



Universiteit Utrecht

**De socialisatie van adolescenten: Invloed van YouTube en TikTok communities**

Thesis Pedagogische Wetenschappen 2020-2021

200600042

**Studenten:** Hilde Jansen (0406996) & Berthilde van Kessel (6573940)

**Werkgroep docent:** Zowi Vermeire

**Werkgroepnummer:** 15

**Datum:** 25 juni 2021

## Abstract

Social media is playing a bigger role in the lives of adolescents. However, institutes of education and adults are more focused on why you shouldn't use these media for broaden your knowledge in these institutes. In this article, we will be focusing on the socialization of adolescents in body positivity communities on YouTube and TikTok. The data was retrieved from interviews with adolescents in the age of 16 - 25 years. The results show that for adolescents to experience socialization, it is important to see different bodies and to hear different experiences. The participants in the YouTube community experienced that there is a place for this in their community. However, almost no one in the TikTok community experienced this same feeling in their community. The experienced atmosphere in the communities could be an explanation for the lower levels of socialization in the TikTok community compared to the YouTube community.

*Keywords:* socialization, body positivity, adolescents, communities, YouTube, TikTok

## Inleiding

### Probleemstelling

Sociale media krijgen een steeds grotere rol in het leven van adolescenten (Krutka & Carpenter, 2016). Ze dienen voor communicatie met anderen, maar zijn ook steeds belangrijker in bijvoorbeeld de maatschappelijke en politieke context (Krutka & Carpenter, 2016). Daarnaast worden sociale media door adolescenten gebruikt als aanvulling op het reguliere onderwijs (Ünlüsoy et al., 2013). Hierdoor kunnen jongeren door wereldwijde connecties op andere manieren met elkaar in contact komen, ideeën en ervaringen delen, nieuwe vaardigheden ontwikkelen en geleerde vaardigheden aan elkaar tonen (Ünlüsoy et al., 2013, Ito et al. 2013). Volgens Krutka en Carpenter (2016) ontbreekt echter een integratie van sociale media op scholen en focust men eerder op waarom je het *niet* zou moeten gebruiken dan op de voordelen van leren via sociale media. Daarnaast wordt het gebruik van sociale media in scholen minder geaccepteerd, omdat deze platforms niet specifiek gemaakt zijn voor het onderwijs en dus geen formele instructies, opdrachten en duidelijke metingen bevatten (Ünlüsoy et al., 2013). Jongeren realiseren zich echter steeds beter dat deze manier van leren toegang geeft tot een zelf samengestelde manier van levenslang leren (Ünlüsoy et al., 2013). Er lijkt dus een verschil te zijn in de kijk op sociale media tussen volwassenen en jongeren.

Zoals eerder benoemd zijn sociale media voor adolescenten tegenwoordig een belangrijke aanvulling op het reguliere onderwijs. Digitaal leren via deze media vindt vaak plaats in de informele context en het sociale aspect heeft een belangrijke rol bij deze vorm van leren (Greenhow, 2011). Om adequaat te kunnen leren in een digitale omgeving is goede socialisatie van belang (Milenkova et al., 2018). In dit onderzoek zal er gefocust worden op de socialisatie rond body positivity. Volgens Stevens & Griffiths (2020) zijn culturele en vaak onrealistische schoonheid standaarden een grote reden waarom mensen een zwakker lichaamsbeeld ontwikkelen. In de afgelopen jaren is er op sociale mediakanalen meer aandacht gekomen voor wat de persoonlijke relatie met iemands lichaamsbeeld, en specifiek iemands lichaams grootte en vorm, beïnvloed (Stevens & Griffiths, 2020). Deze beweging op sociale media kenmerkt zich door de term 'body positivity' (Stevens & Griffiths, 2020). Onderzoek naar body positivity op sociale media is zeer schaars en daarnaast is er geen zichtbare focus op socialisatie, maar eerder op objectificatie (Cohen et al., 2020). Voortvloeiend uit de bovenstaande bevindingen is in het onderzoek onderzocht hoe adolescenten socialiseren in body positivity communities op Youtube en TikTok.

### Bestaande literatuur

**Belangrijke concepten.** In dit onderzoek wordt gekeken naar de socialisatie van adolescenten. Socialisatie is een proces wat vooral in de kinder- en adolescentietijd plaatsvindt, maar ook daarna doorgaat (Genner & Süss, 2017). In het proces worden

individuen door vormen van leren en onderwijs deel van bestaande sociaal-culturele, politieke en morele groepen (Biesta, 2010). Volgens Genner & Süss (2017) leren personen over normen, waarden en regels en interacteren ze met de verworven kennis. Verschillende systemen rondom het individu, zoals familie, vrienden, leeftijdsgenoten, school en etniciteit hebben invloed op het socialisatieproces (Prot et al., 2015; Genner & Süss, 2017; Lemish, 2015). Naast deze systemen zijn de media belangrijke socialisatie-agenten en hebben ze ook een grote rol in het socialisatieproces (Genner & Süss, 2017; Lemish, 2015). Door het socialisatieproces is een persoon in staat een eigenwaarde te vormen en is een persoon bewust van de status in publieke contexten (Milenkova et al., 2018). De definitie van 'socialisatie' die we hanteren in dit onderzoek is: socialisatie is een levenslang proces waarin individuen kennis verwerven over normen, waarden en regels van sociaal-culturele en politieke groepen en hier deel van worden, interacteren met de verworven kennis, waarbij de omgeving van de individuen invloed kan hebben.

In literatuur over socialisatie wordt vaak gesproken over communities (Milenkova et al., 2018; Genner & Süss, 2017). Echter is er vaak geen duidelijke definitie van het begrip 'community' (Blayone et al., 2017). Een community is volgens Veletsianos (2016) een gemeenschap waarbij betrokkenheid, toewijding, coherentie en continuïteit een belangrijke rol spelen. Ook is het van belang om een gedeelde interesse te hebben, waarbij de nabijheid van de mensen in de community van minder groot belang is (Walmsley, 2000). Daarnaast worden er in het onderzoek van Barab & Duffy (2000) drie definiërende kenmerken genoemd; leden van een community hebben dezelfde doelen, individuen zijn deel van een groter geheel en de rollen binnen de gemeenschap zijn dynamisch. Iriberry & Leroy (2008) onderzochten specifiek online communities en benadrukken vooral het sociale aspect, het saamhorigheidsgevoel, dat de inhoud bepaald is door de leden en de cyberspace waar alles plaatsvindt. De definitie van 'community' die we hanteren in dit onderzoek is: een community is een (online) gemeenschap waar mensen met dezelfde doelen, gedachten en interesses samen komen en saamhorigheid en betrokkenheid van belang zijn.

**Eerder onderzoek.** De laatste jaren worden het medium YouTube en de sociale netwerken hier omheen veel onderzocht (Wattenhofer et al., 2012; Kellner & Kim, 2010; Balleys et al., 2020). Volgens Wattenhofer et al. (2012) onderscheidt het sociale netwerk van YouTube zich van andere media door het interactiegedrag van de gebruikers. Naar het socialisatieproces werd onderzoek gedaan door Balleys et al. (2020). Zij onderzochten waarom en hoe specifiek het kijken van vlogs een bijdrage levert aan het proces. Ook Wattenhofer et al. (2012) concludeerden uit observaties dat een nieuwe laag in het sociale netwerk het socialisatieproces vergemakkelijkt. Echter benadrukken zij wel dat er meer onderzoek gedaan moet worden naar hoe sociale netwerken de socialisatie bevorderen. Ook worden er onderzoeken gedaan over participatiecultuur op

YouTube (Khan, 2017; Bloom & Johnston, 2010). Waar Khan (2017) zijn onderzoek beperkt tot waarom jongeren participeren op YouTube, kijken Bloom & Johnston (2010) meer naar hoe participatiecultuur op YouTube een toegevoegde waarde heeft in interculturele uitwisselingen en hoe het bij kan dragen aan de socialisatie van leerlingen. Concluderend is er dus wel onderzoek gedaan naar communities op YouTube en socialisatie op het platform, maar dit is niet specifiek gericht op de onderzoeksvraag die in dit artikel zal worden besproken.

Wanneer er gekeken wordt naar bestaande literatuur over TikTok, is er nog zeer weinig bekend over de socialisatie van adolescenten op het platform. TikTok is een wereldwijd snelgroeiend online platform (Iqbal, 2020; Wang, 2020). Literat (2021) heeft onderzoek gedaan naar hoe jongeren ervaringen over het online leren tijdens de coronapandemie hebben gedeeld via TikTok. Hieruit bleek dat jongeren de situatie als overweldigend ervoeren en dat ze steun zochten en vonden bij hun docenten, vrienden en mensen die ze via TikTok leerden kennen (Literat 2021). Verder werden er geen onderzoeken gevonden die zich expliciet richten op de socialisatie van adolescenten in TikTok communities.

### **Theoretische en praktische relevantie**

Er is al veel onderzoek gedaan naar het belang van communities op YouTube, participatiegedrag en er zijn ook al enkele onderzoekers geweest die hebben gekeken naar de bijdrage van YouTube aan socialisatie. Dit laatste is echter nog beperkt gedaan waarbij er vaak alleen naar een algemene socialisatie gekeken wordt. Verder onderzoek naar andere vormen van socialisatie lijkt zinvol. Onderzoek naar TikTok is zeer schaars. Er is slechts één passend artikel gevonden bij de onderzoeksvraag. Het onderzoek wat er is geeft geen specifieke informatie over hoe de socialisatie beïnvloed wordt door het platform. De kloof in de literatuur rond socialisatie via sociale platforms is groot en de manier waarop de socialisatie plaatsvindt is bij beide platforms niet adequaat onderzocht in reeds bestaande literatuur. Het is echter wel van belang om hier onderzoek naar te doen, omdat de rol van sociale media steeds groter wordt. Wanneer er meer bekend is over hoe de platforms effectief kunnen zijn voor de socialisatie van adolescenten, kan dit ook beter toegepast worden in scholen waardoor de voordelen van de platforms beter naar voren komen.

Er is dus relatief weinig onderzoek gedaan naar hoe de socialisatie van adolescenten plaatsvindt op de platforms YouTube en TikTok. Wanneer dit in de literatuur beter wordt gedekt, kan dit ook profijt hebben in de praktijk. Zoals al eerder genoemd kan het gebruik van sociale media beter geïntegreerd worden in scholen wanneer hier meer kennis over is. Uit de literatuur blijkt een kloof tussen adolescenten en volwassenen over de kijk op sociale media. Jongeren zien eerder de voordelen en gebruiken de sociale media niet alleen voor communicatie, maar ook in de

maatschappelijke en politieke context. Volwassenen zien daarentegen vooral de nadelen van de platforms en vinden deze niet effectief in het onderwijs. Wanneer volwassenen meer begrip krijgen over het gebruik van de sociale media door adolescenten en ook beseffen wat de voordelen zijn in het socialisatieproces, kan het gebruik van sociale media beter geïmplementeerd worden.

### **Onderzoeksvragen**

Om de kloof in bestaande literatuur te dichten, staat in ons onderzoek de vraag centraal: 'Hoe socialiseren adolescenten in body positivity communities op YouTube en TikTok?'. Hierbij worden twee deelvragen behandeld. De eerste deelvraag luidt: 'Hoe socialiseren adolescenten in body positivity communities op YouTube?' Hierbij wordt verwacht dat er een bijdrage is van YouTube aan de socialisatie van adolescenten, maar er zijn nog geen verwachtingen van op welke manier dit gebeurt. De tweede deelvraag luidt: 'Hoe socialiseren adolescenten in body positivity communities op TikTok?' Op basis van de bestaande literatuur is er geen verwachting bij deze deelvraag.

### **Methode**

#### **Participanten**

De data van het onderzoek is verkregen middels afgenomen interviews. De steekproef bestond uit vijftien participanten (N=15). Binnen de YouTube community zijn er negen participanten geworven (N=9) en binnen de TikTok community waren dit zes participanten (N=6). Voor het onderzoek is er een bereik van 16-25 jaar gekozen. Dit bereik is gekozen omdat deze periode grotendeels de adolescentie dekt (Sawyer et al., 2018). Daarnaast is dit een periode waarin het zelfbewustzijn bij adolescenten sterk ontwikkelt (Sebastian et al., 2008). Dit is van belang om goed antwoord te kunnen geven op de vragen die gesteld worden in het interview. De participanten binnen de YouTube community hadden een gemiddelde leeftijd van 20.56 jaar (m=20.65) en bij de TikTok community waren de participanten gemiddeld 18.5 jaar (m=18.5). De participanten identificeren zich allemaal met het gender vrouw. Er werd gebruik gemaakt van een selecte gemakssteekproef.

De participanten uit het onderzoek waren actief in een community rondom de YouTuber Vera Camilla of de TikToker Jo-Ann van den Herik. Deze creators zijn gekozen omdat zij twee jonge Nederlandse vrouwen zijn die vaker praten over het onderwerp body positivity. Zij zijn toonaangevende creators in de Nederlandse body positivity community en komen ook vaker naar voren wanneer je zoekt op body positivity op de platforms. Daarnaast hebben beide creators ongeveer evenveel volgers op het platform, wat bevorderend is voor een betere vergelijking. Ook zijn zij actief op de platforms waardoor zij veel volgers hebben. Omdat er met de onderzoeksvraag gekeken wordt naar de community rond deze creators, is het passend om een community te kiezen met veel actieve volgers en leden. Er is ook voor deze communities gekozen omdat de twee

creators beide een Nederlandse nationaliteit hebben en de meeste volgers ook Nederlands zullen zijn. Daardoor is de communicatie met de participanten gemakkelijker. Als criterium moesten de participanten de creator volgen op het specifieke platform. Het doel was om 10 participanten per community te spreken zodat dit voldoende was om saturatie te bereiken. De groepen die onderzocht worden zijn homogeen en een groter aantal participanten zal dan niet voor veel nieuwe informatie zorgen. Uiteindelijk zijn dit minder participanten geworden omdat de werving van participanten moeilijker verliep dan verwacht. De participanten werden, binnen de communities van de creators, geworven via sociale media en kregen een bericht van de onderzoekers met een beknopte uitleg over het onderzoek. Omdat het via YouTube en TikTok ingewikkeld is om anderen een bericht te sturen, werd het platform Instagram gebruikt om de participanten te benaderen.

De informatie werd verworven door het afnemen van ongestructureerde interviews. Aan het eind van het interview werd de leeftijd, gender en het opleidingsniveau van de participant gevraagd. Ook werd gevraagd hoe lang de participant de creator volgt, aangegeven in geschat aantal maanden. Tenslotte werd gevraagd hoe de participant omschreven zou worden als scholier of student door vrienden. Na het onderzoek werden de deelnemers bedankt. Ze kregen geen beloning voor deelname aan het onderzoek. Tot slot werden de participanten gevraagd of ze wilde meewerken aan vervolgonderzoek. De data uit huidig onderzoek zou dan gebruikt kunnen worden voor vervolgonderzoek.

### **Procedure**

Een narratieve benadering werd toegepast in dit kwalitatieve onderzoek. Bij narratief onderzoek ligt de nadruk op het verhaal van de participant zelf (Meesters et al., 2010). Narratief interviewen is hier passend bij het beantwoorden van de onderzoeksvraag omdat de participant volgens Munten et al. (2016) zelf diens verhaal kan vertellen en de onderzoeker objectief is en geen leiding geeft in de vraagstelling. Op deze manier krijgen de onderzoekers een zo volledig mogelijk beeld over hoe adolescenten zich socialiseren via de platforms en waarom zij dit zo doen. Het doen van observaties is verder niet adequaat, omdat de onderzoeker dan zelf conclusies trekt uit de observaties in plaats van de participant die zelf het woord doet.

De interviews zijn afgenomen via videogesprekken in Microsoft Teams om aan de huidige corona maatregelen te voldoen. Voor het uitvoeren van de interviews was informed consent vereist. Voorafgaand aan het interview werd hiervoor een formulier verstuurd. Bij aanvang van het interview werd de informed consent nogmaals mondeling besproken en werd de anonimiteit benadrukt. Ook gaven de onderzoekers een indicatie over de duur van het interview en werden enkele praktische zaken besproken, zoals dat de participant te allen tijde het interview kon stoppen of vragen mocht stellen.

Daarnaast werd benadrukt dat er geen goede of foute antwoorden zijn om zo sociale wenselijkheid te vermijden. Tot slot werd er door middel van smalltalk een veilige en relaxte sfeer gecreëerd zodat de participant zich op diens gemak voelde.

Voorafgaand aan het gesprek werd om toestemming gevraagd voor een video- en audio-opname van het gesprek. De video-opname werd achteraf omgezet naar een audio-opname via VLC-media, waarna de video-opname meteen verwijderd werd. De audio-opname werd gemaakt met een telefoon en werd gebruikt als back-up. Na de introductie werd de opname gestart. Na het gesprek werd nogmaals benadrukt dat alle gegevens volledig geanonimiseerd zullen worden en dat de participant bij vragen terecht kon bij de onderzoekers. Met de narratieve methode vertelt de participant diens eigen verhaal. Om hierin structuur te brengen gebruikten de onderzoekers een vooraf opgestelde topiclijst. In deze lijst stonden kort de onderdelen beschreven die in het interview besproken moesten worden. De topiclijst is te vinden in Bijlage 1.

De validiteit betreft de juistheid van het onderzoek (Morling et al., 2018). Deze zal gewaarborgd worden door een adequate operationalisatie van de belangrijkste concepten, 'socialisatie' en 'community', te gebruiken. Op basis van de operationalisering worden topics en vragen vormgegeven die in het interview besproken moeten worden. Op deze manier geven de participanten tijdens het interview direct antwoord op de onderdelen van de onderzoeksvraag. Daarnaast worden de begrippen door de operationalisering niet anders geïnterpreteerd door de onderzoekers gedurende het proces.

De betrouwbaarheid wordt gewaarborgd door dezelfde setting waarin de onderzoekers zich bevinden. De onderzoekers zullen zich in een rustige ruimte bevinden die niet voor afleiding zorgt bij de participanten. Ook is de opbouw van de interviews altijd hetzelfde. Deze maatregelen zorgen ervoor dat de antwoorden van de participant niet afhankelijk zijn van de omgeving waarin het gesprek plaatsvindt en door het structureel toepassen kan er daarin geen verschil zijn tussen de verschillende interviews.

### **Analyseplan**

In dit onderzoek werd een explorerende vraag onderzocht. De hoofdvraag luidt: 'Hoe socialiseren adolescenten in body positivity communities op YouTube en TikTok?'. Daarnaast zijn er twee deelvragen opgesteld. 'Hoe socialiseren adolescenten in body positivity communities op YouTube?' en 'Hoe socialiseren adolescenten in body positivity communities op TikTok?' Aan de hand van deze vragen werden topics opgesteld die in het interview besproken werden. Nadat de interviews afgenomen zijn, werden de interviews getranscribeerd door de onderzoekers. De data werd waar nodig geanonimiseerd. Wanneer in het onderzoek over de participanten gesproken wordt, zal dit gebeuren met een gerandomiseerde letter uit het alfabet. De onderzoekers stelden zelf een lijst op waarin namen werden gekoppeld aan letters.



Om structuur te bieden tijdens zowel de interviews als het coderen en analyseren van de data stonden er drie belangrijke begrippen centraal. Deze begrippen waren body positivity, community en socialisatie. Het begrip body positivity werd op het begin besproken, omdat dit invloed kon hebben op de inhoud van andere antwoorden die de participanten konden geven. Het begrip is verder dus niet expliciet uitgelegd, omdat het in dit onderzoek niet relevant is om te onderzoeken aangezien de manier waarop adolescenten socialiseren centraal staat. Het begrip community werd door de onderzoekers geoperationaliseerd als een community in een (online) gemeenschap waar mensen met dezelfde doelen, gedachten en interesses samen komen en saamhorigheid en betrokkenheid van belang zijn. Het begrip socialisatie werd door de onderzoekers als volgt geoperationaliseerd: socialisatie is een levenslang proces waarin individuen kennis verwerven over normen, waarden en regels van sociaal-culturele en politieke groepen en hier deel van worden, interacteren met de verworven kennis en waarbij de omgeving van de individuen invloed kan hebben. Aan de hand van deze operationaliseringen werden de topiclijst en de sensitizing concepts met bijbehorende a priori codes gevormd. In de topiclijst werden kort vragen beschreven die in het interview gesteld worden. Met deze vragen werd antwoord gezocht op de invulling van de concepten volgens de participant. De sensitizing concepts werden gevormd door de begrippen die centraal staan in de onderzoeksvraag. De a priori codes werden gevormd door een verwachting van de antwoorden door de participanten op basis van de literatuur.

Om de data adequaat te analyseren werd de data gecodeerd. Bij de codering werden de sensitizing concepts met a priori codes gebruikt die voorafgaand aan de analyse waren opgesteld (zie bijlage 2). Aan de hand hiervan werden gericht open codes aan stukken tekst uit de transcripten gekoppeld. Deze open codes werden vervolgens specifieker gemaakt door axiaal te coderen. Tenslotte werden axiale codes samengevoegd tot hoofdcodes die de grote thema's uit de interviews samenvatten. Het toekennen van codes aan tekst werd gedaan in het programma NVivo.

### **Haalbaarheid en dataverzameling**

Na het akkoord van de ethische commissie en thesisbegeleider, kon er gestart worden met het werven van participanten. Daarnaast hebben de onderzoekers via een e-mail contact gelegd met de creators binnen de communities die onderzocht werden, om zo informatie te geven over het onderzoek en eventuele medewerking te vragen voor het werven van participanten. Hiervoor is geen informed consent nodig omdat de creators niet participeren in het onderzoek (NESH, 2016). Vanaf eind april tot midden mei hebben de onderzoekers de interviews afgenomen en getranscribeerd. Na het transcriberen werd de data gecodeerd. Op 14 en 16 mei 2021 werden de conceptversies van de resultatensectie ingeleverd. Na dit moment werden de laatste aanvullingen en verbeterpunten aangebracht om op 28 mei en 1 juni 2021 de resultatensectie definitief

te kunnen inleveren. Vervolgens werden alle onderdelen van het onderzoek die reeds gemaakt waren, zoals de inleiding, de onderzoeksopzet en de resultatensectie samengevoegd tot een artikel. Tenslotte werden een discussie en conclusie aan het artikel toegevoegd, waarmee het artikel op 8 juni 2021 als conceptversie ingeleverd werd. Na verdere aanpassingen en toevoegingen van onder andere een abstract en voorwoord, werd het definitieve artikel op 25 juni 2021 ingeleverd.

### **Resultaten**

Eerst zullen de resultaten beschreven worden die inzichten geven in de community waarin de adolescenten leren. Vervolgens worden resultaten beschreven over de socialisatie van de adolescenten zoals zij dat zelf ervaren. Deze volgorde is gekozen omdat dit past bij de stelling van de onderzoeksvraag. Deze luidt: Hoe socialiseren adolescenten in body positivity communities op YouTube en TikTok? Het is daarbij passend om eerst vragen te stellen die inzichten geven in de community op het platform. Daarnaast volgt uit de conceptualisering dat socialisatie een proces is van leren over normen, waarden en regels van bepaalde communities en dat het proces gedeeltelijk plaatsvindt in deze communities. Daarom is het interessant om bestaande structuren in deze community eerst te onderzoeken. Vervolgens wordt gekeken naar hoe de adolescenten socialiseren in deze community en hoe zij dit ervaren. Eerst zullen de resultaten rondom de YouTube community van Vera Camilla besproken worden en daarna wordt er ingegaan op de resultaten van de TikTok community van Jo-Ann van den Herik.

#### **YouTube**

De YouTube community die besproken wordt, vormt zich om Vera Camilla. Typerend is dat een groot deel van de participanten haar al lang volgt ( $m = 7.44$ ) en dit werd ook tijdens het gesprek benoemd door alle participanten (zie Tabel 1). Vier participanten [A, E, F, G] geven hierbij aan dezelfde ontwikkeling te hebben meegemaakt als Vera en dat zij meegegroeid zijn in haar interesses. Er wordt door de participanten positief gesproken over de community. Volgens participant [A, B, C, D, G, H, I] staat er centraal in de community dat iedereen zichzelf mag zijn. "Het klinkt super cliché, maar dat is wel waar het op neer komt. Je bent wel met mensen die jou het gevoel geven van goh ik mag er zijn, ik ben niet raar." Dit citaat van participant [I] geeft weer dat de mensen in de community het gevoel geven dat de participant er mag zijn, zonder dat het uitmaakt hoe zij is. Het lijkt alsof de participant hier blij mee is omdat ze hierdoor niet het gevoel heeft dat ze raar is. De sfeer wordt door alle participanten positief genoemd, wat bijvoorbeeld te zien is in de reacties. Echter valt op dat participant [B] dit niet expliciet zegt. Zij zegt over dit onderwerp: "Ik heb niet het gevoel dat daar een soort van haat onderling is. Of als iemand iets vindt dat de ander, dan denkt: nou, nu moet ik je echt cancellen, die cancel culture zit daar niet echt in." Er wordt niet

gesproken over een positieve sfeer, maar er zou ook geen 'haat' of 'cancel culture' zijn wat duidt op het ontbreken van negativiteit in de community.

Alle participanten geven aan dat er in de community een open sfeer is waarin mensen hun eigen verhalen en ervaringen kunnen delen. Participant [A, B, F, H, I] geven ook aan dat de leden van de community dezelfde interesses hebben en zich bezighouden met dezelfde onderwerpen. Uit de interviews [A, D, E, F, G, H, I] blijkt dat er interactie is doordat mensen op elkaar reageren in de reacties. Participant [G] zegt hierover: "Maar dat je dan ook weer mensen hebt die dus reageren, omdat dat dat heel veel wordt geliked, dat mensen daar weer op reageren van hé, goed dat je dit deelt of goed bezig of zo." Uit dit citaat blijkt ook de positiviteit zoals deze eerder benoemd werd. Participant [B, C] spraken niet over de interactie maar geven wel aan, net zoals participant [E, G, H], dat de leden in de community supportieve naar elkaar zijn wat ook te zien is in het citaat van participant [G]. Er lijkt een patroon te zijn in de community. Zo geven alle participanten aan dat de sfeer in de community positief is, bijna alle participanten hebben het gevoel dat iedereen er mag zijn en er is ruimte voor het delen van eigen verhalen. Dat heeft als gevolg dat er interactie is tussen de volgers doordat ze op elkaar reageren en elkaar supporten.

In de gesprekken met de participanten werd al snel duidelijk dat het socialiseren uit meerdere stappen bestaat. Alle participanten ervaren dat zij leren door het zien van verschillende lichamen en/of het aanhoren van verschillende ervaringen. Participant [A, B, C, D, E, F] zeggen hierbij dat zij dit onbewust en indirect ervaren of dat het ook de kleine momenten zijn waarin je body positivity ziet. Participant [A] zegt hierover: "Uhhh, ja ik denk dat dat niet per se in een video is, maar gewoon de lopende lijn die zij uhh wat er in haar video's is zeg maar. Ze is gewoon, het zit zo haar leven geïntegreerd zeg maar, dat het eigenlijk in alle video's wel even een kort stukje ter sprake komt en dat je dan weer even van ohja, het is inderdaad gewoon oké." Er is dus volgens haar niet een specifiek moment waarop ze leerde, maar dat vooral de korte stukjes van belang zijn omdat je dan kan zien dat de creator er ook naar handelt. Participant [A, G, H, I] ervaren dat zij bewust worden en stilstaan bij wat ze zien en horen en dat dat ook een stap is in het socialisatieproces. Participant [A, B, E] merken dat zij ook gaan reflecteren op zichzelf. Voor participant [E] is dit van belang om kritisch te blijven naar zichzelf. "(...) door juist uhhh dat reflecteren eigenlijk uuhm met dat soort video's probeer ik mijn eigen beeld, een beetje ook kritisch te blijven op mezelf en kritisch te blijven op de dingen die ik dan denk." In het citaat blijkt daarbij ook het belang van de video's, omdat dat de participant laat reflecteren op zichzelf. Nadenken wordt ook als belangrijk ervaren door participant [A, C, E, F, G, I] om te kunnen socialiseren. Opvallend is dat alleen participant [D] niet spreekt over bewust worden, reflecteren of nadenken. Nadat er bewustzijn is en er is nagedacht over het onderwerp,

wordt er door participant [A, B, C, D, F, G, H, I] kennis toegepast en actief gehandeld naar de eerdere stappen. Dit kan zich uiten in het uitspreken naar vrienden of familie, of door actief en bewust anders te gaan denken in bepaalde situaties. Participant [F] zegt hierover: "Ofzo, dus je ziet wat je dan in die kleine momenten leert ga je zelf toepassen om dan later iemand te zien die dus niet zo positief denkt over haar lichaam. Dan denk ik van hé, ja, maar jij mag, jij bent gewoon helemaal oké is. Dat zie ik echt als het leren naar, dat je in je hoofd ook zo wordt." De participant zegt hier ook expliciet dat het toepassen van kennis die is opgedaan belangrijk is om te leren omdat je de kennis dan implementeert in je hoofd. Ook bij deze stap spreekt slechts één participant [E] zich hier niet over uit wat opmerkelijk is. Uit de gesprekken kwam over het algemeen een duidelijk patroon over het socialisatieproces naar voren. Zo ervaren de participanten dat het als eerste belangrijk is om ervaringen te horen en lichamen te zien. Daarna wordt er door bijna alle participanten gereflecteerd en nagedacht over wat er gezien en gehoord is en komt er zo bewustzijn. Tot slot blijkt uit bijna alle interviews dat het belangrijk is om actief te handelen naar wat er geleerd is als laatste stap in het socialisatieproces.

In de gesprekken werden er enkele belangrijke factoren genoemd die invloed hebben op het socialisatieproces. Alle participanten benoemen de invloed van social media of Instagram. Participant [A, D, E, F, G, I] zijn wel kritisch naar wie ze volgen en volgen bijvoorbeeld alleen mensen die hen interesseren en waar ze zich prettig bij voelen. Daarnaast hebben volgens alle participanten video's invloed op de socialisatie. Dit komt volgens participant [I]: "Omdat ze daadwerkelijk een video erover maakte. Dat is niet even een ding wat je tien seconden ziet, maar daar kijk je echt een volledige tien minuten naar." Het is volgens haar dus belangrijk om een langere video te zien. Dit wordt duidelijk omdat ze het vergelijkt met iets tien seconden zien. Participant [A, D, F, H, I] geven aan dat het lezen van boeken invloed heeft op het proces. Op participant [A] na geven deze participanten ook aan dat hun omgeving invloed heeft gehad. Participant [H] zegt hierover: "Als bijvoorbeeld iedereen heel negatief over zou denken, dan uhhh zou ik er misschien minder bezig mee zijn ofzo onbewust, maar over het algemeen reageren mensen wel gewoon positief." Negativiteit vanuit de omgeving over het onderwerp zou ervoor kunnen zorgen dat ze minder met het onderwerp bezig zou zijn. Een positieve omgeving lijkt daardoor eerder bevorderend.

Zoals al eerder genoemd is socialisatie een proces. Dit blijkt ook uit de gesprekken met participant [A, E, H, I]. Op de vraag of participant [H] ontwikkeld is op het gebied van body positivity reageert zij: "Nog niet helemaal, maar gaat in stukjes." Hiermee geeft zij aan dat het ontwikkelen een proces is wat in delen gaat. Ook de andere participanten geven aan dat het tijd nodig heeft en dat het van belang is om je open te blijven stellen. Om te kunnen socialiseren is het volgens alle participanten van belang om ervaringen te horen en verschillende lichamen te zien. Dit komt overeen met de

sfeer in de community zoals deze door de participanten wordt beschreven. Deze zou volgens iedereen open zijn om eigen ervaringen in te kunnen delen. Dit kan gezien worden als een subpatroon.

### **TikTok**

De TikTok community die besproken wordt, vormt zich om Jo-Ann van den Herik. Uit de interviews [b, c, d en e] kwam naar voren dat de community rond Jo-Ann van den Herik vooral draait om jezelf te kunnen zijn, acceptatie van jezelf en respect. Participant [e] zegt hier het volgende over: "Gewoon echt waar het omgaat, dus dat je er echt wel mag zijn en dat dat helemaal niet uitmaakt". Jezelf kunnen zijn en hier ook blij mee zijn is dus erg belangrijk. Participant [b] stelt ook dat het lichaam uniek en van jezelf is en dat in de community ook centraal staat dat je hiermee mag doen wat je wilt, maar wel met grenzen.

Volgens participant [a] ga je op zoek naar mensen die er een beetje hetzelfde uitzien: "Je wilt meer mensen zien die zijn zoals jij". Het belang van herkenning en jezelf kunnen vergelijken is dus erg belangrijk, dit kwam ook in het interview met participant [f] duidelijk naar voren: "Maar ik denk dat hetgeen wat nu sociaal of centraal staat dat het toch een soort van streven naar gelijkheid in alle vormen is". Naast de gelijkheid die centraal staat, zien participanten [c en f] dat naast het streven naar gelijkheid ook de diversiteit juist erg centraal staat in de community. De diversiteit en het streven naar gelijkheid lijken twee tegenovergestelde begrippen. Over de diversiteit in de groep, waarbij de groep ook steeds groter wordt, is participant [b] wel kritisch: "Maar op een geven moment worden er nu ook dingen bij getrokken als aandoeningen en handicaps [...] maar daardoor wordt het eigenlijk zo groot en divers dat de focus er voor mijn gevoel er een beetje eraf is". Er worden dus steeds meer verschillende mensen bij de body positivity community betrokken, waardoor de groep zo groot wordt dat de focus die er in het begin was voor participant [b] verdwijnt.

De sfeer die in een community heerst heeft invloed op een ander punt wat in de interviews naar voren kwam, namelijk de saamhorigheid en mate van support binnen de community. Participanten [c en d] geven aan dat doordat ze Jo-Ann zijn gaan volgen steeds meer mensen tegenkwamen die hetzelfde doen en dezelfde mindset hadden. Participant [e] ziet de community ook echt als één groep: "Dat soort accounts staat wel helemaal in het teken van positiviteit en dat is wel gewoon. Ik zie dat wel gewoon als één grote groep. [...] Dat is wel gewoon een soort 'girl support girls' ding". Hierbij komt de mate van support binnen de community sterk naar voren. Echter was niet iedereen hier positief over. Zo geeft participant [a] aan dat: "ik denk dat het meer is van ik zoek dit, maar ik moet ook zeggen ik heb niet veel contact met zeg maar de mensen die haar volgen. Dus ik heb ook niet echt het gevoel van saamhorigheid daar". Participant [f] zegt hierover: "Of het veilig is nee denk het niet". Hieruit blijkt dat er grote verschillen zijn in

het gevoel van saamhorigheid en de mate waarin support gevoeld wordt. De negatieve geluiden die te horen zijn over deze onderwerpen lijken als gevolg te hebben dat er een onveilig gevoel in de community ontstaat.

Wat in de interviews dus sterk naar voren komt, is dat vanuit participanten [b, c, d en e] het gevoel van jezelf kunnen zijn, jezelf accepteren en dit te respecteren van belang is. Tenslotte komt zowel het belang van diversiteit als gelijkheid in de interviews met participanten [c en f] duidelijk naar voren. Als we het hebben over de saamhorigheid, supporten en het daarbij komende veilige gevoel, reageren participanten verschillend in hoeverre dat gevoel aanwezig is.

De helft van de participanten [c, d en f] geeft aan dat het socialisatieproces voor hen begon via de community op Instagram en dat later TikTok hierbij kwam. Zo zegt participant [c] over Instagram: "Op Instagram vind ik dat je vaker ziet dat iemand echt hele context erachter denkt, een heel verhaal, dat die echt inspirerende teksten deelt". Voor participant [d] geldt eigenlijk hetzelfde, veel informatie had ze al op YouTube en Instagram verkregen. TikTok is voor participant [d] vooral een herhaling: "Voor TikTok denk ik veel, vooral veel reminders denk ik". De participanten [c, d, e en f] geven aan dat Instagram meer het totaalplaatje is waar zij informatie verkrijgen en dat TikTok hierop een meer ondersteunende functie heeft. Opvallend hierbij is dat dit niet terugkomt in de gesprekken met participant [a en b].

Over de zichtbaarheid en aanwezigheid van body positivity op TikTok verschillen de meningen. Zo geeft participant [f] aan het gevoel te hebben dat body positivity soms niet lijkt te bestaan op TikTok: "Ik heb heel erg het idee en dat lees ik wel vaker dat het lijkt of body positivity op TikTok niet bestaat, tenzij je mensen echt gaat volgen dan komt het bij je 'gevolgd' zeg maar te staan". Participant [b] haakt hier ook op in, zij heeft het gevoel dat wanneer ze op Instagram mensen gaat volgen, ze hier directer dingen te zien krijgt over body positivity. Ook wordt het makkelijker om andere creators te volgen. Op TikTok is dat in haar ogen lastiger. Participant [f] geeft aan dat wanneer ze iets 'liked' op TikTok, dit door het algoritme dan vaker terugkomt. Echter heeft ze het gevoel dat dit niet zo werkt met filmpjes over body positivity. Participant [f] is dus wel kritisch op het algoritme systeem: "Maar ik vind eigenlijk dat dat weer een beetje een negatieve omslag maakt, omdat je daardoor zorgt dat je blijft kijken en zeg maar bijna een soort van verslaafd raakt aan filmpjes ofzo". Niet alle participanten lijken hier even bewust mee bezig te zijn, zo geeft participant [a] aan dat ze het socialisatieproces meer onbewust ervaart: "Op een gegeven moment komen er mensen in jouw 'aanbevolen' en dan denk ik die volg ik ook wel en die volg ik ook wel. Soort uh, niet echt bewust mee bezig."

Kijkende naar socialisatie online en offline, geven participant [a, b en c] aan dat het online gesprek, de offline verandering voedt. Ook participant [d, e en f] geven aan

dat ze offline verandering merken en deze verandering soms zelf ook toe proberen te passen. Participant [e]: "Het is ook wel een beetje van, je moet wel echt durven. Want anders komt er natuurlijk geen verandering." Volgens participant [e] is er wel echt lef nodig om je uit te spreken wanneer je verandering wilt zien. Zonder het uit te spreken is verandering in haar ogen niet mogelijk. Daarnaast is het socialisatieproces een langdurig proces wat zeker nog in gang is. Zo geven participant [e en f] aan dat body positivity nog veel meer bespreekbaar gemaakt mag worden. Participant [f] vindt dat de informatie vooral bij mensen moet komen die nog niet zo denken: "Maar juist bij die mensen die daar anders over denken, denk ik dat het heel erg goed is als dat ook op hun ForYou page komt". Participant [e] benoemt het feit dat body positivity momenteel vooral gericht is op meisjes en ze geen mensen kent die zich hiervoor inzetten voor jongens: "Van mij mogen er nog veel meer komen. Ook voor jongens, want daarvoor ken ik er eigenlijk geen één die dat doet". Hieruit blijkt het belang van verdere aandacht voor body positivity.

Als we het dus hebben over de socialisatie binnen deze community, blijkt dat de grootste informatiebron Instagram is en dat TikTok hierbij een luchtige en ondersteunende rol heeft. Instagram is hierin duidelijker met uitleg in tekst, waardoor participanten het gevoel hebben dat ze meer leren. Echter gaven vier van de zes participanten aan dat ze door de video's op TikTok anders leren en meer reminders krijgen. Deze reminders gaan dan vooral over dat je goed genoeg bent, het zelfrespect en de zelfacceptatie die ook centraal staan in de community. TikTok speelt dus zeker een rol in de socialisatie, maar het is een luchtiger en minder zwaar beladen manier van informatie geven. Tenslotte is het van belang om verdere aandacht voor body positivity te bevorderen, om zo ook het socialisatieproces offline door te zetten.

### **Overkoepelend**

Zoals hierboven besproken staat in de YouTube community centraal dat er ruimte is voor het delen van eigen verhalen en ervaringen. Wanneer er verhalen worden gedeeld, wordt daar ook positief op gereageerd volgens de participanten. Leden van de community reageren op elkaar of zijn supportive naar elkaar. Echter komen er uit de TikTok community hierover tegenstrijdige geluiden. Zo geven een aantal participanten aan dat, net als in de YouTube community, iedereen er mag zijn. Slechts de helft van de participanten uit de TikTok community spreekt zich duidelijk over de saamhorigheid en mate van support uit. Van deze participanten spreekt slechts één zich positief uit, waarbij de andere twee participanten eerder negatief zijn over zowel de mate van betrokkenheid als de veiligheid in de community. Hierbij spreekt één participant zelfs over een onveilige sfeer om reacties en verhalen te delen in de community. Dit staat haaks tegenover de participant uit de TikTok community die aangeeft dat de community één groep is die elkaar steunt en zeker tegenover de uitkomsten vanuit de YouTube

community waar alle participanten aangeven dat er een sfeer van support in de community heerst.

Een ander overkoepelend thema is de socialisatie, wat een langdurig proces is. Uit de gesprekken met de participanten uit de YouTube community kwamen er duidelijke stappen naar voren die als belangrijk werden ervaren om te kunnen socialiseren. Bij de TikTok community was dit echter niet zo duidelijk en verschilden de meningen van de participanten. Er waren wel enkele overeenkomsten tussen de communities. Zo is het socialisatieproces een proces wat verder gaat dan online. Bijna alle participanten geven aan dat het socialisatieproces rondom body positivity zich ook naar de offline wereld verplaatst. De kennis die online opgedaan wordt, wordt in de offline wereld toegepast. Dit is een belangrijke stap in het proces.

### **Discussie**

In dit onderzoek is er gezocht naar een antwoord op de vraag: 'Hoe socialiseren adolescenten in body positivity communities op YouTube en TikTok?'. Daarbij zijn twee deelvragen opgesteld: 'Hoe socialiseren adolescenten in body positivity communities op YouTube?' en 'Hoe socialiseren adolescenten in body positivity communities op TikTok?'. Om antwoord te kunnen geven op deze vraag, is er kwalitatief onderzoek gedaan van narratieve aard. De data werd verworven middels interviews. De interviews werden ingedeeld in onderwerpen die structuur gaven aan de interviews. De twee belangrijkste onderwerpen gingen over de community en over socialisatie.

Een deel van de data betreft informatie over de communities. Zoals hierboven aangetoond spreken alle participanten uit de YouTube community en het overgrote deel van de participanten uit de TikTok community positief over de community, op verschillende gebieden. Zo zegt een grote meerderheid dat er centraal staat dat iedereen er mag zijn. In de YouTube community geeft iedereen aan dat er ruimte is om eigen verhalen te delen. Dit voldoet aan de verwachtingen van het gebruik van sociale media zoals deze door Ünlüsoy et al. (2013) en Ito et al. (2013) beschreven worden. Echter verschillen de meningen over het delen van eigen verhalen in de TikTok community en wordt hier door sommigen zelfs negatief over gesproken. Twee participanten spreken negatief over de veiligheid en betrokkenheid in de community. Dit past niet bij de conceptualisering van een community, zoals deze besproken wordt in de literatuur (Veletsianos, 2016; Walmsley, 2000; Barab & Duffy, 2000; Iriberry & Leroy, 2008). Hierbij is het juist van belang om betrokken te zijn bij elkaar en een gevoel van saamhorigheid te hebben. In beide communities staat globaal centraal dat iedereen er mag zijn. Dit kan gezien worden als een doel waarnaar gestreefd wordt in de communities wat wel past bij de definitie van een community zoals deze eerder besproken is (Veletsianos, 2016; Walmsley, 2000; Barab & Duffy, 2000; Iriberry & Leroy, 2008). Met de onderzoeksvraag wordt gekeken naar socialiseren in een community.



Zoals aangetoond uit de data blijkt de sfeer zoals ervaren door sommige participanten in de community niet overeen te komen met de conceptualisering. Dit zou gevolgen kunnen hebben op het socialiseren in deze specifieke community. Daarnaast heeft het sociale aspect een belangrijke rol bij digitaal leren (Greenhow, 2011). De lage mate van support zoals ervaren door enkele participanten in de TikTok community, zou dan een effect kunnen hebben op het leren via dit platform. Zoals aangegeven staat in de YouTube community centraal dat er ruimte is voor het delen van eigen verhalen en ervaringen. Wanneer er verhalen worden gedeeld, wordt daar ook positief op gereageerd volgens de participanten. Leden van de community reageren op elkaar of zijn supportive naar elkaar. In dit kenmerk kan betrokkenheid gezien worden welke passend is bij de definitie van een community (Veletsianos, 2016; Walmsley, 2000; Barab & Duffy, 2000; Iriberry & Leroy, 2008).

Opvallend aan de twee communities is de lengte van de periode waarin de participanten de creator volgen. Zo is het gemiddelde in de YouTube community 7.44 jaar (zie Tabel 1) wat langer is dan driekwart jaar in de TikTok community ( $m = 9.17$  maanden, zie Tabel 2). Typerend is daarbij dat vier participanten uit de YouTube community aangeven dat zij zijn meegegroeid met Vera en een zelfde ontwikkeling ervaren, wat niet naar voren komt in de TikTok community. Dit zou, samen met de lengte van de periode waarin de participanten volger zijn, een verklaring kunnen zijn voor het verschil in saamhorigheid en betrokkenheid tussen de communities.

Verder betrof een groot deel van de data-informatie over het socialisatieproces van de participanten. Zoals hierboven beschreven komt er in de YouTube community naar voren dat er drie duidelijke stappen van belang zijn om goed te kunnen socialiseren. Deze stappen zijn ten eerste het zien van verschillende lichamen en het horen van ervaringen, ten tweede het nadenken, bewust worden en/of reflecteren en ten derde het toepassen van de geleerde kennis. In de TikTok community kwam het socialisatieproces niet op die manier naar voren, echter waren bepaalde losse stappen zoals deze in de YouTube community benoemd werden wel van belang. Zo werd het horen van verhalen en ervaringen door bijna alle participanten als belangrijk ervaren om te kunnen leren, maar dit vond veelal plaats op andere sociale platforms zoals Instagram. De participanten gaven hierbij aan dat TikTok een ondersteunende rol had hierin door het geven van 'reminders'. Ook het toepassen zoals eerder benoemd gebeurt in de TikTok community. Wat de participanten online leren via de verschillende sociale platforms, wordt offline toegepast door er bijvoorbeeld met vrienden over te praten. Echter wordt deze toepassing niet louter gevoed door het platform TikTok, maar voornamelijk door andere platforms. In de conceptualisering van socialisatie wordt gesteld dat socialisatie een proces is (Genner & Süß, 2017; Biesta, 2010). De stappen van socialisatie zoals deze worden ervaren door de participanten passen dus bij dit idee

van een proces. Echter socialisatie als proces wordt niet expliciet benoemd in de interviews met de participanten uit de TikTok community. Een verklaring hiervoor zou het verschil in gemiddelde leeftijd kunnen zijn tussen de communities. Zo is de gemiddelde leeftijd van de participanten in de YouTube community 20.56 jaar (zie Tabel 1). De gemiddelde leeftijd van de participanten in de TikTok community is 18.5 jaar (zie Tabel 2). Wanneer de participanten ouder zijn, zouden zij meer tijd kunnen hebben voor het ervaren van een proces.

Er is dus een duidelijk verschil in socialiseren tussen de platforms. In de YouTube community worden het platform en de video's gezien als onderdeel van het leren, waar de rol van TikTok meer ondersteunend is in het proces. Dit verschil blijkt uit de mening van meerdere participanten, waarbij participant [I] uit de YouTube community aangeeft dat een langere video effectiever is dan een kortere video. Het sluit echter niet uit dat de participanten uit de YouTube community alleen het platform YouTube gebruiken in het proces van socialisatie. Zoals hierboven beschreven ervaren sommige participanten andere sociale media en de omgeving als invloedrijk op het socialisatieproces. Dit is passend bij de conceptualisering van socialisatie waarbij verschillende systemen rondom de adolescent invloed hebben op het proces (Prot et al., 2015; Genner & Süß, 2017; Lemish, 2015).

Wanneer we community en socialisatie naast elkaar bekijken, valt op dat het voor socialisatie als belangrijk wordt ervaren om verschillende lichamen te zien en diverse verhalen en ervaringen te horen. Dit komt overeen met de ervaren positieve sfeer in de YouTube community waar dit mogelijk lijkt te zijn. Echter wordt door de helft van de participanten in de TikTok community expliciet gesproken over de sfeer, waarvan twee participanten zich hier negatief over uitspreken. De ervaren sfeer in de community zou een verklaring kunnen geven voor de mate waarin socialisatie wordt ervaren op de specifieke platforms. Dit blijkt ook uit onderzoek van Greenhow (2011) waarin gesteld wordt dat digitaal leren via sociale media in de informele context plaatsvindt en het sociale aspect belangrijk is.

Dit onderzoek heeft enkele limitaties. Zo was het doel om saturatie te bereiken waardoor er adequate conclusies getrokken konden worden uit de data. Bij de deelvraag over de YouTube community is saturatie bereikt; de data uit de interviews kwam sterk overeen en nieuwe data zou weinig toevoegen. Bij de TikTok community is echter geen saturatie bereikt. De data uit de interviews kwamen op sommige aspecten overeen, maar verschilden op andere aspecten juist sterk van elkaar. Meer data uit nieuwe interviews zou dus aanvullende informatie opleveren waardoor er een betere conclusie gegeven zou kunnen worden op deze specifieke deelvraag. De vergelijking tussen de twee communities is daarnaast minder valide door het verschil in de lengte van de periode waarin de participanten de creator volgen. Deze periode is bij de YouTube

community (m = 7.44 jaar) significant langer dan bij de TikTok community (m = 9.17 maanden). Door de onderzoekers is gekozen voor het gebruik van sensitizing concepts. Het gebruik hiervan kan echter als gevolg hebben dat tegenstrijdigheden minder herkend worden, doordat de onderzoekers niet volledig objectief de codering en analyse fase ingaan. Het gebruik van de concepts kan effect hebben op de betrouwbaarheid van het onderzoek.

Vanwege de groei van TikTok volgens Iqbal (2020) en Wang (2020) en de grotere rol die sociale media speelt in het leven van adolescenten (Krutka & Carpenter, 2016), adviseren wij om verder onderzoek te doen naar de invloed van TikTok op de socialisatie van adolescenten. Naar YouTube is al meer onderzoek gedaan (Wattenhofer et al., 2012; Balleys et al., 2020; Khan, 2017; Bloom & Johnston, 2010), echter is er een gebrek aan onderzoek naar de rol van het platform in de socialisatie van adolescenten. Daarom wordt er geadviseerd om hier meer vervolgonderzoek naar te doen.

## Literatuur

- Balleys, C., Millerand, F., Thoër, C., Duque, N. (2020). Searching for oneself on YouTube: Teenage peer socialization and social recognition processes. *Social Media + Society*, 6, 1-11. <https://doi-org.proxy.library.uu.nl/10.1177/2056305120909474>
- Barab, S. A., & Duffy, T. M. (2000). From Practice Fields to Communities of Practice. In D. H. Jonassen en S. M. Land (Reds.), *Theoretical Foundations of Learning Environments* (pp. 25-55). Lawrence Erlbaum Associates.
- Biesta, G. (2010). On the weakness of education. In D. Kerderman (Red.), *Philosophy of Education* (pp. 354-362). Urbana-Champaign.
- Blayone, T. J. B., Van Oostveen, R., Barber, W., DiGiuseppe, M., & Childs, E. (2017). Democratizing digital learning: Theorizing the Fully Online Learning Community model. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 14, 1-16. <https://doi.org/10.1186/s41239-017-0051-4>
- Bloom, K., & Johnston, K. M. (2010). Digging into YouTube videos: Using media literacy and participatory culture to promote cross-cultural understanding. *Journal of Media Literacy Education*, 2, 113-123.
- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2020). The case for body positivity on social media: Perspectives on current advances and future directions. *Journal of Health Psychology*, 1-9. <https://doi-org.proxy.library.uu.nl/10.1177/1359105320912450>
- De Kinderombudsman. (z.d.). Leefstijdsladder. Geraadpleegd op 31 maart 2021, van <https://www.dekinderombudsman.nl/leefstijdsladder>
- Genner, S., & Süss, D. (2017). Socialization as media effect. *The international encyclopedia of media effects*. 1-15.
- Greenhow, C. (2011). Youth, learning, and social media. *Journal of Educational Computing Research*, 45, 139-146. <https://doi.org/10.2190/EC.45.2.a>
- Iriberry, A., & Leroy, G. (2008). A life cycle perspective on online community success. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 41, 1-29. <https://doi.org/10.1145/1459352.1459356>
- Iqbal, M (2020, 21 Februari). TikTok revenue and usage statistics 2020. Business of Apps. <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>
- Ito, M., Gutiérrez, K., Livingstone, S., Penuel, B., Rhodes, J., Salen, K., Schor, J., Sefton-Green, J., & Watkins, S. C. (2013). Connected learning: An agenda for research and design. *Digital Media and Learning Research Hub*.
- Kellner, D., & Kim, G. (2010). YouTube, critical pedagogy, and media activism. *The Review of Education, Pedagogy, and Cultural Studies*, 32, 3-36. <https://doi-org.proxy.library.uu.nl/10.1080/10714410903482658>
- Khan, M. L. (2017). Social media engagement: What motivates user participation and

- consumption on YouTube? *Computers in Human Behavior*, 66, 236-247.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.024>
- Krutka, D. G., & Carpenter, J. P. (2016). Why social media must have a place in schools. *Kappa Delta Pi Record*, 52, 6-10.  
<https://doi.org/10.1080/00228958.2016.1123048>
- Lemish, D. (2015). *Children and media: A global perspective*. Wiley Blackwell.
- Literat, I. (2021). "Teachers Act Like We're Robots": TikTok as a Window Into Youth Experiences of Online Learning During COVID-19. *AERA Open*, 7(1), 1-15.  
<https://doi.org/10.1177/2332858421995537>
- Meesters, J., Basten, F., & van Biene, M. (2010). Vraaggericht werken door narratief onderzoek. *Journal of Social Intervention: Theory and Practice*, 19, 21-37.
- Milenkova, V., Peicheva, D., & Marinov, M. (2018). Towards defining media socialization as a basis for digital society. *International Journal of Cognitive Research in Science, Engineering and Education*, 6, 21-32.  
<https://doi.org/10.5937/ijcrsee1802021M>
- Morling, B., Carr, D., Heger Boyle, E., Cornwell, B., Correll, S., Crosnoe, R., Freese, J. & Waters, M.C. (2018). *Research Methods* (Custom edition UU). Norton. ISBN: 978-0-3936-9189-4.
- Munten, G., Verhoef, J., & Kuiper, C. (2016). *Evidence-based practice voor verpleegkundigen* (Vol. 4). Uitgeverij Boom.
- NESH. (2016). *Ethical Guidelines for Internet Research*. Oslo.
- Prot, S., Anderson, C. A., Gentile, D. A., Warburton, W., Saleem, M., Groves, C. L., & Brown, S. C. (2015). *Media as Agents of Socialization*. In J.E. Grusec and P. D. Hastings (Eds.), *Handbook of Socialization* (second edition) (pp. 276-300). New York, NY: Guilford Press.
- Sawyer, S. M., Azzopardi, P. S., Wickremarathne, D., & Patton, G. C. (2018). The age of adolescence. *The Lancet Child & Adolescent Health*, 2, 223-228.  
[https://doi.org/10.1016/S2352-4642\(18\)30022-1](https://doi.org/10.1016/S2352-4642(18)30022-1)
- Sebastian, C., Burnett, S., & Blakemore, S. J. (2008). Development of the self-concept during adolescence. *Trends in Cognitive Sciences*, 12, 441-446.
- Stevens, A., & Griffiths, S. (2020). Body Positivity (#BoPo) in everyday life: An ecological momentary assessment study showing potential benefits to individuals' body image and emotional wellbeing. *Body Image*, 35, 181-191.  
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.09.003>
- Ünlüsoy, A., de Haan, M., Leander, K., & Volker, B. (2013). Learning potential in youth's online networks: A multilevel approach. *Computers & Education*, 68, 522-533.  
<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2013.06.007>
- Veletsianos, G. (2016). *Digital Learning Environments*. In N. Rushby en D. W. Surry

(Reds.), *The Wiley Handbook of Learning Technology* (pp. 242-260). Wiley-Blackwell.

Walmsley, D. J. (2000). Community, place and cyberspace. *Australian Geographer*, 31, 5-19. <https://doi.org/10.1080/00049180093501>

Wang, Y. (2020). Humor and camera view on mobile short-form video apps influence user experience and technology-adoption intent, an example of TikTok (DouYin). *Computers in Human Behavior*, 110, 106373. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106373>

Wattenhofer, M., Wattenhofer, R., & Zhu, Z. (2012). The YouTube social network. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 6, 354-361.

## Bijlage 1

### Topiclijst

---

Topics	Eventuele voorbeeldvragen
Intro	<ul style="list-style-type: none"><li>• Leuk dat je hier bent!</li><li>• Herinnering video-opname</li><li>• Informed consent, anonimiteit, duur gesprek, alle antwoorden zijn goed, vragen stellen, stoppen wanneer je wil</li><li>• Werk je nu vaker met Teams in deze periode?</li><li>• Ben je al eens eerder geïnterviewd?</li></ul>
Body positivity	<ul style="list-style-type: none"><li>• Wat is jouw kijk op body positivity? (<i>Hoe denk je zelf over body positivity?</i>)</li></ul>
Community	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hoe ben je bij de community gekomen? (<i>en waarom</i>)</li><li>• Wat staat er in de community centraal?</li><li>• Hoe zou je de betrokkenheid en saamhorigheid in de community omschrijven?</li></ul>
Socialisatie body positivity	<ul style="list-style-type: none"><li>• Op welke manier ben je meer te weten gekomen over body positivity? Kun je een voorbeeld geven?</li><li>• Welke factoren, bijvoorbeeld bepaalde mensen of (nieuws)berichten, hebben invloed gehad op jouw leerproces over body positivity?</li><li>• Wat is de rol van <i>PLATFORM</i> in jouw proces van leren over body positivity? (<i>op welke manier? interactie?</i>)</li></ul>
Outro	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dank voor je openheid tijdens het gesprek!</li><li>• Korte vragen: wat is jouw gender, leeftijd en opleidingsniveau?</li><li>• Hoe lang volg je / ben je abonnee van <i>CREATOR</i>?</li><li>• Hoe ben jij als student? Wat is bijvoorbeeld jouw leerstijl?</li><li>• Als je nog vragen hebt kun je ons altijd een berichtje sturen!</li></ul>

---

## Bijlage 2

### *Sensitizing concepts en a priori codes*

Sensitizing concepts	Community	Socialisatie
A priori codes	via sociale media	sociale media
	dezelfde interesses hebben	invloed omgeving
	saamhorigheid	kennis verwerven (buiten school)
	sociale contacten	interactie met anderen (over body positivity)
	betrokken zijn bij elkaar	reflectie op onderwerpen



Tabel 1

*Participanten informatie YouTube community*

Participant	Gender	Leeftijd	Opleidingsniveau	Aantal jaren abonnee
A	Vrouw	22	wo master	7
B	Vrouw	19	wo bachelor	6.5
C	Vrouw	19	wo bachelor	2.5
D	Vrouw	21	hbo	10
E	Vrouw	23	hbo	9
F	Vrouw	22	hbo	8
G	Vrouw	21	wo bachelor	9.5
H	Vrouw	20	hbo	7.5
I	Vrouw	18	wo bachelor	7
Gemiddelde	-	20.56	-	7.44

Tabel 2

*Participanten informatie TikTok community*

Participant	Gender	Leeftijd	Opleidingsniveau	Aantal maanden volger
A	Vrouw	18	havo	12
B	Vrouw	21	hbo	8
C	Vrouw	20	hbo	10
D	Vrouw	16	havo	12
E	Vrouw	17	havo	12
F	Vrouw	19	mbo/werkend	1
Gemiddelde	-	18.5	-	9.17