer XTC pillen met schadelijke hoeveelheden PMMA aangetroffen. In 2014 bevatte 1,9% van als XTC gekochte pillen de stof PMMA (Nationale Drug Monitor, Jaarbericht 2015, Trimbos Instituut).

Figuur 6.9 Concentratie (mg) van MDMA in ecstasypillen aangeleverd bij DIMS, vanaf 2005



Percentage pillen die als ecstasy zijn verkocht met een bepaalde hoeveelheid MDMA. Het gaat om het totaal van de pillen, dus zowel het gehalte in pillen die in het laboratorium werden getest en minstens 1 mg MDMA bevatten en pillen herkend via de herkeningslijsten. Bron: DIMS, Trimbos-instituut.

Afbeelding 1.1: Concentratie (mg) van MDMA in ecstasypillen aangeleverd bij DIMS vanaf 2005. Bron: Nationale Drug Monitor, Jaarbericht 2015, Trimbos Instituut

### 3.3 Risico's

Door zowel een stijging in het gebruik van XTC als in de hoeveelheid MDMA per pil nemen de risico's van het gebruik toe. Hoe zwaarder de pil, hoe groter de kans op bijwerkingen, risico's en overdosering. In 2014 werden 1803 drugsincidenten gemeld waarbij (onder andere) XTC gebruikt was (Nationale Drug Monitor, Jaarbericht 2015, Trimbos Instituut).

Hooggedoseerde pillen zorgen voor meer ongewenste effecten en een dosering hoger dan 150 mg MDMA brengt grote risico's met zich mee zoals verstoring van de bloeddruk, hartslag, ademhaling en temperatuur. Hierbij gaat het om de ingenomen hoeveelheid MDMA, niet perse de dosering die in een pil zit (er kan een gedeelte van de pil ingenomen worden). Toch lijkt de kans op incidenten groter wanneer de pillen zwaarder zijn, omdat niet altijd minder pillen op een avond worden geslikt als deze meer MDMA bevatten. Hierdoor is de totaal ingenomen hoeveelheid MDMA hoger. Als men eenmaal onder invloed is weten jongeren bijvoorbeeld niet meer exact wanneer en hoeveel ze hebben gebruikt, waardoor te snel kan worden bijgeslikt. Dit verhoogt de kans op gezondheidsrisico's (Strategische Verkenning Uitgaansdrugs, Trimbos Instituut, 2015).

### 3.4 Ontwikkelingen rondom toegenomen XTC gebruik

Aan de trend van toegenomen XTC gebruik (met name in het uitgaansleven) liggen verschillende ontwikkelingen ten grondslag. Ten eerste is er sinds enkele decennia een groei van het aantal grootschalige festivals/feesten. Het aantal festivals met minimaal 3000 bezoekers is de afgelopen 30 jaar vervijfvoudigd (Strategische Verkenning Uitgaansdrugs, Trimbos Instituut, 2015). Zoals bleek uit het 'Grote Uitgaansonderzoek 2013' (Goossens et al., 2013, Trimbos Instituut) is dit de meest favoriete locatie voor XTC gebruikers om een pil te nemen. Het gebruik van XTC is daarmee verbonden en de kans op gebruik is groter bij het bezoeken van festivals en feesten. Door deze ontwikkeling in het uitgaansleven komt een grotere groep jongeren die festivals en feesten bezoekt in aanraking met partydrugs en mensen die onder invloed zijn (Strategische Verkenning Uitgaansdrugs, Trimbos Instituut, 2015). Een tweede ontwikkeling is de gemakkelijke toegang tot XTC, waardoor de drempel lager is. Jongeren kunnen hier eenvoudig via internet of via-via aan komen (Strategische Verkenning

Uitgaansdrugs, Trimbos Instituut, 2015). Ten derde speelt de prijs van XTC een rol bij het toegenomen gebruik. XTC pillen zijn voor een paar euro beschikbaar. In vergelijking daarmee is alcohol relatief duur voor jongeren tijdens het uitgaan (Strategische Verkenning Uitgaansdrugs, Trimbos Instituut, 2015). Tot slot stellen jongeren het volwassen worden steeds langer uit en gebruiken in het weekend partydrugs om even te ontsnappen aan de hoge prestatiedruk, stress en de verantwoordelijkheden van het dagelijks leven. Normen en grenzen van dit recreatief gebruik verschillen per persoon, maar is erop gericht om op maandag weer goed te functioneren (Strategische Verkenning Uitgaansdrugs, Trimbos Instituut, 2015).

## **Hoofdstuk 4: Literatuurreview**

Dit hoofdstuk bevat een literatuurreview waarin literatuur rondom verschillende onderwerpen wordt besproken. Paragraaf 4.1 geeft een overzicht van de ontwikkeling van voorlichtingscampagnes van de overheid. Hierin wordt vaak gebruik gemaakt van verhalen, de kracht hiervan wordt uitgelegd in paragraaf 4.2. In paragraaf 4.3 worden de termen 'narratief', 'story' en 'plot' van Bordwell & Thompson (2008) gedefinieerd en in paragraaf 4.4 staat hun begrip 'parallelism' centraal. Paragraaf 4.5 en 4.6 staan respectievelijk in het teken van semiotiek zoals beschreven door Chandler (2007) en de visuele sociale semiotiek aan de hand van drie metafuncties van beeld van Harrison (2003). Het hoofdstuk wordt afgesloten met een paragraaf over attitude vorming, waarbij de Theory of Reasoned Action van Fishbein & Ajzen wordt uitgelegd.

### 4.1: Geschiedenis voorlichtingscampagnes: Postbus 51

De geschiedenis van overheidsvoorlichting gaat terug tot vlak na de Tweede Wereldoorlog, toen de rijksoverheid een postbus instelde waar men terecht kon met vragen. In 1967 werden de eerste 'televisie-informatie ten algemene nutte' (TITAN) spotjes uitgezonden die burgers moesten aanzetten tot wenselijk gedrag, zoals sparen of energiebesparing. Deze bevatten standaard de afkondiging 'Inlichtingen bij Postbus 51 Den Haag'. Dit werd zo herkenbaar dat vanaf 1977 de naam Postbus 51 werd gebruikt voor overheidsspotjes. Ook volgden folders, een website en de Postbus 51 Infolijn die uiteindelijk werd omgevormd tot de Postbus 51 Informatiedienst waar telefonisch, schriftelijk en elektronisch vragen konden worden gesteld. De Postbus 51 Informatiedienst werd zo een digitaal loket om een brug te slaan tussen burgers en de overheid. Burgers konden snel en op het moment dat het hen uitkwam informatie opzoeken die ze nodig hadden. Onder de noemer Postbus 51 werd via verschillende communicatiekanalen consistent en efficiënt voorlichting gegeven aan burgers (Dewez et al., 2001, pp. 76-77). Zo ook via traditionele massamedia kanalen als radio en tv: "Postbus51-zendtijd op radio en tv was voor de rijksoverheid jarenlang een van de belangrijkste massamediale dragers van publiekscampagnes." (Dewez et al., 2001, p. 93). De rijksoverheid kreeg namelijk niet alleen veel zendtijd waar ze niet voor hoefde te betalen, maar ook financiële middelen voor het maken van de spotjes. Deze werden uitgezonden in programmazendtijd in plaats van de reclameblokken. Dit systeem zorgde aan het eind van de jaren tachtig voor problemen: er ontstonden periodes met te weinig beschikbare Postbus 51 zendtijd voor alle publiekscampagnes. Er werd namelijk voor elke publiekscampagne aanspraak op gemaakt zonder goed te kijken welk medium het meest geschikt was voor de desbetreffende campagne. Niet de vraag welk medium het beste paste bij de communicatieboodschap en doelgroep van de publiekscampagne was leidend bij het aanvragen van zendtijd, maar het feit dat de zendtijd gratis was en er geld vrij kwam om het spotje te maken bij toezegging van de zendtijd. Er werd daarom niet nagedacht over de mogelijkheden van andere kanalen voor publiekscampagnes die wel voldoende beschikbaar waren of beter bij de doelgroep en boodschap pasten.

Omdat reclamezendtijd erg duur was maakten adverteerders in tegenstelling tot de rijksoverheid wel rationele keuzes op het gebied van middel, boodschap en beoogde doelgroep. Zij waren dan ook goed op de hoogte van het mediagedrag van hun doelgroepen

(Dewez, et al., 2001, pp. 93-95). Na de opkomst van commerciële tv-zenders begin jaren negentig, begon de rijksoverheid de nadelen te merken van het feit dat ze zich hier nooit eerder mee bezig had gehouden. Niet alleen door de verschuiving van kijkers naar commerciële tv-zenders verloor Postbus 51 steeds meer kijkers, waarbij met name onder jongeren het bereik van Postbus 51 afnam. Dit kwam ook door het verplaatsen van het moment waarop de spotjes werden uitgezonden, van de avond naar de ochtend en middag. Dit zijn bereiktechnisch gezien erg onhandige momenten om de gewenste jonge doelgroep te bereiken, waar de rijksoverheid zich niet bewust van was. Tegelijkertijd werd door de voorgaande luxe positie met betrekking tot de gratis zendtijd al niet meer gekeken naar andere media voor publiekscampagnes. Het mediabereik van Postbus 51 nam om deze redenen medio 1996 af tot 28% onder jongeren tot 20 jaar en 45% tot 34 jaar. De beschikbare zendtijd op de publieke omroep zorgde niet langer voor voldoende mediabereik voor Postbus 51 publiekscampagnes. Om deze reden werd besloten om vanaf 1997 toch Postbus 51 spotjes uit te zenden op commerciële zenders, maar wel volgens de oude principes om de reclameblokken heen in programmazendtijd. Hierdoor zaten de spotjes vast op bepaalde plekken in het programmaschema waardoor de voordelen van commerciële zenders, de doelgroepgerichtheid en flexibiliteit, niet goed werden benut. Door samen te werken met veel verschillende tv-stations werd het mediabereik van Postbus 51 in de jaren erna wel weer opgekrikt. Dit gold zowel voor het absolute mediabereik als de kwaliteit van het bereik, dus de mate waarin gewenste doelgroepen werden bereikt. In 1999 werd gemiddeld 70% van de Nederlanders boven de 13 jaar bereikt met een tv spotje van Postbus 51. Specifiek voor de doelgroep jongeren (tot 34 jaar) was dit percentage gestegen van 28% naar ruim 65%,

De les die hieruit werd getrokken, was dat de rijksoverheid rekening moest houden met dezelfde principes als adverteerders om hun boodschap aan de man te brengen bij de juiste jonge doelgroep. Ook voor de rijksoverheid was het noodzakelijk om na te denken over de te bereiken doelgroep, timing, het meest geschikte medium en daarbij passend budget. Dit lukte niet binnen de bestaande collectieve Postbus 51 zendtijd, daarom werden dit keer de regels aangepast. De spotjes werden wel in reclamezendtijd uitgezonden, maar zonder het benoemen van Postbus 51. De Postbus 51 zendtijd werd kwalitatief en kwantitatief beter ingezet doordat werd gedacht vanuit een vooraf opgestelde mediastrategie voor de publiekscampagnes. Hierdoor steeg het mediabereik sterk (Dewez, et al., 2001, pp. 97-99). Postbus 51 is vooral bekend van radio en tv spotjes maar na de opkomst van internet werden steeds meer campagnes ook via online media onder de aandacht gebracht. Per 1 juli 2012 is de naam Postbus 51 echter opgeheven en vervangen door 'Rijksoverheid'.

#### 4.2 De kracht van verhalen

In veel voorlichtingscampagnes wordt de boodschap overgebracht met behulp van een verhaal. Dit gebeurt niet voor niets, de kracht van verhalen is namelijk heel sterk. Een verhaal is het vertellen van een op een bepaalde manier gestructureerde serie van gebeurtenissen, die zich afspelen op een bepaalde plek waarin de personages zich ontwikkelen door die gebeurtenissen of deze juist veroorzaken (Poulton, 2005, p. 5). Morgan & Dennehy (1995) beschrijven een model voor het gebruiken van verhalen waarbij ze uitgaan van oude principes: "When you hear a good story, its teller probably is stepping on the same stones as

storytellers of old" (Morgan & Dennehy, 1995, p. 161). Het eerste element is de setting. Door in actieve bewoording tijd, plaats, personages en context te beschrijven, creëert de verteller een situatie waarin de luisteraar zich kan verplaatsen. De luisteraar kan als het ware in het verhaal stappen. Daarna volgt een serie gebeurtenissen, die de luisteraar erop wijzen dat 'trouble's coming'. Dit leidt tot een climax, het derde component van een verhaal. Dit is het hoogtepunt van het verhaal ofwel het 'key event' waar naartoe het verhaal is opgebouwd. Vaak bevat dit een verrassende twist of worden er nieuwe elementen toegevoegd aan het verhaal. Een vierde aspect is de les die de personages in het verhaal (en dus ook de luisteraar) geleerd hebben van de gebeurtenissen. Dit leidt tot slot tot het moraal van het verhaal, namelijk een verandering in gedrag of bewustwording op de langere termijn (Morgan & Dennehy, 1995, pp. 161-162). Het doel van een verhaal is dan ook vaak het overbrengen van een gedachte, moraal of gevolgen van bepaalde handelingen. Door middel van het verhaal kan dezelfde boodschap op een vernieuwende manier worden verteld. Veel van wat mensen leren gebeurt door middel van verhalen over de ervaringen van anderen. Door zichzelf in het personage uit het verhaal te verplaatsen, wordt duidelijk wat de gevolgen van bepaalde handelingen zouden zijn en kan een overwogen keuze gemaakt worden. Verhalen zijn voortdurend in ontwikkeling. Wanneer het moraal dat ze over moeten brengen verandert, heeft dit invloed op het verhaal. Verhalen zijn namelijk geconstrueerd, ze zijn een interpretatie van de werkelijkheid door de verteller. Naarmate deze interpretaties veranderen, veranderen de verhalen die worden verteld mee (Poulton, 2005, pp. 5-6).

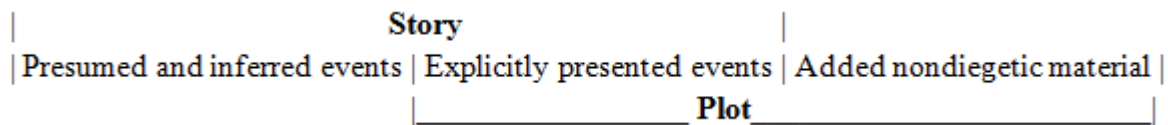
De kracht van het vertellen van verhalen ligt in verschillende factoren. Ten eerste zijn verhalen voor mensen een natuurlijke manier om te leren en de wereld om zich heen te begrijpen. Verhalen zijn effectief omdat ze de hersenen voorzien van een framework om binnenkomende informatie te verwerken, structureren en integreren in wat we al weten. Ze maken patronen zichtbaar en helpen bij het maken van connecties. Verhalen vertellen is dus een natuurlijke manier voor mensen om te communiceren en gemakkelijk een boodschap over te brengen (Marzec, 2007, p. 27). Ten tweede heeft het vertellen van verhalen een overtuigende werking. De luisteraar volgt een verhaal waardoor de kans bestaat dat hij deze toepast op de eigen situatie. Op deze manier maakt de luisteraar zich het verhaal en de boodschap eigen. Ten derde kunnen verhalen meer overbrengen dan gefragmenteerde, abstracte taal en bovendien op een levendigere manier. Ze communiceren namelijk een geheel. Behalve expliciete kennis zoals regels, bevatten verhalen ook waardevolle 'tacit knowledge' gebaseerd op een emotioneel aspect van kennis waar men zich niet altijd bewust van is. Verhalen brengen dus een gevoel over. Daarnaast bieden verhalen, doordat ze een geheel vormen de mogelijkheid voor het zorgvuldig schetsen van een context, zodat deze ook begrepen kan worden door mensen in een andere situatie. Ten vierde werken verhalen krachtig en snel. Het vertellen van verhalen is effectief omdat in een korte tijd een groot aantal mensen kan worden bereikt. Met behulp van een verhaal kan een idee snel en overtuigend overgebracht worden. Tot slot zijn verhalen vaak inspirerend en zetten aan tot actie. Ook kunnen ze een bepaalde oplossingsrichting aangeven voor een probleem (Shirazi et al., 2011, pp. 1-4).

#### 4.3 Narratief: story & plot

In het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE is een verhaal te herkennen om een boodschap of moraal over te brengen die zou moeten leiden tot een verandering in gedrag of bewustwording. Om dit verhaal te analyseren wordt de definitie van Bordwell & Thompson (2008) van een narratief aangehouden, bestaande uit een 'story' en 'plot'.

Bordwell & Thompson (2008) definiëren een narratief als volgt: "A chain of events in cause-effect relationship occurring in time and space." (p. 75). Volgens hen begint een narratief met een bepaalde situatie gevolgd door een serie gebeurtenissen die aan elkaar gelinkt zijn door middel van een oorzaak-gevolg relatie. Tot slot ontstaat er een nieuwe situatie dat het eind van het narratief vormt, dit kan een bepaald doel zijn of verandering in kennis. Dit noemen zij de climax. Personages zijn vaak verantwoordelijk voor ontwikkelingen in een verhaal. Ze triggeren de gebeurtenissen en reageren daar op. Meestal zijn de karakters personen met kenmerkende eigenschappen, die een functie hebben in het narratief. Volgens de genoemde definitie spelen drie aspecten een belangrijke rol in het narratief: causaliteit, tijd en ruimte. Random op elkaar volgende losse gebeurtenissen zijn namelijk niet herkenbaar als narratief. De gebeurtenissen moeten op een bepaalde manier aan elkaar verbonden worden tot een serie. Dit gebeurt door middel van de oorzaak-gevolg-relatie tussen de gebeurtenissen, de volgorde in tijd en ruimtelijke betekenisgeving. De kijker begrijpt het verhaal door de verschillende gebeurtenissen te herkennen en op deze manier aan elkaar te koppelen. Een narratief betreft de kijker dus in een dynamische activiteit. Hoe betrokken de kijker bij het verhaal is, hangt af van in hoeverre hij of zij de oorzaak-gevolg relaties en patronen van tijd en plaats begrijpt. Maar kijkers doen meer dan dat. Daarom maken Bordwell & Thompson (2008) binnen een narratief verschil tussen de 'story' en de 'plot'. Kijkers vormen aannames en veronderstellen dingen naar aanleiding van gebeurtenissen in het narratief, die niet expliciet zijn uitgebeeld maar door middel van 'cues' zijn aangegeven. Aan de hand van deze tekenen leidt de kijker zelf informatie af over oorzaak, gevolg en het verloop van gebeurtenissen ondanks dat deze informatie niet direct zichtbaar is. Zo trekt de kijker zelf conclusies en vult het verhaal aan. Dit is wat Bordwell & Thompson verstaan onder 'story'. Ze omschrijven de 'story' als: "The set of all the events in a narrative, both the ones explicitly presented and those the viewer infers, constitutes the story" (p. 76). Daarnaast onderscheiden ze de 'plot': "The term plot is used to describe everything visibly and audibly present in the film before us" (p. 76). Alle zichtbare gebeurtenissen in het verhaal vallen hieronder, maar ook de visuele en tekstuele elementen die buiten de wereld van het verhaal vallen maar wel zichtbaar zijn voor de kijker. Dit zijn elementen die van buiten het verhaal toegevoegd zijn zoals muziek of tekst ter verduidelijking, die niet hoorbaar/zichtbaar zijn voor de karakters in het verhaal maar een signaal geven aan de kijker. Uit de definities van Bordwell & Thompson (2008) blijkt dat 'story' en 'plot' op sommige punten met elkaar overeen komen maar op andere juist verschillen: "The plot explicitly presents certain story events, so these events are common to both domains. The story goes beyond the plot in suggesting some diegetic events that we never witness. The plot goes beyond the story world by presenting nondiegetic images and sounds that may affect our understanding of the action" (p.77).





### *Narrative engagement*

Busselle & Bilandzic (2009) stellen dat: "Research indicates that the extent to which one becomes engaged, transported, or immersed in a narrative influences the narrative's potential to affect subsequent story-related attitudes and beliefs. (p. 321)" Busselle & Bilandzic (2009) benoemen dat mentale modellen een rol spelen bij 'narrative engagement': "To understand or comprehend a narrative, audience members construct mental models of meaning to represent a story" (p. 322). Mentale modellen worden door de kijker gecreëerd door het combineren van bestaande kennis met nieuwe informatie uit het verhaal en gaan over de setting, karakters en situaties in het verhaal. Gedurende het verhaal is het publiek voortdurend bezig deze mentale modellen bij te werken. Voor het begrijpen van het verhaal is het van belang dat het publiek zichzelf verplaatst in het mentale model van het verhaal. Dit houdt in dat het publiek switcht naar de tijd en plek van het verhaal en opgaat in de subjectieve wereld van de personages. Op deze manier voelt het publiek zich aanwezig in de wereld van het verhaal vanuit het perspectief van de personages. Busselle & Bilandzic (2009, p. 324) spreken van 'flow experience' wanneer het publiek betrokken is bij het verhaal door zich te focussen op het creëren van de mentale modellen die het verhaal representeren.

### 4.4 'Parallelism'

Het verhaal dat in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' wordt verteld, bestaat uit verschillende vergelijkbare situaties waartussen de kijker een vergelijking kan maken. Dit duiden Bordwell & Thompson (2008) aan met 'parallelism'.

Bordwell & Thompson definiëren het concept 'parallelism' als volgt: 'parallelism presents a similarity among different elements.' (p. 75). Bij 'parallelism' is er dus sprake van een bepaalde mate van zowel verschil als gelijkheid: 'This means that although motifs (scènes, settings, actions, objects, stylistic devices) may be repeated, those motifs will seldom be repeated exactly. Variation will appear.' (Bordwell & Thompson, 2008, p68.). Herhaling is belangrijk voor het begrijpen van het verhaal en het kunnen voorspellen van de gebeurtenissen. Zo is het bijvoorbeeld van belang dat de kijker personages en settings herkent als deze terugkomen in het verhaal. Herhaling kan in verschillende dingen zitten zoals gedrag van personages, camera positie, kleuren, plaatsen of dialogen. Deze herhalingen is wat Bordwell & Thomson (2008) in bovenstaande definitie aanduiden met 'motifs'. De herhaling kan bestaan uit exacte duplicatie of juist verschillen maar met een grote mate van gelijkenis waardoor de kijker tekenen krijgt om een vergelijking te maken tussen die elementen (Bordwell & Thomson, 2008, p.66). Volgens Bordwell & Thompson (2008) zijn verschil en herhaling twee zijdes van dezelfde munt: als je gelijkenis opmerkt, vallen tegelijkertijd ook de verschillen op. Zij zeggen hier het volgende over: 'Shuttling between the two, we can point out motifs and contrast the changes they undergo, recognize parallelisms as repetition, and still spot crucial variations.' (Bordwell & Thompson, 2008, p. 68).

Daarnaast kan het volgens Bordwell & Thompson (2008, p. 75) zo zijn dat het narratief de kijker 'cues' geeft om een parallel te trekken tussen karakters, settings, situaties, handelingen

of andere elementen. Hierbij noemen ze als voorbeeld de documentaire 'Hoop Dreams' waarin twee scholieren uit de ghetto van Chicago dromen van een carrière als professioneel basketball speler. De film volgt deze twee personages bij het waarmaken van hun droom maar ze leven wel hun eigen gescheiden levens en ontmoeten elkaar niet in de film. Hierdoor kan de kijker geen oorzakelijke relatie leggen tussen de gebeurtenissen maar wel vergelijkingen en contrasten ontdekken tussen de twee karkaters, de omstandigheden en keuzes die ze maken. De film creëert parallellen tussen de levens van de personages door een vergelijking te maken tussen de scholen, coaches, ouders etc. De verhaallijnen zijn op zichzelf beide een narratief gestructureerd door tijd, ruimte en causaliteit waarbij de kijker parallellen trekt tussen de twee karakters. 'Parallelism' kan behalve op basis van verschillende personages ook plaatsvinden tussen verschillende vergelijkbare settings, situaties of handelingen.

#### 4.5 (Sociale) Semiotiek

Om te onderzoeken welke betekenis jongeren geven aan het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE wordt in dit onderzoek uitgegaan van de tekenleer, ofwel semiotiek. De sociale semiotiek gaat volgens Harrison (2003, p. 48) uit van drie principes. Ten eerste dat mensen de wereld zien door middel van tekens. Het kennen van de bestaande wereld gebeurt door middel van de betekenisgeving van tekens. Deze betekenisgeving vindt plaats op basis van aangeleerde sociale afspraken. Ten tweede is de betekenis van tekens gecreëerd door mensen en deze betekenissen zijn geworteld in een sociale en culturele context. Daarom kunnen tekens in een andere context een andere betekenis hebben: "Because every community is different, the signs used by one community may be different from those used by another" ( p. 48). Tot slot bieden semiotische systemen een grote diversiteit aan bronnen voor het creëren van betekenis. Om deze reden kan door bewust kiezen van een teken en bepaalde betekenis beïnvloeding plaatsvinden.

In dit onderzoek wordt voor het analyseren van tekens het model van Saussure aangehouden, zoals beschreven door Chandler (2007): "Focusing on linguistic signs (such as words), Saussure defined a sign as being composed of a 'signifier' and a 'signified'. Contemporary commentators tend to describe the signifier as the form that the sign takes and the signified as the concept to which it refers" (p. 14). Binnen het Saussureaan model bestaat een 'sign' uit de associaties van de 'signifier' met een bepaalde 'signified'. Hierbij gaat het specifiek om de combinatie tussen die twee die tot stand komt door de interactie tussen het teken (dat geen zelfstandige betekenis heeft) en de betekenisgever. Dezelfde 'signifier' kan namelijk voor verschillende 'signified' staan en andersom, wat elke keer leidt tot een ander teken met andere bijbehorende betekenis. (Chandler, 2007, pp. 15-16). Saussure benoemt het concept 'arbitrariness': "There is no one-to-one link between signifier and signified; signs have multiple rather than single meanings. Within a single language, one signifier may refer to many signifieds and one signified may be referred to by many signifiers" (Chandler, 2007, p. 25). De relatie tussen de 'signifier' en de 'signified' is echter geen individuele keuze maar gebaseerd op geleerde afspraken, afhankelijk van de sociale en culturele context (Chandler, 2007, pp. 27-28).

#### 4.6 Visuele sociale semiotiek

De visuele sociale semiotiek is onderdeel van de sociale semiotiek. Hierbij gaat het om het interpreteren van afbeeldingen: "what can be said and done with images (and other visual means of communication) and how the things people say and do with images can be interpreted" (Jewitt & Oyama, 2001, p. 136, in: Harrison, 2003, p. 48). Volgens Harrison (2003, p. 47) is een afbeelding niet het resultaat van een eenzijdige activiteit maar een sociaal proces. Daarom wordt de betekenis ervan gevormd door zowel de maker als de kijker waarbij hun sociale, culturele en politieke waarden een rol spelen. Om afbeeldingen te analyseren kan gebruik worden gemaakt van drie meta-functies om te onderzoeken hoe kijkers betekenis creëren bij een beeld: de representatieve metafunctie, de interpersoonlijkmetafunctie en de compositionele metafunctie. Deze metafuncties worden hieronder toegelicht.

##### *Representatieve metafunctie*

De representatieve metafunctie gaat over de vraag: 'Waar gaat de afbeelding over?'. Hierbij draait het om de mensen, plaatsen en objecten in een afbeelding. Binnen deze metafunctie wordt onderscheid gemaakt tussen een narratieve afbeelding en conceptuele afbeelding. Bij een narratieve afbeelding creëert de kijker een verhaal over de 'represented participants' (mensen, plaatsen en objecten) doordat deze verbonden zijn door vectoren. Dit zijn elementen die lijnen vormen waarmee interactie tussen de 'represented participants' (RPs) wordt gesuggereerd waardoor de kijker een verhaal vormt bij de afbeelding. In een narratieve afbeelding kunnen twee processen plaatsvinden waardoor de kijker de handelingen van de RPs volgt: 'action' waarbij een verhaal gecreeërd wordt door de vectoren (elementen) zelf en 'reaction' waarbij een verhaal gecreeërd wordt door kijklijnen die dienen als vectoren (Harrison, 2003, p. 51). Bij een conceptuele afbeelding gaat het niet om vectoren maar: "Rather, RPs tend to be grouped together to present viewers with some 'concept' of who or what they represent" (Harrison, 2003, p. 51). Dit kan op verschillende manieren: 'classificatory' (de RPs staan voor een bepaalde groep of klasse), 'analytical' (de RPs zijn zichtbaar gemaakt als deel van een geheel) of 'symbolic' (RPs zijn belangrijk vanwege hetgeen wat ze betekenen) (Harrison, 2003, p. 51).

##### *Interpersoonlijke metafunctie*

Deze metafunctie bevat: "The actions among all the participants involved in the production and viewing of an image (that is, the creator, the RPs, and the viewer), and answers the question 'How does the picture engage the viewer?' (Harrison, 2003, p. 53). De betrokkenheid van de kijker kan worden beïnvloed door middel van vier aspecten. Ten eerste de kijkrichting van de RPs ten opzichte van de kijker ('image act and gaze'). Ten tweede de sociale afstand, ofwel in hoeverre er is ingezoomd op de RPs. Dit zorgt voor een gevoel van intimiteit of juist afstand tussen de kijker en de RPs ('social distance and intimacy'). Tot slot de hoek van waaruit de RPs in beeld zijn gebracht. Hierbij gaat het zowel om de horizontale hoek als de verticale. Laatst genoemde kan betrekking hebben op de hoogte van de RPs onderling en ten opzichte van de kijker. Dit heeft invloed op de (machts)relatie tussen de verschillende RPs en de kijker (perspective) (Harrison, 2003, p. 53).

### *Compositionele metafunctie*

Bij deze metafunctie draait het om de compositie van elementen in een afbeelding. Dit betreft een visuele syntax, dus de manier waarop de elementen zijn gestructureerd zodat de kijker de afbeelding als een samenhangend geheel ziet. Harrison (2003, p. 57) benoemt verschillende compositionele regels voor het vormgeven van een afbeelding. Ten eerste de 'information value'. De plaats van de RPs in een afbeelding geven de elementen verschillende informatieve waarde. Zo wordt de voor de kijker bekende informatie vaak links geplaatst en nieuwe informatie rechts. Ook horizontaal zijn er bepaalde regels, onderaan een afbeelding staat de informatieve feitelijke informatie en bovenaan het ideaal beeld. Als er in de afbeelding een verschil is gemaakt tussen het plaatsen van elementen in het midden en daaromheen, is datgene wat in het midden geplaatst is de focus van de informatie. Dit moet de aandacht van de kijker trekken. De elementen daaromheen zijn hieraan ondergeschikt. Vaak, maar niet altijd, zijn de omliggende elementen vergelijkbaar met elkaar. Hiertussen wordt dan geen onderscheid gemaakt. Hoe ondergeschikt de omliggende elementen zijn hangt af van de mate waarin het centrale element opvalt ten opzichte van de andere elementen in de afbeelding (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 196). Ook kan binnen een afbeelding sprake zijn van framing om bepaalde RPs te scheiden of juist met elkaar te verbinden en is een afbeelding in meer of mindere mate realistisch voor de kijker ('modality'). Tot slot wordt binnen een afbeelding met behulp van 'saliency' de hiërarchie aangegeven van de RPs: "Regardless of where they are placed, saliency can create a hierarchy of importance among the elements, selecting some as more important, more worthy of attention than others" (Kress & van Leeuwen, 1996, p. 201). Hoe belangrijker het element is, hoe meer deze opvalt. 'Saliency' gaat over de mate waarin een RP de aandacht van de kijker trekt. Dit beïnvloedt in welke volgorde de blik van de kijker langs de verschillende RPs in een afbeelding gaat. Voor het geven van 'visuele clues' hiervoor zijn diverse technieken: afmeting (hoe groter de RP, hoe opvallender), scherpte ('out of focus' RPs vallen minder op), contrast (hoe groter het contrast, hoe opvallender), opvallend kleurgebruik en in hoeverre RPs op de voor- of achtergrond zijn geplaatst (Harrison, 2003, p. 57).

### *Camera movements*

In het spotje 'Slik jij zomaar alles?' gaat het om bewegend beeld, daarom is het van belang om te kijken naar de camerabewegingen. Bordwell & Thomson (2008, p. 218) beschrijven verschillende vormen: aan het einde van een shot wordt het beeld zwart ('fade-out'), of juist andersom ('fade-in'), een vloeiende overgang tussen verschillende shots ('dissolve') of een 'wipe' waarbij het ene shot vervangen wordt door het volgende shot: "by means of a boundary line moving across the screen" (p. 218). Hierbij is er geen sprake van 'inblenden' van de shots in elkaar zoals bij de 'dissolve' techniek maar de shots schuiven als het ware in elkaar over. Daarnaast benoemen Bordwell & Thompson (2008, p. 195) verschillende manieren waarop de camera beweegt. Ten eerste de 'pan' waarbij de camera als een hoofd van links naar rechts beweegt en zo een panoramashot maakt. Ten tweede de 'tilt' waarbij de camera van boven naar beneden beweegt. Vervolgens de 'tracking', waarbij de camera als geheel verandert van positie en meebeweegt met het onderwerp. Tot slot onderscheiden ze de 'crane shot'. Hierbij stijgt en daalt de camera ten opzichte van het onderwerp wat kan leiden tot een 'helicopter' of 'airplane' shot waarbij er van bovenaf wordt gefilmd.

#### 4.7 Vorming van attitude & Theory of Reasoned Action

Naast de betekenisgeving van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' wordt in dit onderzoek ook gekeken naar de rol die dit spotje, in de beleving van jongeren, speelt bij hun perceptie en attitudevorming ten aanzien van het belang om zich te informeren over XTC gebruik. Aan de hand van Hoeken (1998) wordt het begrip attitude uitgelegd en hoe deze gevormd worden middels de Theory of Reasoned Action

Hoeken (1998) maakt bij het beïnvloeden van gedrag onderscheid tussen overtuigingen, attitudes en waarden. Volgens Hoeken (1998, p. 27) gaan overtuigingen over de toestand van de wereld. Deze kunnen correct of incorrect zijn en ook kan men meer of minder zeker zijn van de overtuigingen over de wereld. Kenmerkend van overtuigingen is dat ze te toetsen zijn aan de werkelijkheid. Praktisch gezien is dat echter niet altijd waar gezien overtuigingen kunnen gaan over verleden, heden en toekomst. Attitudes zijn gebaseerd op overtuigingen maar hebben volgens Hoeken (1998, p. 29) een evaluatief element in zich. Er zijn zowel gedragsattitudes als doelattitudes. Gedragsattitudes zijn een evaluatie van gedrag. Dit gedrag wordt vaak vertoond ten opzichte van een bepaald doel, de evaluatie van dit doel is de doelattitude. Attitudes kunnen gebaseerd zijn op informatie (over de kans op bepaalde consequenties van gedrag of eigenschappen van een doel en de mate waarin dit klopt), emotie (een evaluatie gebaseerd op gevoel) en gedrag (waarbij het vertoonde gedrag een indicatie is van de attitude). Waarden, tot slot, omschrijft Hoeken als oordelen over hoe het zou moeten zijn, de idealen die mensen nastreven. Mensen verschillen in het belang dat ze aan verschillende waarden hechten (1998, p 31-32).

#### *Theory of Reasoned Action*

De Theory of Reasoned Action van Fishbein & Ajzen (1975, in Hoeken 1998, pp. 46-47) stelt dat gedrag voornamelijk wordt bepaald door de intentie om dat bepaalde gedrag te vertonen. De gedragsintentie valt vervolgens weer uiteen in de gedragsattitude en de sociale norm, de inschatting wat anderen vinden dat je zou moeten doen en de mate waarin je daaraan wilt voldoen. De gedragsattitude wordt gevormd door de overtuigingen over hoe groot de kans is dat een bepaalde consequentie van een gedraging zich voor zal doen en hoe belangrijk je dat vindt. Drie factoren hebben invloed op de relatie tussen attitude en gedrag. Ten eerste persoonskenmerken waarbij het gaat om 'self-monitoring'. Of een bepaalde attitude het uiteindelijke gedrag zal beïnvloeden is dan afhankelijk van de mate waarin mensen hun gedrag door de ogen van anderen bekijken en zich aanpassen aan de omstandigheden. Als dit het geval is zal de eigen attitude minder invloed hebben op het daadwerkelijke gedrag. Ten tweede moet de attitude niet alleen beschikbaar zijn op het moment dat bepaald gedrag moet worden vertoond, maar ook moet de attitude als relevant voor het gedrag worden beschouwd. Tot slot kan men in meer of mindere mate zeker zijn over de correctheid van een attitude. Indien men zekerder is over de correctheid van een attitude zal dit een beter voorspeller voor gedrag zijn. De mate van zekerheid wordt weer bepaald door hetgeen waar de attitude op gebaseerd is: "De fundering van de attitude is dus van belang voor de overtuiging dat de attitude correct is, wat weer van invloed is op de mate waarin de attitude in staat is het gedrag te voorspellen" (Hoeken, 1998, p. 50).

#### 4.8 Implicaties

In dit onderzoek wordt de betekenisgeving van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' onderzocht. Eerst wordt een semiotische analyse van het spotje gemaakt. Hierbij wordt ten eerste gekeken in hoeverre er in het spotje sprake is van een narratief met een 'story' en een 'plot' zoals in de literatuurreview gesteld is aan de hand van Bordwell & Thompson (2008). Ten tweede wordt in de semiotische analyse uiteengezet in hoeverre het begrip 'parallelism' van Bordwell & Thompson (2008) terug te zien is in het spotje door te kijken naar de personages, settings en handelingen. Ten derde wordt de visuele sociale semiotiek toegepast op het spotje 'Slik jij zomaar alles?'. Onderzocht wordt in hoeverre de drie in de literatuurreview beschreven metafuncties van Harisson (2003) van toepassing zijn op de verschillende scènes in het spotje van SIRE.

Na deze analyse wordt onderzocht in hoeverre de genoemde theoretische concepten worden herkend door de doelgroep, jongeren van 16 tot en met 25 jaar. Ook wordt onderzocht welke rol het spotje 'Slik jij zomaar alles?' speelt, in de beleving van de jongeren zelf, bij hun attitude (zoals beschreven bij de Theory of Reasoned Action) ten opzichte van het belang om zich te informeren over XTC.

## 5. Semiotische analyse

Dit hoofdstuk bevat een semiotische analyse van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE ( te bekijken via: [https://youtu.be/IK\\_14KKqkvk](https://youtu.be/IK_14KKqkvk)). In de eerste paragraaf wordt het spotje beschreven waarna in paragraaf 4.2 tot en met 4.4 onderzoeksvragen 1A, 1B en 1C worden beantwoord zoals opgesteld in paragraaf 1.3:

1A: Welk narratief (bestaande uit 'story' en 'plot') wordt verteld in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor gebruikt?

1B: Welke rol speelt 'parallelism' (personages, handelingen, settings) in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor gebruikt?

1C: Welke rol speelt 'saliency' in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor gebruikt?

### 5.1 Beschrijving spotje 'Slik jij zomaar alles?'

Het spotje 'Slik jij zomaar alles?' vertelt het verhaal van drie opgroeiende jongens, dat zichtbaar gemaakt is middels typerende situaties uit verschillende levensfasen. Het spotje begint op een kinderfeestje waar twee jongens zich afvragen of je een rood besje kunt eten. Ze halen hun schouders op en roepen er een derde jongen bij, Tom, waarna hij komt aangerend en het besje in zijn mond stopt. De volgende scène speelt zich af in een Scheikundelokaal. Weer ziet de kijker twee jongens, die nu een chemisch uitziende stof in een buisje doen waarna ze Tom roepen. Tom drinkt in het volgende shot het buisje leeg. De derde situatie vindt plaats in een studentenhuis. De inhoud van een koelkast met een beschimmelde gehaktbal komt in beeld en vervolgens wordt de deur open gedaan, weer door twee jongens die vervolgens Tom roepen. Hierna gaat het spotje direct over naar de laatste setting, een wc-hokje. Van bovenaf worden wederom twee jongens gefilmd waarvan de linker drie XTC pillen op zijn hand heeft, twee oranje en een blauwe. Hij wijst de blauwe aan en zegt dat hij die nog niet kent terwijl de camera daarop inzoomt. Over het wc-hokje heen wordt Tom vervolgens weer geroepen. Tot slot staan de drie jongens samen in het wc-hokje, waarbij Tom de onbekende blauwe XTC pil vast heeft. Voordat Tom deze in zijn mond kan doen, wordt er door een mannelijke voice-over gezegd "Gast, slik jij zomaar alles? Check XTCfacts.nl" waardoor de jongens opkijken. Dit duidt erop dat deze stem hoorbaar is voor zowel de kijker als de personages in het spotje en dat de stem van bovenaf komt. In beeld verschijnt tot slot linksonder het logo van SIRE en de tekst 'xtcfacts.nl'.

### 5.2 Narratief: story & plot

Volgens Bordwell & Thomson (2008) is er in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' sprake van een narratief volgens de definitie: "A chain of events in cause-effect relationship occurring in time and space." (p.75). In het spotje speelt zich namelijk, zoals hierboven beschreven, een serie van gebeurtenissen af die elke keer plaatsvinden op een bepaalde plaats en tijd waarbij de personages steeds ouder worden. Van de drie genoemde aspecten in de definitie (tijd, causaliteit en plaats) is in het spotje met name de volgorde van gebeurtenissen in tijd van belang om de verschillende gebeurtenissen aan elkaar te verbinden tot een narratief en dit te begrijpen. Dit is zichtbaar gemaakt door middel van vier scènes die elke keer in een andere setting plaats vinden, die typerend zijn voor een bepaalde levensfase. Deze zijn herkenbaar aan de attributen

die zichtbaar zijn in het beeld. De eerste scène speelt zich af op een kinderfeestje, dit is te zien aan de feesthoedjes die de kinderen op de achtergrond dragen. Daarna volgt een Scheikundelokaal op de middelbare school, herkenbaar door de witte jassen, buisjes en veiligheidsbrillen die de jongens op hebben. De derde situatie is een studentenhuis dat duidelijk gemaakt is door de gedeelde koelkast die in beeld gebracht wordt. Tot slot bevinden de jongens zich in een wc-hokje. Door de graffiti op de muur en doordat de jongens over het hokje heen Tom erbij roepen, die voor de spiegel staat, lijken ze zich in een openbare wc in een club of discotheek te bevinden.



Er zijn duidelijk drie personages te herkennen in het spotje die zorgen voor de ontwikkelingen in het verhaal. Ook hebben deze personages specifieke herkenbare eigenschappen die een rol spelen in het narratief, zoals ook in de literatuur van Bordwell & Thompson (2008) naar voren is gekomen. De drie jongens zijn erg nieuwsgierig, dit zorgt dan ook voor de gebeurtenissen in het verhaal. Ze zijn namelijk nieuwsgierig of bepaalde objecten eetbaar zijn. Het personage Tom is diegene die de objecten ook daadwerkelijk in zijn mond doet zonder te weten wat het precies is. Hem kan daarom de eigenschap 'roekeloos' worden toegeschreven. Dit heeft een duidelijke functie in het narratief omdat hij vanwege deze eigenschap in elke situatie door de andere twee jongens geroepen wordt om iets uit te proberen door het in zijn mond te doen.

De 'story' bestaat volgens Bordwell & Thompson (2008) naast de hierboven beschreven zichtbare verhaallijn ook uit de informatie die de kijker hier zelf uit afleidt en waarmee men het verhaal aanvult. In het spotje 'Slik jij zomaar alles?' heeft dit ten eerste betrekking op de personages. Doordat de kijker de jonges in het spotje samen ouder ziet worden en situaties uit verschillende levensfasen met elkaar ziet meemaken, trekt de kijker de conclusie dat de jongens goede vrienden zijn die ook in de tijd die niet is uitgebeeld van alles samen hebben meegemaakt en samen zijn opgegroeid. De 'story' van het spotje beslaat dus meer veronderstelde vergelijkbare situaties dan die uitgebeeld zijn. Ten tweede doet de kijker aannames betreft de handelingen van het personage Tom. In de eerste twee situaties ziet de kijker Tom het besje in zijn mond doen en het reageerbuisje leegdrinken. Hierdoor trekt de kijker de conclusie dat hij ook in de derde situatie de beschimmelde gehaktbal in zijn mond



heeft gedaan en dit ook zou doen met de onbekende XTC pil in de laatste situatie als de voice over hem niet zou hebben aangesproken op dat hij dingen in zijn mond stopt die hij niet kent. De kijker veronderstelt deze handelingen door de herhaling ook al komen ze niet daadwerkelijk in beeld. Ten derde vormt de kijker ideeën over wie de mannelijke stem is die Tom aan het einde van het spotje van bovenaf vraagt of hij zomaar alles in zijn mond stopt. In deze analyse wordt het als meest waarschijnlijk beschouwd dat de stem (en dus zender van de boodschap dat je niet zomaar alles moet slikken), afkomstig is vanuit de overheid.

Onder de 'plot' verstaan Bordwell & Thompson (2008) alle zichtbare gebeurtenissen in het spotje zoals beschreven in paragraaf 5.1, maar ook de visuele en tekstuele elementen die buiten de wereld van de personages in het verhaal vallen maar wel zichtbaar zijn voor de kijker. In het spotje 'Slik jij zomaar alles?' is dit alleen het logo van SIRE en de tekst 'xtcfacts.nl' dat aan het einde van het spotje linksonder in beeld verschijnt. De personages in het spotje horen, net als de kijker, de voice-over stem aan het einde van het spotje. Dit is merkbaar doordat de jongens omhoog kijken alsof ze betrappt worden zodra ze de stem horen, terwijl zij van boven gefilmd worden. Het logo en de verwijzing naar website zijn de enige elementen die alleen voor de kijkers zichtbaar zijn en buiten de wereld van het verhaal vallen. Deze elementen dragen bij aan de 'plot' van het narratief (naast het uitgebeelde verhaal).



### 5.3 Parallelism

In het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE is sprake van 'parallelism' omdat de kijker parallellen kan trekken tussen de personages, situaties en handelingen. Hierbij is zoals Bordwell & Thompson (2008) aangeven sprake van herhaling, maar ook van verschil omdat de herhaling niet exact hetzelfde is. De drie personages in het spotje worden ouder maar zijn wel in elke situatie herhaald, evenals de handeling van Tom om iets in zijn mond te stoppen. De situatie waarin dit gebeurt en wat Tom in zijn mond stopt zijn echter elke keer anders. Door de verschillende situaties met elkaar te vergelijken trekt de kijker parallellen tussen de verschillende gebeurtenissen en handelingen.

#### *Personages*

De personages in het spotje worden in elke situatie herhaald, maar worden wel ouder. Hier is dus sprake van herhaling met variatie en dus van 'parallelism'. Om de personages te herkennen geeft het verhaal de kijker tekens, door Bordwell & Thompson (2008) 'cues' genoemd. De jongens zijn namelijk herkenbaar aan de kleuren in de kleding die ze dragen. Bij elk personage komen steeds elementen in dezelfde kleur terug. Hieraan is herkenbaar dat het

dezelfde personages zijn, die in de loop van het spotje steeds ouder worden: van jonge kinderen, naar middelbare scholieren en vervolgens studenten. Tom is zowel op het kinderfeestje als in het Scheikundelokaal gekleed in een blauw t-shirt.



Ook bij de andere twee personages zijn dezelfde kleuren (geel en rood) elke keer terug te zien in de kleding in de verschillende situaties. Dit komt na de truien en t-shirts in de eerste twee scènes (kinderfeestje en Scheikundelokaal) terug in subtielere elementen van de kleding zoals rode mouwen (studentenhuis), een rood polsbandje (wc-hokje) en gele touwtjes van een trui (wc-hokje). Dit geeft de kijker visuele tekens om de personages te herkennen.



### *Handelingen*

Ook wat betreft de handelingen in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' is er sprake van 'parallelism'. Er is een steeds terugkerende handeling bij hetzelfde personage Tom te zien. In de verschillende situaties die de jongens doorlopen in het spotje stopt Tom telkens iets in zijn mond. Wat hij in zijn mond stopt is passend bij de desbetreffende situatie en verschilt dus elke keer. Bij het kinderfeestje betreft dit een rood besje en in het Scheikundelokaal drinkt hij een chemisch uitzijende stof uit een buisje. Zoals beschreven in paragraaf 4.2 is het onderdeel van de 'story' van het narratief in het spotje dat de kijker door de herhaling van deze handeling veronderstelt dat Tom ook in de derde setting in het studentenhuis de beschimmelde gehaktbal in zijn mond heeft gedaan (ondanks dat dit niet in beeld komt) en dit ook zou doen met de onbekende blauwe XTC pil in de laatste setting als de stem hem niet zou hebben aangesproken op dat hij zomaar alles doorslikt zonder te weten wat het is.

### *Settings*

De verschillende settings die voorbij komen in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' zijn steeds kenmerkend voor een bepaalde levensfase, wat zoals gesteld in paragraaf 5.2 aangeeft dat de jongens gedurende het spotje steeds ouder worden en samen opgroeien. De specifieke setting en hetgeen dat Tom in zijn mond stopt, passend bij die setting, zijn gedurende het spotje elke keer anders. Er is echter zoals beschreven ook een duidelijke mate van herhaling te herkennen door dezelfde personages, handelingen en gebeurtenissen. Door dit patroon is de kijker mogelijk in staat zelf parallellen te trekken tussen de verschillende settings in de loop van het spotje en zo het verhaal te begrijpen. Doordat er in het spotje zowel sprake is van herhaling als verschil, kan gesteld worden dat er gebruik wordt gemaakt van 'parallelism' om het verhaal over te brengen.

### 5.4 Saliency

In de verschillende scènes in het spotje 'Sik jij zomaar alles?' van SIRE is op verschillende manieren sprake van 'saliency', namelijk de mate waarin beeldelementen in staat zijn de aandacht van de kijker te trekken in een bepaalde volgorde. Ook worden hiervoor compositionele regels gebruikt in het spotje. Tevens wordt aan de hand van deze hiërarchie en de door Harrison (2003) zogenoemde vectoren in het beeld een verhaal gevormd door de kijker.

### *Kinderfeestje*

Volgens Harrison (2003) zijn er verschillende manieren om elementen in beeld te laten opvallen: afmeting, scherppte, contrast, opvallend kleurgebruik en voor- of achtergrond. In de eerste scène van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' vallen de rode besjes erg op. Dit gebeurt door een combinatie van de door Harrison (2003) genoemde technieken voor 'saliency'. In het eerste shot van het spotje komen de besjes meteen uitvergroot in beeld. Daarnaast zijn de besjes in dat shot zowel op de voorgrond als scherp in beeld gebracht en is de jongen op de achtergrond juist vaag. Hierdoor ligt de focus op de besjes. Dit wordt versterkt door het kleurgebruik. De kleuren zijn fel, de kleur rood duidt op gevaar en het contrast met de groene blaadjes is sterk. Al deze aspecten samen maken dat de besjes erg opvallen en de aandacht van de kijker trekken.

In het shot waarin de twee jongens een besje vasthouden zijn compositionele regels te herkennen die de 'information value' van de verschillende objecten in het beeld aangeven (Kress & Van Leeuwen, 2006). De hand van de jongen met het besje is centraal in het midden van het beeld geplaatst. Dit is de focus van de informatie waar het beeld over gaat, die de aandacht van de kijker moet trekken. De twee jongens zijn daaromheen geplaatst als ondergeschikte elementen, die vergelijkbaar met elkaar zijn. Vervolgens wordt de derde jongen Tom geroepen en in het volgende shot is Tom te zien. Het personage Tom, diegene die steeds alles in zijn mond stopt, komt centraal in het midden van het beeld tussen de andere twee jongens in staan. In dit shot vormt hij het centrale aandachtspunt van informatie voor de kijker, met name op het moment dat hij het besje in zijn mond doet. De twee jongens zijn hier weer omheen te zien, als gelijkwaardige ondergeschikte elementen in het beeld ten opzichte van Tom die in het centrum staat.

Daarnaast wordt op het moment dat Tom iets in zijn mond stopt, ingezoomd door de camera waardoor Tom van dichtbij in beeld is gebracht (hoofd en schouders). Dit zorgt volgens de interpersoonlijke metafunctie van Harrison (2003) voor verminderde sociale afstand en een gevoel van intimiteit tussen de kijker en Tom. Door het creëren van weinig afstand tussen Tom en de kijker, wordt de kijker betrokken bij het beeld en dus bij de handeling van Tom.

Volgens de representationele metafunctie van Harrison (2003) vormt de kijker een verhaal bij het beeld op basis van de kijklijnen van de personages die werken als vectoren en daardoor duiden op interactie. Dit is in de scène van het kinderfeestje te herkennen. De twee jongens kijken eerst allebei vragend naar het besje en vragen zich af of je die kunt eten. Vervolgens kijken ze betekenisvol naar elkaar omdat ze allebei hetzelfde idee hebben, namelijk de derde jongen Tom erbij roepen om hem het besje te laten proeven. Terwijl ze dit doen kijken ze achterom in de richting van Tom. Aan het einde van de scène kijken ze allebei naar Tom die tussen hen in staat en het besje in zijn mond stopt. Op basis van de genoemde kijklijnen (vectoren) is de kijker in staat dit verhaal te begrijpen.



### *Scheikundelokaal*

De tweede scène van het spotje speelt zich af in een Scheikundelokaal, de jongens zitten inmiddels op de middelbare school. In deze scène is door middel van 'saliency' en compositie de nadruk gelegd op het reageerbuisje dat Tom uiteindelijk leeg drinkt. Dit is wederom gedaan door de verschillende technieken van Harrison (2003) te combineren. Het buisje is in het eerste shot groot, scherp en op de voorgrond in beeld gebracht terwijl de jongens op de achtergrond meer 'out of focus' zijn. Daarnaast ziet de vloeistof die de twee jongens in het buisje spuiten er bruisend en gelig uit, dit is een teken dat het een chemische vloeistof is. Ook is het buisje hierdoor extra opvallend tegen de achtergrond van witte jassen in het Scheikundelokaal. Wat betreft de compositie van het beeld en bijbehorende 'information value' is het buisje in het midden gezet, waardoor dit net als bij het besje de belangrijkste informatie is waar de aandacht van de kijker naartoe getrokken wordt. De twee jongens staan om dit element heen en zijn door die plek minder van belang in dit shot. Vervolgens roepen ze Tom die weer in het midden tussen hen in komt staan waardoor de aandacht van de kijker nu naar hem getrokken wordt terwijl hij het buisje leegdrinkt. Net als in de eerste scène gebeurt



dit in close-up, waardoor er weinig afstand is tussen de kijker en Tom en een grote mate van betrokkenheid wordt gecreëerd volgens de interpersoonlijke metafunctie van Harrison (2003).

Dat Tom niet weet wat hij drinkt, blijkt uit een tussenliggend shot waarin op een poster het volgende staat: 'Groep A Frisdrank maken / Groep B Shampoo maken'. In dit shot wordt de nadruk gelegd op de poster en Tom doordat ze scherper in beeld zijn gebracht dan de rest van het lokaal. Dit shot draagt bij aan de boodschap van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' dat je niet zomaar iets moet innemen zonder je te informeren over wat het is en wat het met je doet.



### *Studentenhuis*

De derde situatie in het spotje is een studentenhuis. Van binnenuit wordt een koelkast gefilmd met daarin een close-up van een beschimmelde gehaktbal. Deze is in dit shot uitvergroot, scherp en op de voorgrond in beeld gebracht om de aandacht van de kijker te trekken. Als de koelkast opengemaakt wordt, door de zelfde twee jongens, wordt de focus naar hen verlegd. In het volgende shot komen zij scherp in beeld en is de voorgrond juist vaag. Gedurende de verschillende shots blijft de gehaktbal wel in het centrum van het beeld aanwezig (al is deze na het eerste shot 'out of focus') als onderwerp waarnaar de twee jongens kijken. Hierdoor wordt de blik van de kijker hierheen gestuurd. In deze scène is gebruik gemaakt van dezelfde technieken wat betreft 'saliency' en compositie (Harrison, 2003) als in de eerste twee scènes.

In deze scène is ook sprake van de representatieve metafunctie van Harrison (2003). De twee jongens kijken eerst naar de gehaktbal, vervolgens kort naar elkaar en daarna achterom terwijl ze Tom roepen. Op basis van deze kijklijnen, die werken als vectoren waardoor interactie ontstaat, vormt de kijker het verhaal dat ze Tom wederom roepen om de gehaktbal te testen ondanks dat dit niet letterlijk in beeld komt.



### *WC-hokje*

De slotscène speelt zich af in een wc-hokje van een discotheek, te zien aan de graffiti op de muur. In tegenstelling tot de vorige drie scènes worden de twee jongens die zich in het wc-hokje bevinden nu van bovenaf gefilmd alsof ze door iets of iemand worden gadeslagen. Bordwell & Thompson (2008) noemen de camerabewegingen in deze scène een 'crane shot' waarbij de camera van boven naar beneden beweegt ten opzichte van het onderwerp. Dit leidt in het spotje tot een 'helicopter shot' waarbij de jongens geheel van bovenaf worden gefilmd.

Ook in deze scène is sprake van de verschillende aspecten van 'saliency' zoals genoemd door Harrison (2003). De XTC pillen zijn fel van kleur en contrasteren met de donkere achtergrond. Twee pillen zijn oranje en één blauw, dit kleurverschil is een belangrijk teken en geeft een onderscheid aan tussen de pillen. Dit wordt benadrukt door het inzoomen en scherpstellen van de camera op de pillen. De blauwe pil blijkt namelijk een onbekende XTC pil te zijn. Volgens de representatieve metafunctie van Harrison (2003) werkt de wijzende vinger die de onbekende pil aanwijst als een vector ofwel lijn. Hierdoor wordt interactie gecreëerd tussen de beeldelementen en vormt de kijker een verhaal: er bestaat een verschil tussen de XTC pillen, twee oranje bekende pillen en één blauwe onbekende pil. Zoals beschreven in paragraaf 5.3 is het personage Tom door het spotje heen te herkennen aan de kleur blauw. Hieruit en gezien Tom in elke situatie roekeloos dingen in zijn mond heeft gestopt, kan de kijker opmaken dat de blauwe onbekende pil voor hem bedoeld is en de bekende oranje pillen voor de andere twee jongens die gelijkwaardig zijn in het spotje.

In het volgende shot staan de drie jongens in het wc-hokje, Tom met de blauwe onbekende XTC pil in zijn hand. Hier speelt de compositie van de elementen in het beeld weer een rol. De pil bevindt zich in het midden van het beeld met de jongens eromheen. Ondanks dat de XTC pil klein is, trekt het door deze centrale plek wel de aandacht van de kijker als de plek waar de belangrijkste informatie staat waar het beeld over gaat. Dit wordt versterkt doordat hier nogmaals de representatieve metafunctie (Harrison, 2003) van kracht is. Dit keer werken de kijklijnen van de jongens als vectoren waarmee in het beeld een verhaal wordt verteld. Tom kijkt namelijk naar de onbekende XTC pil en de andere twee jongens kijken verwachtingsvol naar Tom of hij deze gaat innemen. Zo wordt duidelijk dat het beeld draait om de onbekende XTC pil.

De jongens worden in dit shot weer van de voorkant gefilmd en staan verticaal gezien op gelijke hoogte met de kijker. Dit duidt er volgens de interpersoonlijke metafunctie van Harrison (2003) op dat er een gelijkwaardige relatie bestaat tussen de kijker en de jongens. De camera is zover ingezoomd dat de jongens slechts tot en met de schouders zichtbaar zijn. De interpersoonlijke metafunctie (Harrison, 2003) stelt dat hierdoor de afstand tussen de kijker en de personages in het spotje kleiner wordt. De kijker krijgt door de mate van inzoomen en de verticale gelijkwaardige hoek bij dit shot het intieme gevoel zich bij de jongens in het wchokje te bevinden en hier als het ware als vierde vriend bij te staan en onderdeel uit te maken van het verhaal. Dit is door Busselle & Bilandzic (2009) aangeduid met de term 'narrative engagement', waarbij de kijker zich verplaatst in de subjectieve wereld van het verhaal om die te begrijpen.

Vervolgens klinkt de stem van bovenaf die zegt: "Gast, slik jij zomaar alles? Check XTCfacts.nl." Zowel de kijker als de jongens horen deze stem, want daardoor kijken ze omhoog alsof ze betrappt worden en worden ze ook weer van bovenaf gefilmd. Wederom is de XTC pil in het midden en de drie jongens daaromheen geplaatst. Door deze compositie blijft de focus op de XTC pil die zich in het centrum van het beeld bevindt. De kijker ziet niet van wie de stem afkomstig is, dit maakt dus onderdeel uit van de 'story' in het spotje (zie paragraaf 5.2).

Tot slot komt, alleen zichtbaar voor de kijker en niet voor de personages in het verhaal, het logo van SIRE en de website XTCfacts.nl in beeld. Zoals beschreven in paragraaf 5.2 maken deze elementen onderdeel uit van de 'plot' van het narratief dat in het spotje verteld wordt. Hiermee wordt voor de kijker de boodschap van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' duidelijk, namelijk om voorafgaand aan het gebruik van XTC jezelf te informeren en de feiten hierover te lezen op de website XTCfacts.nl.



## 6. Empirisch onderzoek

In dit hoofdstuk worden de resultaten uit het empirisch onderzoek geanalyseerd. De data verzameld door middel van zestien interviews met jongeren van 16 tot en met 25 jaar, is geanalyseerd met behulp van het programma Nvivo10 aan de hand van de codeboom in bijlage 3. Vervolgens zijn onderzoeksvragen 2A, 2B, 2C en 3 zoals gesteld in paragraaf 1.3 beantwoord. In paragraaf 6.1 staat het narratief in het spotje centraal, in paragraaf 6.2 is dit 'parallelism' en in paragraaf 6.3 'saliency'. In paragraaf 6.4 wordt ingegaan op de rol die het spotje 'Slik jij zomaar alles?' speelt in de perceptie van de respondenten bij het belang dat zij hechten aan het informeren over XTC.

### 6.1 Narratief: story & plot

In deze paragraaf staat onderzoeksvraag 2A centraal: Welk narratief (bestaande uit 'story' en 'plot') onderscheidt de doelgroep, jongeren van 16 t/m 25 jaar, in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor volgens hen gebruikt?

Op de vraag het verhaal te vertellen dat ze in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' hebben gezien, geven alle respondenten aan een narratief te herkennen in de vorm van een keten van gebeurtenissen die zich afspelen op een bepaalde plaats en tijd, zoals gesteld in de definitie van een narratief door Bordwell & Thompson (2008) in de literatuurreview. Alle respondenten herkennen hierin met name de rode lijn van drie ouder wordende jongens waarvan er één in verschillende situaties steeds iets zonder aarzelen uitprobeert. De respondenten verbinden dus de gebeurtenissen in het verhaal met elkaar op basis van het aspect 'tijd' uit de definitie van Bordwell & Thompson.

*"Je zag twee jongens en eigenlijk vanaf kleins af aan kwamen ze iets nieuws tegen. Iets wat ze nog niet kenden. Dat wilde ze graag proeven of opeten. Maar dat durfden ze zelf niet. Dus ze vroegen continu een ander persoon om dat voor hun uit te proberen." (R15M20)*

*"Het zijn drie vrienden en bij elk shot worden ze een paar jaar ouder. En twee jongens proberen steeds iets te eten, maar ze weten niet zeker of ze iets kunnen eten. En dan vragen ze aan Tom, hun vriend, of hij het wil eten." (R6M22)*

*"Je ziet drie vrienden, of eigenlijk twee vrienden en die komen dan steeds verschillende dingen tegen. En dan gaan ze vragen aan de derde vriend of hij het gaat eten. En ze beginnen van jongs af aan en dan gaan ze net zo lang door tot dat ze tieners zijn en ze drugs gaan proberen." (R8M25)*

De respondenten herkennen dat in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' een verhaal wordt verteld over drie jongens die steeds ouder worden en door verschillende levensfasen gaan. De attributen die gebruikt zijn om de specifieke settings aan te duiden worden echter niet altijd goed herkend. Zo wordt de eerste situatie, die zich afspeelt op een kinderfeestje bijvoorbeeld aangeduid als schoolplein van een basisschool en ook wordt de gehaktbal in de koelkast van het studentenhuis regelmatig niet als zodanig herkend maar gebakje of oliebol genoemd. Drie respondenten noemen dat dit komt omdat het spotje erg snel gaat en de verschillende situaties



elkaar snel opvolgen waardoor ze het niet goed hebben kunnen zien of het zich niet precies herinneren. Gezien alle respondenten wel het verhaal in het spotje konden vertellen heeft het niet herkennen van de specifieke situaties geen negatieve invloed gehad op het begrijpen van het verhaal.

Bordwell & Thompson (2008) geven in hun omschrijving van een narratief aan dat hierin de personages een belangrijke rol spelen en vaak bepaalde eigenschappen hebben ten behoeve van de ontwikkelingen in het verhaal. Tijdens het beschrijven van het verhaal in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' geven de respondenten de personages inderdaad verschillende eigenschappen die een rol spelen in het verhaal. Zeven respondenten typeren Tom als het proefkonijn die gebruikt wordt om van alles uit te proberen, terwijl over de twee andere jongens wordt aangegeven dat zij dit niet durven.

*"Het waren gewoon twee jongens die continu eigenlijk het onbekende opzochten en dan een ander iemand continu gebruikte om te kijken of ze het konden op eten. De reden waarom ze het eigenlijk niet deden dat weet je niet precies, maar waarschijnlijk omdat ze het niet durfden. Toen riepen ze ook weer die Tom."*  
(R15M20)

Een andere eigenschap die aan Tom wordt toegeschreven is dat hij roekeloos is en alles gelijk in zijn mond stopt zonder dat hij weet wat het is. Dit wordt genoemd door zes van de respondenten. Daarnaast geven nog drie respondenten aan Tom juist het sullige domme vriendje te vinden.

*"Nou dat er dus één vriend is die Tom heet, die alles wel probeert. Die geen grezen kent en het allemaal wel doet. En dat de andere twee het eigenlijk willen maar niet durven."* (R1V19)

*"Naja die Tom die was wel een beetje dom. Die vrienden een beetje laf misschien."* (R2V16)

De 'story' in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' bestaat naast de zichtbare gebeurtenissen ook uit gebeurtenissen die de kijker zelf aanvult (Bordwell & Thompson, 2008). Alle respondenten hebben, als onderdeel van de 'story' van het spotje veronderstelt dat de drie jongens goede vrienden zijn die van jongs af aan samen opgroeien. Er komen twee jongens in beeld die er steeds een derde jongen bijroepen in diverse typerende levenssituaties, waardoor de respondenten automatisch de conclusie trokken dat het om goede vrienden gaat die (ook buiten beeld) van alles met elkaar meemaken. Hiermee hebben de respondenten het verhaal zelf aangevuld. Als tweede aspect van de 'story' vormen de respondenten aannames betreft van wie de stem aan het einde van het spotje afkomstig is. Hierbij lopen de antwoorden erg uiteen.

*"Nou dat er een soort stem van boven komt, een soort goddelijke ingeving lijkt het wel."* (R8M25)

*"Dat die andere jongen van bovenaf zegt: 'Je slikt toch niet alles?'"* (R3V22)

*"Het is misschien een soort overheidsstelsel die zegt dat moet je niet doen."*  
(R13V18)

Twaalf respondenten hebben genoemd dat het aan het einde van het spotje opvallend was dat de jongens van bovenaf werden gefilmd ('helicopter view') in plaats van 'front view'. Door vier respondenten werd hieraan de betekenis gegeven dat de jongens betrappt werden tijdens het nemen van XTC.

*"Daar is het een soort van, ze staan met z'n drieën in de wc, alsof ze betrappt worden van 'oh slik je zomaar alles?'. Dat iemand over het deurtje kijkt en dat ze omhoog kijken."* (R4V23)

Eén van de respondenten geeft aan dat het door de manier van filmen lijkt alsof je er als kijker zelf bij bent in het wc-hokje. Hier is sprake van 'narrative engagement' zoals Bussell & Bilandzic (2009) dit omschrijven, waarbij de kijker zich verplaatst naar de subjectieve wereld die bestaat in het verhaal.

*"Dat ze van bovenaf gefilmd werden. En je zag in die hand die pilletjes liggen. Een soort 'first person' eigenlijk, alsof je het zelf vervolgens achterover zou gooien."* (R15M20)

Het 'plot' bestaat naast de zichtbare gebeurtenissen in het verhaal uit hetgeen dat zichtbaar is voor de kijker, maar niet voor de personages in het verhaal (Bordwell & Thompson, 2008). In het spotje 'Slik jij zomaar alles?' is dit het logo van SIRE en een verwijzing naar de website [xtcfacts.nl](http://xtcfacts.nl). Slechts een kwart van de respondenten is dit opgevallen. Ondanks dat niet iedereen de verwijzing naar de website heeft gezien, begrijpen alle respondenten wel de boodschap van het spotje dat je niet zomaar XTC moet nemen maar je moet informeren en hier verantwoord mee moet omgaan. Daarnaast wordt als boodschap door twee respondenten ook genoemd dat je je drugs moet laten testen van te voren zodat je weet wat je slikt.

*"Dat mensen naar de feiten moeten kijken ja. Voordat ze dus iets doen dat ze van te voren moeten weten wat ze doen."* (R14M24)

*"Dat je als je XTC gaat gebruiken, daar komt het eigenlijk een beetje op neer dat je je wel moet gaan voorlichten. En dat je zeker weet wat je gaat slikken."*  
(R8M25)

## 6.2 Parallelism

Deze paragraaf beantwoordt onderzoeksvraag 2B: In hoeverre herkent de doelgroep, jongeren van 16 t/m 25 jaar, 'parallelism' (personages, handelingen, settings) in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor volgens hen gebruikt? Er wordt gekeken in hoeverre de respondenten 'parallelism' herkennen in het spotje uitgaande van de definitie van Bordwell & Thompson (2008): 'parallelism presents a similarity among different elements.' (p. 75). Hierbij is dus sprake van herhaling met een bepaalde mate van verschil. Volgens Bordwell & Thompson (2008) geeft het verhaal vaak

'cues' aan de kijker om te wijzen op verschillen en overeenkomsten zodat de kijker de parallellen kan trekken en het verhaal kan begrijpen.

### *Personages*

Alle respondenten herkennen in het spotje duidelijk de drie personages die steeds herhaald zijn, maar wel ouder worden. Door de respondenten is hier dus 'parallelism' herkend, gezien dit duidt op herhaling (dezelfde personages) met variatie (ze worden ouder). De helft van de respondenten geeft aan de personages voornamelijk te herkennen door dezelfde opstelling die wordt aangehouden in de verschillende situaties die gedurende het spotje voorbij komen.

*"Je ziet eerst de heel tijd die twee hoofden, van die twee jongetjes. Die Tom zie je soms wel op de achtergrond. En dan wordt hij opeens geroepen en dan gaat de focus naar Tom. Dat is elke keer zo." (R9M24)*

*"Het is chronologisch in de zin van verschillende fasen van jong naar oud en elke keer een soort van dezelfde opstelling. Dus dat die twee vrienden bij elkaar stonden en dan die derde persoon er elke keer later bij kwam" (R1V19)*

*"Je zag eerst altijd die twee jongens en dan werd er op dat jongetje ingezoomd. Dus op gegeven moment zoomen ze op hem in. En dan komt hij erbij." (R14M24)*

Daarnaast is het herhalen van de naam 'Tom' voor de helft van de respondenten een 'cue' waaraan ze herkennen dat het elke keer om dezelfde personages gaat. Hieruit concluderen deze respondenten dat Tom in ieder geval steeds dezelfde persoon blijft maar in elke situatie ouder wordt en dat dat dan ook zal gelden voor de andere twee jongens. Slechts twee respondenten gaven daarnaast aan de personages te herkennen op basis van vergelijkbare uiterlijke kenmerken. Hierbij zijn als 'cues' de haar- en huidskleur van de personages genoemd.

### *Handelingen*

Betreft de handeling van Tom in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' om steeds iets in zijn mond te doen, is er ook sprake van 'parallelism': hetzelfde personage Tom doet elke keer dezelfde handeling (herhaling), maar wat hij in zijn mond stopt is elke keer anders (variatie). Deze parallel is genoemd door driekwart van de respondenten wanneer hen gevraagd is wat hen opvalt aan de verschillende situaties in het spotje.

*"Ze hebben allemaal te maken met iets uitproberen, wat eigenlijk gevaarlijk is. Bijvoorbeeld een beschimmeld broodje ga je niet zomaar eten. Een besje ga je ook niet zomaar eten. En je gaat ook niet zomaar iets wat je in een lab zelf hebt geproduceerd bij Scheikunde, ga je ook niet zomaar drinken. Dus het is allemaal iets wat eigenlijk giftig is. En dat is met die pil ook wel denk ik." (R13V18)*

*"Een overeenkomst is vooral dat twee jongens iets willen doen maar het zelf niet durven en dan continu de hulp in roepen van een derde. En dat die derde het gelijk doet." (R15M20)*

Het grootste deel van de respondenten was dus in staat een vergelijking te maken tussen de verschillende gebeurtenissen in het spotje doordat de handeling van Tom om iets in zijn mond te doen steeds werd herhaald. Hierdoor werden de handelingen die niet direct in beeld kwamen wel verondersteld door de helft van de respondenten, zoals het eten van de gehaktbal en nemen van de XTC pil door Tom. Hiermee hebben de respondenten het verhaal dus zelf aangevuld. Dit valt ook onder de 'story' in de definitie van een narratief van Bordwel & Thompson (2008). Wederom is het roepen van de naam 'Tom' een 'cue' hiervoor. Dit gebeurt in de eerste twee scènes vlak voordat Tom het object in zijn mond deed. Ook in de laatste twee situaties, waarin het innemen van het object niet daadwerkelijk in beeld is, wordt wel de naam 'Tom' geroepen net als in de situaties waarin Tom wel zichtbaar iets inneemt.

*"En die twee vrienden roepen elke keer die Tom erbij om iets te proeven als ze het niet kennen. Dat gaat dan van kleins af aan en dan als ze volwassen zijn gaat het over drugs. Dat hij de onbekende pil neemt." (R3V22)*

*"Aan het begin is er een jongetje die staat bij een bosje met besjes en het jongetje wil weten of het besje te eten is. Dan roept hij een ander jongetje erbij, Tom. En hij vraagt of die dat besje op wil eten en dat doet hij. Volgende shotje, is volgens mij in de klas bij scheikunde of iets dergelijks dan mengen ze iets. Dan komt er een gekke kleur in het buisje en dan opnieuw vragen ze dan Tom die achteraan staat in de klas of hij dat buisje wil opdrinken, dat doet hij. Volgende shot moet een soort van studentenhuus voorstellen, in ieder geval een huis waar ze in de keuken staan en de koelkast open trekken waar ze een oliebol zien of iets dergelijks. En dan vragen ze ook weer aan die Tom of hij dat wil opeten en dat doet hij." (R7M25)*

*"Maar ze filmen eerst die twee jongetjes en dan 'Tooom' en dan kijken ze naar Tom." (R9M24)*

Ook geeft een kwart van de respondenten aan dat hetgeen dat Tom in zijn mond stopt steeds gevaarlijker wordt, wat ook duidt op variatie.

*"Het gaat om een paar jongetjes die een vriend hebben die eigenlijk altijd alles op eet waar zij niet zeker van zijn. En gedurende zijn leven wordt dat steeds heftiger van besjes tot drugs." (R11M25)*

*"Het begint gewoon heel onschuldig met besjes, daarna wordt het wel steeds gevaarlijker met chemische dingen en schimmels. En het eindigt natuurlijk op het ergste zegmaar met drugs." (R6M22)*

### *Settings*

De helft van de respondent noemt dat de personages in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' verschillende typerende fases van hun leven doorlopen en trekken daartussen een vergelijking. Dit is mogelijk doordat de situatie en wat Tom in zijn mond doet steeds anders is maar de handeling van Tom en de personages wel steeds worden herhaald, waardoor er sprake is van 'parallelism' zoals gedefinieerd door Bordwell & Thomson

(2008). De helft van de respondenten benoemde desgevraagd deze parallellen tussen de verschillende settings, maar alle respondenten begrepen de loop van het verhaal in het spotje, zoals beschreven in paragraaf 6.1.

*"Maar het is iedere keer wel een andere setting. Dus het is van jongs af aan, dus eerst is het een jong jongetje dan iets ouder, dan student en dan in de discotheek dat ze een pilletje nemen." (R4V23)*

*"Het was een soort van de groei van hun leven. Dus aan het begin was het een besje op het schoolplein, daarna was het op de middelbare school met de reageerbuis, daarna studentenleven met voedsel wat vergaan is en daarna dat hij ook pillen slikt." (R5V23)*

### 6.3 Saliency

Deze paragraaf geeft antwoord op onderzoeksvraag 2C: In hoeverre wordt de aandacht van de doelgroep, jongeren van 16 t/m 25 jaar, getrokken door 'saliency' in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor volgens hen gebruikt? Gedurende het spotje 'Slik jij zomaar alles?' is volgens de respondenten op verschillende manieren gebruik gemaakt van 'saliency' (Harrison, 2003), technieken om de nadruk te leggen op bepaalde elementen in het beeld.

#### *Compositie*

Drie respondenten vonden dat in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' de nadruk werd gelegd op de objecten die Tom in zijn mond deed/moest doen. Deze voorwerpen (bessen, buisje, gehaktbal, pillen) vielen voor hen op doordat het steeds iets anders is wat Tom uitprobeert, wat je bovendien niet zomaar zou eten. Daarnaast gaven zij aan dat je als kijker wilt weten waar het verhaal over gaat en je daarom geconcentreerd bent op hetgeen dat Tom inneemt. Twee respondenten geven hierbij aanvullend aan dat de objecten in het centrum van het beeld zijn gezet met de personages daaromheen, waardoor de aandacht op het object werd gevestigd. Zij herkennen de compositionele metafunctie van Harrison (2003) waarbij elementen in het beeld een 'information value' hebben wanneer zij op een bepaalde plek zijn geplaatst. Door de objecten in het midden te plaatsen vormen deze het centrum van de informatie. Deze respondenten hebben dit dus herkend, zij keken namelijk naar de objecten in het midden om te achterhalen waar het verhaal over gaat.

*"Daar werd wel de nadruk op gelegd, omdat het steeds iets anders was zegmaar. Dus in de situatie werd vond ik vooral de nadruk gelegd op hetgene wat geproefd wordt dus doorgeslikt wordt." (R1V19)*

*"Omdat dat in het centrum werd gezet en jij wil ook weten als kijker van waar gaat het over? Wat is er nou zo bijzonder dat die twee jongens het niet doen en hij wel? Dus dan wil je toch weten wat het is." (R14M24)*

#### *Kleur*

Drie respondenten gaven specifiek aan dat de objecten die Tom inneemt, opvielen door het kleurgebruik. Met behulp van felle en contrasterende kleuren werd hier de aandacht van deze

respondenten naartoe getrokken, zoals ook in de literatuur is aangegeven als technieken voor het toepassen van 'saliency' door Harrison (2003). Het kleurgebruik was een teken voor deze drie respondenten om oplettend te zijn op hetgeen dat Tom innam. Aanvullend geeft één respondent hier de betekenis van een waarschuwing aan.

*"Hetgeen wat ze wilden proberen was wel afwijkend of opvallend. Die besjes waren felrood terwijl de rest helemaal groen was. Vervolgens die reageerbuis, alles was niet heel fel en die stof in dat reageerbuisje was wel heel fel. De oliebol was dan ook weer compleet tussen alleen maar witte dingen zodat het heel opvallend was. En die pilletjes waren blauw en geel volgens mij, zodat die juist ook weer opvielen." (R15M20)*

*"De bessen waren heel rood! Alsof ze giftig leken. De reageerbuis was weer heel geel. En de pil was weer heel blauw. De gehaktbal die had wel hele groene schimmel. Dus het waren wel allemaal een soort van felle kleuren die ze gebruikten. Wel een soort van waarschuwingskleuren." (R5V23)*

In de laatste scène viel het vijf respondenten op dat de pillen verschillende kleuren hadden, twee dezelfde en een derde pil die een andere kleur had. Hier hebben zij echter niet de concrete betekenis aan gegeven dat de pil met de andere kleur een onbekende pil was voor de jongens. De respondenten noemden alleen dat de verschillende kleuren erop konden duiden dat er verschillende soorten XTC pillen bestaan.

#### *Afmeting*

De helft van de respondenten hebben aangegeven dat er werd ingezoomd op de objecten die Tom inneemt, hier werd de nadruk op gelegd omdat dit daardoor groot in beeld kwam. Ook dit is een manier om elementen in het beeld te laten opvallen naast het gebruik van kleur (Harrison, 2003). Vier respondenten geven ook aan dat op het moment dat Tom de daadwerkelijke handeling maakt om een object in zijn mond te doen er wordt ingezoomd op Tom. De handeling van het innemen komt dan dus groot en nadrukkelijk in beeld. De respondenten geven hierbij niet specifiek aan dat zij zich hierdoor ook meer betrokken voelen bij het personage Tom, zoals de interpersoonlijke metafunctie van Harrison (2003) stelt.

*"Telkens zoomden ze wel in op hetgeen dat werd gegeten door Tom, of dat zou worden gegeten door Tom. Daar zoomden ze wel op in en ze zoomden ook wel in op dat hij het dan in zijn mond stak." (R7M25)*

*"Dat het echt zo van vooraf heel erg ingezoomd is op die verkeerde dingen. Dus ook met die pilletjes is het heel erg ingezoomd op die handpalm etcetra." (R4V23)*

#### *Lichtgebruik*

Vijf van de zestien respondenten viel het op dat het licht gedurende het spotje steeds donkerder werd. De sfeer in het spotje was eerst opgewekt en kleurrijk en dit werd steeds donkerder en serieuzer. Volgens deze respondenten had het steeds donkerder wordende licht invloed op de toon van het spotje.

*"Het werd wel steeds donkerder volgens mij. Het begon heel vrolijk en blij op het speelplein en de kleuren werden steeds grimmiger naarmate hij ouder werd. Dus wat serieuzer in kleurtoon." (R11M25)*

*"In het begin als ze die besjes hebben is alles heel vrolijk en kinderlijk. Maar die laatste scène als ze in de wc zitten is alles heel donker. Dus het gaat qua saturatie wel naar beneden. Dat helpt wel een beetje bij wat ze willen vertellen denk ik." (R6M22)*

### *Kijklijnen*

Twee respondenten hebben in het spotje kijklijnen opgemerkt tussen de verschillende personages en hebben aan de hand daarvan een verhaal gevormd bij het beeld. Zij herkennen dus de representationele metafunctie van Harrison (2003), waarbij kijklijnen van personages werken als vectoren en zo zorgen voor interactie in het beeld en het vertellen van het verhaal.

*"Doordat beide vrienden elke keer keken naar het voorwerp met een beetje van 'huh' en daarna werd het steeds geproefd dus door die Tom." (R1V19)*

*"Maar ze filmen eerst die twee jongetjes en dan 'Toom' en dan kijken ze naar Tom." (R9M24)*

### 6.4 Vorming van attitude

In deze paragraaf wordt de laatste onderzoeksvraag beantwoord: Welke rol speelt het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE, in de beleving van jongeren van 16 t/m 25 jaar, bij hun perceptie en attitudevorming ten aanzien van het belang om zich te informeren over XTC gebruik?

Aan de respondenten is gevraagd of zij het belangrijk vinden dat jongeren zich informeren over XTC voordat zij dit gaan gebruiken. Hierbij geven alle respondenten aan dit belangrijk te vinden. De attitude van de respondenten ten opzichte van het belang om zich te informeren over XTC is dus positief, hier zit namelijk een evaluatief element in (Hoeken, 1998). Hiervoor geven de respondenten als voornaamste reden dat als je toch XTC gebruikt, je het verantwoord en zo veilig mogelijk moet gebruiken en het belangrijk is dat je weet wat je doet.

*"Ja tuurlijk je moet toch weten wat je slikt. Natuurlijk is dat belangrijk. Dat je van te voren weet wat je doet. Dat vind ik heel belangrijk." (R14M24)*

*"Ja ik vind van wel. Je kunt niet ontkennen dat jongeren het doen, dat kun je denk ik ook niet helemaal tegenhouden. Dus ze kunnen maar beter van te voren, dat je inderdaad met dit soort spots, dat je het niet perse verbiedt maar dat je meer zegt van als je het dan doet doe het dan veilig door jezelf te informeren." (R1V19)*

Zes respondenten geven hierbij ook aan het belangrijk te vinden dat jongeren zich informeren over XTC omdat er veel risico's zitten aan het gebruik ervan. Deze risico's zouden kunnen worden verkleind door je goed te informeren.

*"Ik denk dat dat wel belangrijk is want er blijven altijd gevallen waarbij je hoort dat mensen overlijden, gewoon omdat ze het verkeerde spul nemen. Terwijl het wel gewoon goed kan gaan als je weet wat je doet eigenlijk. Dus ja ik vind dat wel belangrijk." (R1V19)*

Daarnaast benoemen twee respondenten de trend van normalisering van XTC gebruik, wat steeds normaler gevonden wordt door jongeren tijdens het uitgaan.

*"Ik denk wel dat het handig is dat je weet wat je neemt. Zeker nu XTC steeds meer normaal geacht wordt. Eigenlijk op alle dansfeestjes, dat bijna iedereen wel aan de XTC zit. Dat het dan wel handig is dat ze ook weten wat ze daadwerkelijk gebruiken en ook hoe sterk hun pil eventueel is. Zeker als zulke muziek als 'drank & drugs' steeds populairder wordt op jongere leeftijd. Op die leeftijd breng je het nog niet direct in verband met drugs maar dat kan later wel. Dat je dat dan nog sneller gaat accepteren dat het normaal is." (R15M20)*

*"Het is wel weer even zo van ohja het is niet normaal om drugs te nemen zegmaar. Dat kan op gegeven heel erg genormaliseerd worden maar het is natuurlijk niet normaal om het te nemen." (R4V23)*

Alle respondenten vonden het dus belangrijk dat jongeren zich informeren over XTC voordat ze dit gaan gebruiken. Ook is de respondenten gevraagd in hoeverre zij denken dat het spotje 'Slik jij zomaar alles?' bij heeft gedraag aan dat zij dit belangrijk vinden. Hier zijn de meningen over verdeeld. Vijf respondenten geven aan dat het spotje niet heeft bijgedragen aan dat zij het belangrijk vinden dat jongeren zich vooraf informeren over XTC. Zij noemen hierbij als reden dat zij dit al belangrijk vonden voordat ze het spotje zagen. Ook noemen twee respondenten dat zij vinden dat het spotje hier niet aan heeft bijgedragen omdat de gevaren en mogelijke ernstige gevolgen van het gebruik van XTC niet in beeld komen, waardoor de ernst van de boodschap niet goed overkomt. Vier respondenten geven aan dat het spotje wel heeft bijgedragen aan dat ze het belangrijk vinden dat jongeren zich informeren over XTC. Zij werden erdoor aan het denken gezet over het onderwerp, terwijl ze er daarvoor niet zo mee bezig waren geweest en kwam er zo achter dat zij het belang van informeren groot vinden. Tot slot geven zeven respondenten aan dat ze het door het spotje niet belangrijker vinden dat jongeren zich informeren over XTC (want dat vonden ze al voordat ze het spotje zagen) maar dat ze het spotje wel een goede manier vinden om jongeren ervan bewust te maken dat het belangrijk is om je te informeren over XTC en het gebruik ervan.

*"Het is wel denk ik een manier van bewust worden. Maar ik denk wel dat de boodschap van de ernst niet goed zichtbaar is, het wordt heel luchtig gebracht uiteindelijk." (R11M25)*

*"Ik vind het wel goed dat dit filmpje er is, dat wel. Maar het is niet alsof ik nu hierdoor denk oh ja je moet echt beter op drugs letten. Dat had ik sowieso al." (R3V22)*



## **Hoofdstuk 7: Conclusie**

In dit hoofdstuk worden de conclusies besproken die getrokken kunnen worden naar aanleiding van de semiotische analyse en de data uit de interviews. Hiermee worden de onderzoeksvragen van dit onderzoek beantwoord. Wederom komen narratief, 'parallelism', 'saliency' en vorming van de attitude aan de orde.

### 7.1 Narratief: story & plot

*Welk narratief (bestaande uit 'story' en 'plot') wordt verteld in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor gebruikt?*

Uit de semiotische analyse blijkt dat het spotje 'Slik jij zomaar alles?' bestaat uit een serie van gebeurtenissen die met elkaar verbonden zijn door een tijdvolgordelijke relatie, namelijk drie opgroeiende jongens waarvan steeds dezelfde iets uitprobeert door het in zijn mond te stoppen. In de analyse is naar voren gekomen dat er specifieke tekenen zijn gebruikt om de verschillende levensfasen weer te geven. Het verhaal in het spotje kan geduid worden als een narratief. Aan de hand van de definitie van Bordwell & Thompson (2008) bestaat dit uit een 'story' (naast de zichtbare gebeurtenissen beslaat dit ook de veronderstelde gebeurtenissen door de kijker) en een 'plot' (zowel de zichtbare gebeurtenissen als de elementen die alleen voor de kijker zichtbaar zijn). Laatstgenoemde bestaat in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' alleen uit het logo van SIRE en de website xtcfacts.nl. Wat betreft de 'story' van het spotje is in de semiotische analyse gesteld dat de jongens bevriend zijn en dat de stem die de jongens aan het einde van het spotje toespreekt, getypeerd kan worden als een overheidsstem. Bordwell & Thompson (2008) benoemen dat karakters belangrijk zijn voor de ontwikkelingen in het narratief. In de semiotische analyse is aan het personage Tom de eigenschap 'roekeloos' toegeschreven, dat speelt een rol in het narratief omdat hij degene is die alles uitprobeert.

*Welk narratief (bestaande uit 'story' en 'plot') onderscheidt de doelgroep, jongeren van 16 t/m 25 jaar, in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor volgens hen gebruikt?*

Uit de resultaten van de interviews blijkt dat de rode lijn van het narratief is herkend door de respondenten. De specifieke settings die zijn uitgebeeld met bepaalde tekens, zoals beschreven in de semiotische analyse, hebben de respondenten echter niet allemaal als zodanig herkend. Als onderdeel van de 'story' in het spotje is net als in de semiotische analyse door de respondenten wel gesteld dat de jongens vrienden van elkaar zijn en samen opgroeien. Wat betreft de afkomst van de stem aan het einde van het spotje lopen de interpretaties van de respondenten uiteen. Net als in de semiotische analyse wordt deze door een deel van de respondenten benoemd als overheidsstem. De respondenten noemen hiernaast ook andere interpretaties als een vierde vriend of goddelijke stem. Daarbij noemt een kwart van de respondenten specifiek dat de jongens betrappt worden door de afzender van de stem. Het 'plot' van het spotje (SIRE logo en website xtcfacts.nl) is slechts door een kwart van de respondenten opgevallen. Desondanks hebben wel alle respondenten de boodschap van het spotje begrepen waarbij het gaat om het belang om zich te informeren over XTC. Tot slot is bijna de helft van de respondenten het eens met de interpretatie die gedaan is in de semiotische analyse dat het personage Tom getypeert kan worden als 'roekeloos'. De andere helft van de respondenten ziet hem echter meer als het proefkonijn van de andere jongens.

## 7.2 Parallelism

*Welke rol speelt 'parallelism' (personages, handelingen, settings) in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor gebruikt?*

Zowel in de semiotische analyse als in het empirisch onderzoek is 'parallelism' opgemerkt in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' omdat er sprake is van herhaling met variatie (Bordwell & Thompson, 2008). Hetzelfde personage Tom deed in elke situatie, waarin de jongens steeds ouder worden, steeds iets anders in zijn mond om dit uit te proberen. De tekens die hiervoor zijn opmerkt verschillen echter wel. In de semiotische analyse is het herkennen van de ouder wordende personages toegeschreven aan hetzelfde kleurgebruik in de kleding.

*In hoeverre herkent de doelgroep, jongeren van 16 t/m 25 jaar, 'parallelism' (personages, handelingen, settings) in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor volgens hen gebruikt?*

Bij de respondenten is hetzelfde kleurgebruik bij de personages niet opgevallen. Zij zagen wel dat de drie personages steeds ouder worden, maar herkenden de jongens omdat elke keer dezelfde opstelling werd aangehouden in de verschillende situaties. Ook was voor hen het roepen van de naam 'Tom' een teken dat de jongens steeds dezelfde bleven. Door het herhalen van de handeling van Tom om in de eerste twee situatie iets in zijn mond te doen, werd door de helft van de respondenten verondersteld dat hij dit ook in de andere situaties heeft gedaan ondanks dat dit niet in beeld verschijnt. Bovendien werd door een aantal respondenten aangegeven dat hetgeen dat Tom in zijn mond stopt ook per situatie verschilt, omdat het steeds gevaarlijker wordt. Dit is niet in de semiotische analyse naar voren gekomen.

## 7.3 Saliency

*Welke rol speelt 'saliency' in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor gebruikt?*

In de semiotische analyse is gesteld dat in het spotje gebruik is gemaakt van het aspect 'saliency' uit de compositionele metafunctie zoals beschreven door Harrison (2003) om de aandacht van de kijker te trekken naar de elementen die Tom in zijn mond stopt. Dit is gedaan door afmeting, kleur, kleurcontrast, focus, voorgrond/achtergrond en de compositie in het beeld. In de analyse kwam heel duidelijk het belang van het kleurverschil tussen de XTC pillen naar voren, waarmee is aangegeven dat er eentje onbekend is voor de jongens. Dit draagt bij aan de boodschap van het spotje waarbij het gaat om het belang van informeren en dus juist wel weten wat je inneemt als je dit doet. De interpersoonlijke metafunctie van Harrison (2003) stelt dat de afstand tussen de kijker en het personage verkleind wordt als de camera inzoomt op het personage tot alleen het hoofd en de schouders in beeld zijn. Hierdoor wordt de kijker meer betrokken bij het beeld. In het spotje 'Slik jij zomaar alles?' is dit het geval bij het personage Tom op het moment dat hij de handeling uitvoert om iets in te nemen. Tot slot is in de semiotische analyse naar voren gekomen dat in het spotje sprake is van kijklijnen tussen de personages die werken als vectoren (Harrison, 2003) en zo een verhaal vertellen bij het beeld.

*In hoeverre wordt de aandacht van de doelgroep, jongeren van 16 t/m 25 jaar, getrokken door 'saliency' in het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE en welke tekstuele en visuele tekens worden daarvoor volgens hen gebruikt?*

Door de respondenten in het empirisch onderzoek werden vooral afmeting en kleur(contrast) genoemd als manieren om elementen in beeld te laten opvallen en de aandacht van de kijker te trekken naar de objecten die Tom in zijn mond deed. Een kwart van de respondenten gaf daarnaast aan dat er werd ingezoomd op Tom tijdens de handeling van het innemen. Zij gaven echter niet aan dat dit leidde tot meer betrokkenheid bij het beeld zoals gesteld door de interpersoonlijke metafunctie van Harrison (2003). Wat betreft kleurgebruik noemden de respondenten dat deze fel waren waardoor de op te eten objecten opvielen. Bij de XTC pillen in de laatste scène is het een derde van de respondenten opgevallen dat de pillen verschillende kleuren hebben, hier hebben zij echter geen specifieke betekenis aan gegeven in relatie tot het verhaal. Uit de semiotische analyse bleek juist dat dit een belangrijk verschil aanduidt in relatie tot de boodschap van het spotje (bekende en onbekende XTC pillen). Dit is de respondenten dus niet opgevallen, maar ook zonder deze informatie begrepen zij allemaal de boodschap van het spotje. Slechts enkele respondenten benoemden de compositie van het beeld door te stellen dat de op te eten objecten zich in het midden van het beeld bevonden. Dit speelde in de semiotische analyse juist een grote rol. Een ander belangrijk verschil met de semiotische analyse is dat een derde van de respondenten heeft aangegeven dat het licht in het spotje steeds donkerder werd wat de sfeer van het spotje bepaalde en volgens hen aangaf dat de toon steeds serieuzer werd. Dit is in de semiotische analyse niet naar voren gekomen. De door Harrison (2003) genoemde vectoren (kijklijnen), zijn slechts bij enkele respondenten opgevallen.

#### 7.4 Vorming van attitude

*Welke rol speelt het spotje 'Slik jij zomaar alles?' van SIRE, in de beleving van jongeren van 16 t/m 25 jaar, bij hun perceptie en attitudevorming ten aanzien van het belang om zich te informeren over XTC gebruik?*

Alle respondenten hebben aangegeven het belangrijk te vinden dat jongeren zich informeren over XTC voordat zij dit gebruiken. Een kwart van de respondenten noemde dat het spotje 'Slik jij zomaar alles?' hieraan heeft bijgedragen. Bijna de helft van de respondenten vond dat het spotje niet heeft bijgedragen aan dat ze het belangrijk vinden dat jongeren zich informeren (omdat ze dat voor het spotje al vonden), maar ze denken dat het spotje wel bijdraagt aan de bewustwording van XTC gebruik onder jongeren. Een enkele respondent heeft hierbij aanvullend aangegeven een trend van normalisering te herkennen rondom het gebruik van XTC door jongeren zoals ook geconstateerd is in hoofdstuk 3 over de ontwikkelingen rondom XTC en XTC gebruik (Strategische Verkenning Uitgaansdrugs, Trimbos Instituut, 2015).

## **Hoofdstuk 8: Discussie**

Wegens praktische en tijdtechnische redenen is dit onderzoek uitgevoerd met een aantal beperkingen. Ten eerste is dit de onderzoeksgroep. Deze is tot stand gekomen uit het netwerk van de onderzoeker wegens het korte tijdsbestek van dit onderzoek. Hierdoor is de onderzoeksgroep niet door middel van een toevallige steekproef tot stand gekomen waardoor de resultaten niet generaliseerbaar zijn. Daarnaast is de onderzoeksgroep hierdoor niet gelijkmatig verdeeld. De man/vrouw verhouding is wel ongeveer gelijk, maar de leeftijd van de respondenten was niet gelijkmatig gespreid omdat tieners zeer in minderheid waren in het onderzoek. Een vervolgonderzoek zou zich specifiek kunnen richten op dit segment van de doelgroep, omdat volgens de Kerncijfers drugsgebruik (2014, Trimbos Instituut) 3,8% van de jongeren tussen de 15 en 19 jaar ooit XTC heeft gebruikt. Voor vervolgonderzoek is het ook interessant om een onderzoeksgroep op een andere locatie te bevragen over hun betekenisgeving van het spotje 'Slik jij zomaar alles?'. Dit onderzoek heeft zich gericht op respondenten uit de Randstad. In hoofdstuk 3, waarin de ontwikkelingen rondom XTC gebruik zijn geschetst, is namelijk naar voren gekomen dat het gebruik van XTC hoger ligt in stedelijke gebieden (Kerncijfers drugsgebruik 2014, Trimbos Instituut). Het is interessant om de resultaten van dit onderzoek te vergelijken met een vergelijkbare onderzoeksgroep uit een minder stedelijk gebied.

Ten tweede is de locatie van de interviews niet bij elk interview hetzelfde geweest, dit kan de resultaten hebben beïnvloed. Een groot deel van de interviews heeft bij de desbetreffende respondenten thuis plaatsgevonden, de rest in verschillende openbare koffiebarren. Doordat een deel van de interviews bij de respondenten thuis is afgenomen, zou het kunnen zijn dat zij zich meer op hun gemak hebben gevoeld om te praten tijdens het interview. De keerzijde hiervan is dat voor elke respondent de omgeving tijdens het interview anders is geweest. Om uit te sluiten dat deze factor de resultaten beïnvloed, zouden in eventueel vervolgonderzoek de interviews in dezelfde ruimte moeten worden afgenomen zodat de omstandigheden elke keer hetzelfde zijn.

Ten derde is in dit onderzoek gekeken naar de attitude ten opzichte van het belang om zich te informeren over XTC. In hoeverre dit zal leiden tot het daadwerkelijke gedrag om dit te doen wanneer XTC zal worden gebruikt, is naar aanleiding van de resultaten van dit onderzoek niet te zeggen. Ondanks deze beperkingen geeft het onderzoek een globaal beeld van de betekenisgeving van het spotje 'Slik jij zomaar alles?' door de beoogde doelgroep, jongeren van 16 tot en met 25 jaar.

## Bronnen

- ANP. (2016, 3 mei). *D66 wil meer testlocaties XTC*.  
<http://www.parool.nl/amsterdam/d66-wil-meer-testlocaties-xtc~a4293984/>
- Boeije, H. (2005). *Analyseren in kwalitatief onderzoek: denken en doen*. Amsterdam: Boom Onderwijs.
- Buselle, R. & Bilandzic, H. (2009). Measuring Narrative Engagement, *Media Psychology*, 12 (4), 321-347.
- Bremmer, D. (2014, 20 oktober). *Kamer wil terugkeer drugsteksts op dancefeesten*.  
<http://www.ad.nl/ad/nl/5602/Muziek/article/detail/3772698/2014/10/20/Kamer-wil-terugkeer-drugstests-op-dancefeesten.dhtml>
- Chandler, D. (2007). *Semiotics: the basics*. New York: Routledge.
- Dewez, B. (2001). *Overheidscommunicatie: de nieuwe wereld achter Postbus 51*. Boom Koninklijke Uitgevers.
- Dool, P. van den. (2015, 17 juli). *Kwart miljoen Nederlanders gebruikt XTC*.  
<http://www.nrc.nl/nieuws/2015/07/17/kwart-miljoen-nederlands-gebruikt-xtc>
- Echt Amsterdams Nieuws. (2015, 9 oktober). *VVD wil XTC beleid na ADE evalueren*.  
[http://www.at5.nl/artikelen/148296/vvd\\_wil\\_xtc-beleid\\_na\\_ade\\_evalueren](http://www.at5.nl/artikelen/148296/vvd_wil_xtc-beleid_na_ade_evalueren)
- Goossens, F. X., Frijns, T., Hasselt, N. E. van, & Laar, M. W. van (2013). *Het grote uitgaansonderzoek 2013. Uitgaanspatronen, middelengebruik en risicogedrag onder uitgaande jongeren en jongvolwassenen*. Utrecht: Trimbos-instituut.
- Goossens, F.X., & van Hasselt, N.E. (2015). *Strategische Verkenning Uitgaansdrugs 2015. Denkrichtingen voor de preventie van (gezondheidsschade door) het gebruik van uitgaansdrugs onder jongeren en jongvolwassenen*. Utrecht: Trimbos-instituut.
- Harrison, C. (2003). Visual social semiotics: understanding how still images make meaning. *Technical Communication*, 50 (1), 46-60.
- Hoeken, H. (1998). *Het ontwerp van overtuigende teksten*. Bussum: Coutinho.
- Klompenhouwer, L. (2015, 23 februari). *Partydrugs steeds gewoner en steeds zwaarder, Van Rijn bezorgt over 'normalisering'*.  
<http://www.nrc.nl/nieuws/2015/02/23/partydrugs-steeds-gewoner-en-steeds-zwaarder-van-rijn-bezorgd-over-normalisering>

- Kress, G. R. & van Leeuwen, T. (1996). *Reading images, the grammar of visual design*. Redwood Books: Trowbridge, Wilts.
- Laar, M.W. van, & Ooyen-Houben, M.M.J. van (2015). Nationale drug monitor: jaarbericht 2015. Utrecht: Trimbos-instituut.
- Marzec, M. (2007). Telling the corporate story: vision into action. *Journal of Business Strategy*, 28(1), 26-36.
- Morgan, S. & Dennehy, R.F. (1995). Organizational Storytelling: Telling Tales in the Business Classroom. *Developments in Business Simulation & Experiential Learning*, 22, 160-165.
- NU.nl. (2014, 20 oktober). *Derde bezoeker Amsterdam Dance Event overleden*. <http://www.nu.nl/binnenland/3908025/derde-bezoeker-amsterdam-dance-event-overleden.html>
- O’Leary, Z. (2014). *The Essential Guide to Doing Your Research Project*. London: Sage.
- Pol, P. van der, & Laar, M van. (2015). *Kerncijfers drugsgebruik 2014*. Utrecht: Trimbos-instituut.
- Poulton, M. S. (2005). Organizational storytelling, ethics and morality: How stories frame limits of behavior in organizations. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 10(2), 4–9.
- Shirazi, S., Hashtroud, A., Iran, I., Shekari, H., Taft, Y., & Veyseh, S. M. (2011). Organizational Storytelling: Concepts, Characteristics and Advantages. *International Journal of Research in Computer Application and Management*, 1(6), 1-4.
- SIRE. (z.d.). *Over SIRE*  
<http://sire.nl/over-sire>
- SIRE. (z.d.). *Missie*  
<http://sire.nl/over-sire/missie>
- SIRE. (z.d.). *XTC*  
<http://sire.nl/campagnes/xtc>
- ’T Hart, H., Boeije, H. & Hox, J. (Eds.). (2005). *Onderzoeksmethoden*. Amsterdam: Boom  
Onderwijs Bordwell & Thompson (2008)

## Bijlagen

### 1. Overzicht respondenten

Respondent-nummer	Leeftijd	Geslacht	Locatie	Spotje bekend
R1	19	V	Koffiebar	Ja
R2	16	V	Thuis	Nee
R3	22	V	Thuis	Nee
R4	23	V	Thuis	Ja
R5	23	V	Thuis	Nee
R6	22	M	Thuis	Nee
R7	25	M	Thuis	Nee
R8	25	M	Thuis	Nee
R9	24	M	Thuis	Nee
R10	20	V	Koffiebar	Nee
R11	25	M	Koffiebar	Nee
R12	24	V	Koffiebar	Nee
R13	18	V	Koffiebar	Nee
R14	24	M	Thuis	Nee
R15	20	M	Thuis	Ja
R16	23	V	Koffiebar	Nee

## 2. Topiclijst interviews

### 1. Inleiding onderzoek

- Onderwerp
- Verloop interview
- Anonimiteit

### 2. Noteren: geslacht, leeftijd, interviewnummer

### 3. Bekijken van het spotje 2 keer op de laptop

### 4. Toestemming opnemen & voicerecorder aanzetten

### 5. Topiclijst

## Narratief/boodschap

- Kende je het spotje al?
- Kan je het verhaal beschrijven dat je ziet in het spotje?
  - Waaruit maak je dat op?
- Welke boodschap herken je in het spotje?
  - Waaruit maak je dat op?

## Parallelism

- Wat valt je op aan de personages in het spotje?
  - Waaraan zie je dat? (uiterlijke kenmerken)
- Wat valt je op tussen de verschillende scènes/situaties/gebeurtenissen in het spotje?
  - Waaruit maak je dat op? (typerende situaties in verschillende levensfasen, herhaling)

## Visuele aspecten

- Welke elementen zijn je opgevallen in het beeld van het spotje gedurende de verschillende scènes?
  - Waarom valt dit je op? (afmeting, kleur, focus etc.)
- Wat valt je op aan de manier van filmen in het spotje? (van boven, zoeven van camera)
- Wat valt je op aan het einde van het spotje?
  - Waarom?
- Welk idee krijg je bij de stem aan het einde van het spotje?
  - Wie zou het kunnen zijn?
  - Waarom denk je dat?

## Attitude belang van informeren over XTC gebruik

- Vind je het belangrijk dat jongeren zich informeren over XTC gebruik?
  - Waarom?
  - Zou je dit zelf doen?
- In hoeverre heeft het spotje van SIRE hieraan bijgedragen?
  - Waarom?



### 3. Codeboom

