

Design critique of the video's

Jelle Mul

11402148

Goede video: De grote impact van vlees

Video URL: <https://www.youtube.com/watch?v=33EDkRgKyFw&feature=youtu.be>

Introductie van video en onderwerp

Bovenstaande video gaat over de impact van het consumeren van vlees op de CO2 uitstoot, het voedseltekort en het watertekort. De video begint met een introductie waarin wordt verteld dat steeds meer mensen ervoor kiezen om geen vlees meer te eten. De reden hiervoor is regelmatig dat ze dit zielig vinden voor de dieren. Echter zijn 3 bovenstaande redenen andere motieven om minder vlees te eten. Vervolgens worden in de video verschillende vergelijkingen gemaakt, met telkens als basis wat de invloed zou zijn wanneer er 1 dag in de week geen vlees wordt gegeten. In de visualisaties waarin deze vergelijkingen worden gemaakt, wordt veelal gebruikt van afbeeldingen om de feiten weer te geven. De video wordt afgesloten met de boodschap dat het dus niet noodzakelijk is om volledig te stoppen met vlees eten, maar dat 1 dag per week ook al van grote invloed is.

Het publiek van de video is de consument, de video vormt een beschouwing waarom het nuttig is om minder vlees te eten. En probeert de kijker te overtuigen dat het mogelijk is om zelf het verschil te maken

Storytelling

De video heeft een duidelijke opbouw van inleiding, middenstuk en slot. In de inleiding wordt verteld wat het onderwerp wordt van de video. Door de video van de koe, wordt dit ook op een ontspannen manier gebracht. Vervolgens wordt door het vertellen over de CO2-uitstoot het middenstuk geopend, waarin meteen het belang van minder vlees eten wordt benadrukt. In slot wordt de kijker aangesproken om zelf mee te helpen aan het verminderen van de vleesconsumptie. Belangrijk in de video, zijn de tussenkopjes die worden weergegeven, dit geeft structuur aan de video en houdt het duidelijk voor de kijker. Wel staat het design van deze tussenkopjes in groot contrast met de rest van de video.

Design

Het gebruik van de techniek om al filmend de visualisatie te tekenen houdt de kijker alert op de video. Daarnaast is er keuze gemaakt om gebruik te maken van afbeeldingen in plaats van grafieken om de data weer te geven. Ook dit is een manier om de kijker betrokken te houden bij de video. Risico hiervan is wel dat er ook de mogelijkheid is dat de kijker te veel naar de video kijkt in plaats van ook naar de informatie te luisteren. Hier is echter naar mijn mening een goede balans in gevonden, voornamelijk door de constante manier van weergeven van de data waardoor het minder afleidt.

Het kleurgebruik in video is voornamelijk om zaken nog extra te benadrukken, dit uit zich in bv. een rood kruis of de dieren die nog net even een kleurtje krijgen

Mogelijke verbeteringen

Op het gebied van design is voornamelijk de keuze voor de tussenkopjes opvallend, deze hadden beter in dezelfde stijl als de video kunnen zijn.

Wat betreft de storytelling is het opvallend dat er vaak wordt gekozen om eerst figuren te tekenen, en pas achteraf even kort de schaal te laten zien. Dit is goed te zien op tijdstip 0:37, waar pas achteraf wordt geschreven wat het equivalent is van 1 auto, een tweede voorbeeld is bij het cirkeldiagram, waar eerst het diagram wordt getekend en pas vervolgens de legenda.

Mindere video: Voor ieder wat pils

Video URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6VMac2VJ2NQ&app=desktop>

Introductie van video en onderwerp

De video gaat over de afname van de bierconsumptie van Nederland in de laatste jaren. Het doel van de video is de kijker te informeren over deze trend en proberen deze vervolgens te verklaren aan de hand van data. De video begint met een korte inleiding over bier, waarin het belang van bier in de maatschappij wordt vermeld. Vervolgens wordt de trend van de verminderde consumptie geïntroduceerd. Vervolgens wordt op zoek gegaan naar verklaringen, hierbij wordt gekeken naar consumptie van speciaal bier en de verandering van de alcoholleeftijd van 16 naar 18. De conclusie van de video is dat de trend toch wel gedeeltelijk te verklaren valt, en dat de makers van de video er niet minder door gaan drinken.

Het publiek van de video is niet volledig duidelijk. Het onderwerp bier en de gecreëerde sfeer lijkt te duiden op jongeren. Echter of deze geïnteresseerd zijn in de afname van de bierconsument valt te bezien.

Storytelling

Ondanks de duidelijke structuur van video is deze niet erg overtuigend. Over zowel de inleiding als het slot valt kritiek te leveren. De uitspraak aan het begin van de video *“In Holland zijn we het er over eens, bier is lekker, bier is gezond”* is een subjectieve opvatting die niet past bij een informatieve video. Het slot is niet erg sterk, er wordt enkel herhaalt dat de afname te verklaren valt, en dat de makers geen bier minder zullen drinken. Er is niet sprake van een boodschap die wordt meegegeven aan de kijker, waardoor de video langer bij blijft.

In de video wordt een losse sfeer gecreëerd, dit uit zich in de vele synoniemen die worden gebruikt voor het woord bier. Het is echter de vraag of dit bijdraagt aan een informatieve video, die vaak juist strak moeten zijn om objectief over te komen. Tegelijkertijd kan het voor de kijkers verwarrend werken of er telkens over hetzelfde product wordt gepraat.

De bronvermelding op het eind van de video is compleet, echter is de weergave niet correct. De losse linkjes zonder bijschrijft voldoen niet aan de eisen waaraan een goede bronvermelding moet voldoen. Daarbij zijn de woorden *“story source”* en *“data source”* in het Engels, waar in de rest van de video het taalgebruik volledig Nederlands is.

Naast de inhoud van het verhaal wordt het op sommige plekken enigszins hakkelig gebracht, waardoor je als kijker de aandacht dreigt te verliezen of de draad kwijtraakt. Dit valt enigszins te verklaren door de korte tijd en de beperkte middelen waarmee de video is gemaakt, echter is het voor de kijker toch storend.

Tot slot is de keuze om op het slot afbeelding van het maken van de video te laten zien opmerkelijk, dit draagt niet bij aan de video aangezien je hier als kijker niet in bent geïnteresseerd als je hem kijkt om meer te weten over de bierconsumptie.

Design

Opvallend zijn de 3 bierglazen die worden gebruikt om de afname weer te geven. Hierbij is de afname van 84 naar 82 naar 80 liter slechts een verschil van 5% echter het bierglas van 2015 is zeker $\frac{1}{4}$ leger dan het glas van 2013. Dit is misleidend voor de kijker die geneigd is om te denken dat dit verschil heel groot is, waar dit in de praktijk slechts 5% is.

Bij de visualisatie waar gebruik wordt gemaakt van de bierkratten is het lastig te lezen. Naast het feit dat er niet gebruik wordt gemaakt van verschillende voor verschillende groepen data is het ook onduidelijk wat de flesjes precies voorstellen, en waarom niet beide kratten worden gevuld.

Positieve punten

Het is een luchtige video die gemakkelijk wegkijkt, met af en toe een humoristisch randje. De visualisatie waarin gebruik wordt gemaakt van de blikjes cola en bier is een duidelijke visualisatie die de data op correcte wijze weergeeft, maar ook goed binnen het thema van de video past.

In de video is veel gebruik gemaakt van bewegend beeld, hierdoor blijf je als kijker gefocust op video, wat ook weer bijdraagt aan het gemak waarmee de video te kijken is.