

# Eindwerkstuk

## De parasociale interactie tussen kinderen en vloggers

Is er een relatie tussen vlogs en het scheldgedrag van kinderen?



Emma van der Sloot: 4258940

Docent: Frank Hakemulder

08-02-2018

## **Abstract**

De toegenomen populariteit van vlogs heeft ervoor gezorgd dat het gemiddelde aantal uren dat kinderen spenderen voor de reguliere televisie is afgenomen. Dit lijkt wellicht onschuldig, maar het fenomeen van vloggen kan voor sommige kinderen onwenselijk zijn voor hun sociale ontwikkeling. Uit dit onderzoek is namelijk aan de hand van vragenlijsten gebleken, dat de plaatsvervangende ervaringen die kinderen hebben tijdens parasociale interactie een mogelijke relatie kunnen hebben tot het overnemen van scheldwoorden. Deze relaties kunnen echter per vlogger verschillen. Bij vlogger Enzo Knol bleek geen relatie te zijn tussen parasociale interactie en de overname van scheldwoorden, terwijl bij Dylan Haegens wel sprake was van een sterke relatie. Dit was echter niet de enige gemeten relatie. Ook tussen het scheldgedrag van de vrienden en de kijkers van Haegens bleek een relatie te zijn. Hierdoor poogde dit onderzoek geen oorzakelijk verband aan te tonen, maar werd er gekeken naar verschillende relaties die scheldgedrag kunnen bevorderen. Vanwege de relatie tussen parasociale interactie en het schelden van de kijkers zijn de vlogs van Dylan Haegens middels een tekstanalyse geanalyseerd. Hieruit bleek dat facetten als directe adressering, herkenning, continuïteit, realisme en stijl ervoor kunnen zorgen dat parasociale interactie bij kijkers kan worden aangewakkerd.

## Inhoudsopgave:

<b>Inleiding</b>	4
<b>Theoretisch Kader</b>	
<i>Definitie parasociale interactie</i>	5
<i>Waarom parasociale interactie?</i>	5-6
<i>Onderdelen parasociale interactie</i>	6-7
<i>Het ontstaan van parasociale interactie</i>	7-8
<i>Onderzoeksvraag naar parasociale interactie</i>	9
<b>Methode</b>	
<i>Fase 1: Enquêtevragen parasociale interactie en scheldgedrag</i>	10
<i>Fase 2: Tekstanalyse parasociale interactie</i>	11-12
<b>Resultaten</b>	
<i>Deelvraag 1: Bemeten van parasociale interactie</i>	12-13
<i>Deelvraag 2: Bemeten van correlatie scheldgedrag</i>	13-15
<i>Deelvraag 3: Bijdrage tekstanalyse aan parasociale interactie</i>	15-17
<b>Conclusie</b>	18-20
<b>Discussie</b>	20-21
<b>Bibliografie</b>	22-23
<b>Bijlage 1: Vragenlijst</b>	24-27

## Inleiding:

Afgelopen jaren is de beschikbaarheid van het internet hard gegroeid. Dit is mede te danken aan het toegenomen gebruik van smartphones en tablets die men overal naartoe kan nemen (Vincent, 2015). Dit geldt niet alleen voor volwassenen: ook kinderen hebben tegenwoordig vanaf jonge leeftijd toegang tot het internet via een smartphone of tablet. Deze kinderen worden ook wel gekarakteriseerd als *digitods* (Wollman Summers et al., 2013). Dit houdt in dat zij geboren zijn ten tijde van de lancering van smartphones. Doordat veel ouders van de kinderen nog redelijk jong zijn, maken ook zij gebruik van technologieën als smartphones en tablets. Hierdoor zijn technologische apparaten in vele gezinnen geïntegreerd in de dagelijkse routine van het gezinsleven. Vele ouders maken daarom geen bezwaar als hun kinderen online gaan op het internet (Plowman et al., 2008).

Wanneer kinderen gebruik maken van het internet, zijn zij het vaakst op YouTube te vinden (Chaudron et al., 2015). Dit komt onder andere door de gestegen populariteit van videobloggen, oftewel vloggen. Een vlog is een vorm van een blog waarin video's centraal staan bij het overbrengen van informatie. Vlogs zijn vergelijkbaar met dagboeken, omdat berichten dagelijks en op chronologische volgorde verschijnen. Het dagelijks streamen van video's zorgt ervoor dat vlogs gezien kunnen worden als een vorm van internettelevisie (Albertovich, 2016).

De toegenomen populariteit van vlogs heeft ervoor gezorgd dat het gemiddelde aantal uren dat kinderen spenderen voor de reguliere televisie is afgenomen (Brown, 2017). Dit lijkt wellicht onschuldig, maar het fenomeen van vloggen kan voor sommige kinderen onwenselijke gevolgen met zich meebrengen. Vlogs worden namelijk minder gecontroleerd op schadelijke content dan televisieprogramma's. Bij vlogs is er geen orgaan als Kijkwijzer aanwezig die de uitgezonden content controleert. Het beleid van YouTube richt zich wel deels op schadelijke content voor kinderen, maar deze visie op schadelijke content is beperkt. De visie richt zich voornamelijk op seksualiteit, gewelddadigheid en cyberpesten, en laat schadelijk taalgebruik, zoals scheldwoorden, achterwege.

Hoewel YouTube de scheldwoorden van de vlogger niet als schadelijk bestempelt, zien veel mensen schelden wel als iets onwenselijk (Jay & Janschewitz, 2008). Deze onwenselijkheid van scheldwoorden wordt niet alleen bepaald door de inhoudelijke betekenis van de woorden, maar ook door de mate van ongeschiktheid in bepaalde situaties. Kinderen hebben vaak nog geen besef van de betekenis van scheldwoorden en wanneer schelden als onwenselijk wordt ondervonden (Kasper, 1990). Het overnemen van scheldwoorden kan daarom schadelijk zijn voor hun sociale ontwikkeling. Met het oog op deze sociale ontwikkeling zal dit onderzoek zich wijden aan de mogelijke relatie tussen een scheldende vlogger en een scheldend kind. Dit wordt geanalyseerd op basis van de terminologie van parasociale interactie. Middels een vragenlijst en een tekstanalyse zal dit onderzoek proberen aan te tonen hoe parasociale interactie ontstaat en hoe parasociale interactie verband houdt met het scheldgedrag van kinderen.

# Theoretisch Kader

## ***Definitie parasociale interactie:***

Voordat onderzocht kan worden wat de relatie is tussen parasociale interactie en scheldgedrag, zal eerst de definitie van parasociale interactie besproken worden. Horton en Wohl (1956) beschrijven parasociale interactie als een proces waarin kijkers een bepaalde relatie ontwikkelen met een mediafiguur of meerdere mediafiguren. De betreffende mediafiguren noemen zij ook wel persona of personae. Een persona is een mediafiguur die zo karakteristiek is, dat mensen het gevoel krijgen dat ze deze persoon ook in het dagelijks leven tegen zouden kunnen komen. Daarnaast stellen Horton & Wohl dat de persona een illusie van intimiteit kan meebrengen. Dit wordt bewust illusie genoemd, omdat de intimiteit éénzijdig is. Alleen de kijker kan de intimiteit ervaren.

Niet alleen Horton & Wohl, maar ook Bennet (2010) focust zich op de illusie van intimiteit. Zij stelt dat de illusie kan ontstaan doordat kijkers de persona nooit buiten de mediavertoning gezien hebben. Hoewel er voor kijkers manieren zijn om te reageren op de uitingen van de persona, liggen deze manieren buiten het proces van parasociale interactie. Volgens Bennet kan parasociale interactie namelijk alleen plaatsvinden tijdens het daadwerkelijke kijkproces. Echter, gezien vanuit de terminologie van Horton & Wohl blijkt dat parasociale interactie het kijkproces kan overstijgen. Personae kunnen namelijk door middel van parasociale interactie onderdeel worden van het dagelijks leven van de kijker. Als voorbeeld daarvan schetsen Horton en Wohl hoe nieuwslezers, die elke avond op de televisie verschijnen, een onderdeel zijn van het dagelijks leven en de avondroutine van vele families. Omdat dit onderzoek zich o.a. zal focussen op de dagelijkse routine van de vlogkijkers, zal de definitie van Horton & Wohl toegepast worden.

## ***Waarom parasociale interactie?:***

Diverse onderzoeken hebben aangetoond dat kinderen gedrag kunnen overnemen van rolmodellen die zij op televisie hebben gezien (Bandura, 2002). Uit sommige van deze onderzoeken bleek dat parasociale interactie hier een oorzaak van kon zijn. Vanwege de focus op de overname van scheldwoorden zal dit onderzoek zich daarom richten op de terminologie van parasociale interactie.

Een voorbeeld van onderzoek naar parasociale interactie en overname van gedrag, is het onderzoek van Brown et al. (2003). Uit dit onderzoek bleek dat kijkers op basis van parasociale interactie waarden en gedrag van de atleet McGwire overnamen. Allereerst werd aan alle respondenten een fragment getoond waarin McGwire zich uitsprak tegen kindermisbruik. Aan de hand van vragenlijsten bleek dat de respondenten die hoger scoorden op het niveau van parasociale interactie, sneller geneigd waren om deze houding ten aanzien van kindermisbruik over te nemen en zich er ook tegen uit te spreken. Veel van de respondenten die minder scoorden op het niveau van parasociale interactie waren ook tegen kindermisbruik, maar zij waren minder geneigd om zich hierover uit te spreken.

Hieruit bleek dat parasociale interactie van grote invloed kan zijn op de houding van de kijker en de overname van gedrag.

Hoewel bovenstaand voorbeeld aantoont dat parasociale interactie kan leiden tot de overname van gedrag, moet wel gezegd worden dat Brown de terminologie van parasociale interactie anders heeft toegepast dan in dit onderzoek zal gebeuren. Waar dit onderzoek zich focust op vloggers waar men een dagelijkse relatie mee kan onderhouden, heeft Brown zich gefocust op een atleet waar men geen dagelijkse relatie mee kan hebben. Van McGwire verschijnt namelijk geen dagelijkse content. De dagelijkse vertoning zal in dit onderzoek juist wel belangrijk zijn. Binnen dit onderzoek zal gefocust worden op de dagelijkse routine van de kijker, waarin de persona onderdeel kan worden van het dagelijks leven.

Naast het voorbeeld van Brown over het overnemen van waarden en gedrag, heeft ander onderzoek naar parasociale interactie aangetoond dat gevoelens van de persona door de kijker kunnen worden overgenomen. Bij het onderzoek van Levy uit 1979 werd geschetst dat kijkers tijdens het proces van parasociale interactie hetzelfde gevoel hadden als de nieuwslezer die zij op dat moment bekeken. Wanneer de nieuwslezer een verdrietige houding aannam, hadden de kijkers op dat moment ook verdriet. Daarnaast werd ook de emotie van blijdschap gemeten. Ook hier was er een relatie te zien tussen parasociale interactie en de overname van emoties. In dit onderzoek zal daarom in de vragenlijst ook aandacht besteed worden aan het facet van overname van emoties.

### ***Onderdelen parasociale Interactie:***

Parasociale interactie bestaat uit twee onderdelen. Het eerste onderdeel richt zich op de kameraadschap tussen de kijker en de persona en het tweede onderdeel kijkt naar de identificatie die de kijker met de persona kan ervaren (Giles, 2009). Hoewel de onderdelen van elkaar verschillen, zijn er toch enkele gelijkenissen te zien. Kijkers ervaren bij beide onderdelen namelijk een grote connectie met de persona. Zoals eerder gesteld, kan deze connectie leiden tot het overnemen van waarden, gedrag en emoties.

Binnen het eerste onderdeel van parasociale interactie is er sprake van een band die zowel positief als negatief ervaren kan worden door de kijker. Giles stelt dat deze band kan lijken op een denkbeeldige vriendschap. Door de vriendschap ontstaat empathie en kunnen keuzes of gedrag van de persona worden overgenomen. Bij het tweede onderdeel, identificatie, ervaart de kijker dat hij of zij zelf onderdeel is van de mediatekst (Cohen, 2009). De kijker lijkt zichzelf op het moment van kijken vergeten te zijn en verplaatst zich in de persona. Door deze connectie kunnen gevoelens en keuzes makkelijk worden overgenomen. Dit overnemen en verplaatsen in het personage wordt door Cohen omschreven als plaatsvervangende ervaringen.

Hoewel beide onderdelen gericht zijn op de connectie tussen kijker en persona, zijn er volgens Cohen ook grote verschillen te zien. Het belangrijkste verschil is dat de kijker bij het proces van identificatie een onderdeel wordt van de tekst. Bij het onderdeel dat zich richt op de vriendschapsband behoudt de kijker zijn of haar eigen identiteit en wordt de kijker geen onderdeel van de tekst.

Daarnaast kan de definitie van parasociale interactie verwarring creëren, omdat identificatie ook plaats kan vinden zonder dat er sprake is van parasociale interactie. Een kijker kan zich namelijk identificeren met een persona zonder dat hier een vriendschapsrelatie aan verbonden is (Bennet, 2010). Volgens Bennet kan de kijker echter geen vriendschapsrelatie ontwikkelen met de persona zonder dat hij/zij zich identificeert. Hoewel de processen van vriendschap en identificatie los van elkaar kunnen opereren, zijn zij dus alleen in combinatievorm te herleiden tot parasociale interactie.

### ***Het ontstaan van parasociale interactie:***

Voordat de facetten die leiden tot parasociale interactie besproken worden, zal eerst kort geschetst worden hoe vlogs als format bij kunnen dragen aan de illusie van intimiteit. Zoals net besproken, kan de persona een illusie van intimiteit creëren. Dit doet hij of zij niet alleen zelf, maar ook het mediatoestel kan bijdragen aan de mate van intimiteit. Tolson (1996) besprak deze vorm van intimiteit in relatie met de mediatoestellen. Hij stelde dat de illusie van intimiteit versterkt wordt door televisieprogramma's, die op televisietoestellen in de woonkamer verschijnen. Televisieprogramma's zijn daardoor niet alleen een vorm van publieke sfeer, maar dringen ook de huiselijke sfeer binnen. Als men de theorie van Tolson beziet en toepast in hedendaags perspectief kan gesteld worden dat de illusie van intimiteit nog sterker geworden is. Vlogs worden namelijk veelal gekeken op draagbare toestellen zoals tablets, laptops of smartphones waardoor vloggers niet alleen meer binnen treden in huiselijke sfeer, maar ook in persoonlijke sfeer.

Naast de toestellen die kunnen bijdragen aan de illusie van intimiteit dragen de keuzes die de persona maakt ook bij. De illusie van intimiteit kan namelijk versterkt worden door bepaalde keuzes binnen de adressering van het publiek. De facetten van adressering die kunnen leiden tot de illusie van intimiteit, en dus tot parasociale interactie zijn: directe adressering, herkenning, continuïteit, realisme en stijl.

Directe adressering verwijst naar een techniek waarin de persona op directe wijze tegen de kijker praat. Directe adressering bestaat uit twee onderdelen, lichamelijke en verbale adressering (Giles, 2009). De lichamelijke adressering wordt ook wel non-verbaal adresseren genoemd. Non-verbaal adresseren kan plaatsvinden doordat de presentator het hoofd en de ogen richt op de kijker. De verbale adressering, aan de andere kant, is meer gericht op woordgebruik. Kijkers kunnen in vlogs verbaal geadresseerd worden doordat zij aan het begin van de vlog begroet worden. Verbaal adresseren kan ook plaatsvinden door een bepaalde doelgroep toe te spreken. Bij het aanspreken van jonge kinderen kan de persona bijvoorbeeld variëren in stemhoogte en decibel.

Over de mate van directe adressering is veel onderzoek gedaan. In 1992 onderzocht Auter de relatie tussen directe adressering en parasociale interactie. Dit deed hij met behulp van een experiment waarin de ene groep een clip te zien kreeg met een presentator die het publiek aansprak door middel van directe adressering. De tweede groep kreeg dezelfde clip te zien, maar hier werd het publiek niet direct aangesproken door de presentator. Omdat de clips verder helemaal gelijk aan elkaar waren, kon Auter achterhalen of directe adressering invloed had op de mate van parasociale interactie. Uit de resultaten van het experiment

bleek dat de parasociale interactie hoger was bij de kijkers die direct werden geadresseerd door de presentator. Hiernaast bleek ook dat parasociale interactie hoger was wanneer de directe adressering gedaan werd door de favoriete persona van de kijker. Ook zorgden close-ups van directe adressering voor een verhoogd niveau van parasociale interactie.

Het tweede element van facetten van adressering is herkenning. Uit voorgaand onderzoek bleek dat parasociale interactie kan ontstaan wanneer de kijker gelijkenissen ervaart met de persona (Turner, 1993). Dat kunnen gelijkenissen zijn in zowel uiterlijk, gedragingen of achtergrond. Uit het onderzoek van Turner bleek dat voornamelijk gelijkenissen in gedragingen zorgen voor een mogelijkheid op parasociale interactie. Daarnaast beschreven Horton & Wohl (1956) dat ook herkenbaarheid in taal kan zorgen voor een vergrote aantrekking tot de persona.

Als derde element wordt het facet van continuïteit omschreven. De gecontinueerde relatie die de persona onderhoudt met de kijker kan ervoor zorgen dat de parasociale interactie kan blijven voortbestaan. De verschijning van de persona is op dagelijkse basis en kan ingepland worden in de dagelijkse routine van de kijker (Bennet, 2010). Hierdoor krijgt de kijker het idee dat hij of zij met de persona meeleeft en alle kleine momenten met de persona deelt. Daarnaast betekent continuïteit ook dat de presentatie van de persona hetzelfde blijft (Giles 2009). Ook al verschijnt de persona in verschillende shows of series, zijn of haar presentatie blijft altijd constant. Een voorbeeld hiervan zijn nieuwslezers die vrijwel altijd alleen in programma's als het nieuws verschijnen. Daarnaast verschijnen zij vaak op een vergelijkbare manier. Hierdoor is hun vertoning voor de kijker een constant gegeven en wordt de kans op parasociale interactie vergroot.

Het vierde facet is de mate van realiteit. Vooral de mediafiguren die elke dag zichtbaar zijn en passen in de realiteit van het dagelijks leven van de kijker, komen in aanmerking voor parasociale interactie. Zo hebben nieuwslezers, talkshowpresentatoren en andere op realiteit gebaseerde personages volgens Cohen meer kans op parasociale relaties met de kijkers dan personages uit fictiefilms of – programma's. Giles stelt dat hier sprake van is, omdat de kijker graag voorspellingen doet over de keuzes van de persona en over het verloop van omstandigheden in de toekomst. De persona wordt daardoor voorspelbaar en geeft geen ruimte voor onaangename verrassingen. De realistische kenmerken zorgen ervoor dat de kijker de keuzes en gevoelens van de persona kan blijven begrijpen en dit kan vervolgens leiden tot parasociale interactie.

Onder de modus van adressering valt ook de stijl van de vlogs. Bij kinderprogramma's op televisie wordt het publiek geadresseerd met humor en energie waardoor de suggestie gewekt wordt dat het publiek onderdeel is van de jeugdige wereld (Burton, 2000). De kleren van de presentator, woordgebruik en grapjes dragen bij aan de manier waarop doelgroepen worden aangesproken. Parasociale interactie zal daarom hoger zijn als een doelgroep zich kan verplaatsen in de stijl van het programma of vlog.



### ***Onderzoeksvraag naar parasociale interactie:***

De plaatsvervangende ervaringen die kinderen creëren tijdens parasociale interactie kunnen negatieve gevolgen met zich meebrengen. Uit onderzoek van Kotler et al. (2002) bleek dat parasociale interactie ervoor kan zorgen dat kinderen mediapersonages kunnen aanschouwen als rolmodellen. Het onderzoek was gericht op mediapersonages en voedselkeuzes, maar stelde ook dat kinderen bij rolmodellen advies kunnen zoeken over algemene stijl, sociale interactie en sociale normen. Dat overnemen van sociale normen kan, zoals eerder genoemd, schadelijk zijn voor kinderen op het moment dat scheldwoorden uitgesproken worden. Dit onderzoek zal daarom het aspect van parasociale interactie in relatie tot scheldwoorden onderzoeken.

Er is bewust een keuze gemaakt om in dit onderzoek te focussen op scheldwoorden, omdat YouTube geen beleid hanteert rondom taalgebruik. YouTube focust zich voornamelijk op content rondom seksualiteit, gewelddadigheid en cyberpesten. Hoewel deze facetten erg belangrijk zijn, wordt schelden ook door veel ouders als iets onwenselijks gezien. Dit onderzoek zal daarom proberen te onderzoeken in hoeverre het kijken naar vlogs een relatie heeft tot het overnemen van scheldwoorden. De onderzoeksvraag die daarbij gesteld wordt, is als volgt: In hoeverre is er bij kinderen die vlogs kijken, sprake van een relatie tussen parasociale interactie en schelden? Aan deze vraag is een hypothese gekoppeld (H1). Deze hypothese stelt dat er een relatie is tussen scheldwoorden en parasociale interactie.

De hoofdvraag kent drie deelvragen:

1. In hoeverre is sprake van parasociale interactie en welke vloggers scoren hoog op het niveau van parasociale interactie?
2. In hoeverre is er een verband tussen parasociale interactie, het schelden van de vlogger en het schelden van een kind?
3. In hoeverre kan een vlogger parasociale interactie en de gevolgen daarvan door middel van adressering aanwakken bij kinderen?

Dit onderzoek is wetenschappelijk relevant, omdat er nog geen onderzoek gedaan is naar het verband van parasociale interactie, vlogs, kinderen en taal. Voorgaand onderzoek naar parasociale interactie heeft zich veelal gefocust op televisieprogramma's. Dit is bijvoorbeeld te zien bij de genoemde onderzoeken van Turner en Levi. Deze onderzoeken waren echter vooral gefocust op volwassenen en niet op kinderen. Parasociale interactie vindt echter ook vaak plaats bij kinderen. Dit onderzoek kan daarom de focus op kinderen binnen de theorie van parasociale interactie in de wetenschap toevoegen. Daarnaast is de focus van vlogs in plaats van televisieprogramma's ook een toevoeging op de theorie van parasociale interactie in de wetenschap.

Naast het onderzoeken van de relatie tussen parasociale interactie en vlogs, is er ook nog geen onderzoek gedaan naar de relatie tussen parasociale interactie en scheldwoorden. Dat is vrij logisch, omdat Kijkwijzer ervoor gezorgd heeft dat er geen televisiecontent te zien was die scheldwoorden bevatte. YouTube controleert echter niet op scheldwoorden, waardoor dit onderzoek met de focus op scheldwoorden een nieuwe casus vormt binnen parasociale interactie. Deze casus kan in de wetenschap toevoegen wat de mogelijke relatie kan zijn tussen parasociale interactie onder kinderen en de overname van scheldwoorden.

# Methode

## **Fase 1:**

Zoals net al kort genoemd is, kent dit onderzoek drie deelvragen. Deze deelvragen worden in twee fases beantwoord. Door middel van een vragenlijst zal in fase 1 gepoogd worden deelvraag 1 en 2 te beantwoorden. Deelvraag 3 zal beantwoord worden met een tekstanalyse en valt onder fase 2.

Om te onderzoeken of de gestelde hypothese juist is, is er een enquête van 38 vragen afgenomen bij kinderen (N=50) in de leeftijd van 10,11 en 12 jaar. De vragen zijn afgenomen in klassikale setting van een basisschool in Voorthuizen in groep 7 en 8. Er is specifiek voor deze leeftijdscategorie gekozen, omdat uit onderzoek is gebleken dat kinderen rond deze leeftijd beginnen met het kijken van vlogs (Chaudron et al., 2015). Kinderen jonger dan tien jaar maken wel gebruik van YouTube, maar kijken dan vooral naar animatiefilmpjes.

Bij het opstellen van de vragen is rekening gehouden met de leeftijd van de respondenten. Hierdoor zijn vele moeilijke termen en jargon vermeden. Daarnaast zijn ook plaatjes toegevoegd aan de vragenlijst om het onderzoek voor de kinderen aantrekkelijker te maken. De vragen zijn gesteld op basis van een vierpuntschaal. Hoewel de meeste onderzoeken een vijfpuntschaal hanteren, is op basis van de leeftijd van de kinderen en de moeilijkheid van het onderzoek gekozen voor een vierpuntschaal. De gehele enquête is te vinden in bijlage 1.

Tijdens fase 1 wordt er eerst gekeken naar de eerste deelvraag en wordt geanalyseerd of er daadwerkelijk sprake is van parasociale interactie tussen kinderen en vloggers. Daarbij wordt gekeken naar de diverse onderdelen van parasociale interactie, waaronder de denkbeeldige vriendschap en de identificatie. De vragen die behoren tot de categorie parasociale interactie, zijn: vragen 11, 13 t/m 20, 22 t/m 24, 26 t/m 30 en 34. Al deze vragen zijn gericht op waardering van de vlogger en het overnemen van keuzes en gedragingen. Een voorbeeld van een vraag waarmee parasociale interactie getest kan worden, is vraag 22: "De gevoelens die de vlogger heeft, heb ik ook."

Daarnaast behandelt de enquête ook de tweede deelvraag en wordt er geanalyseerd of de parasociale interactie die onderzocht is in deelvraag 1 een relatie heeft met het scheldgedrag van kinderen. De vragenlijst bevat vragen die onderzoeken in hoeverre de vlogger scheldt en of kinderen deze woorden ook gebruiken. Vragen die dit element bemeten zijn de vragen 31 en 35.

vraag 31: "De vlogger scheldt"

vraag 35: "Ik scheld wel eens"

Naast de vragen over de scheldende vlogger zijn er ook vragen over het scheldgedrag van anderen uit de directe omgeving. Dit is relevant voor het onderzoek, omdat externe effecten ook een relatie kunnen hebben met het schelden van een kind.

## **Fase 2:**

In fase 2 van dit onderzoek zullen de vlogs van een vlogger middels een tekstanalyse geanalyseerd worden. Met behulp van deze analyse kan worden aangetoond hoe parasociale interactie en de mogelijke indirecte gevolgen, zoals de overname van scheldwoorden, kunnen worden aangewakkerd. Dit zal onderzocht worden door twee afleveringen van een vlogger te analyseren op mate van adressering. Het kiezen van de vlogger zal plaatsvinden op basis van de resultaten uit fase 1. De keuze zal vallen op de vlogger waarbij de grootste relatie gemeten is tussen parasociale interactie en de overname van scheldwoorden. De facetten van adressering waarop zal worden geanalyseerd zijn eerder in het theoretisch kader genoemd. Dit zijn: directe adressering, herkenning, continuïteit, realisme en stijl.

Bij het eerste facet, directe adressering zal gekeken worden naar de mate waarin de vlogger gebruik maakt van verbale en non-verbale adressering. De verbale adressering zal geanalyseerd worden op basis van woordgebruik en de mate waarin kijkers aangesproken en begroet worden. Daarnaast zal gekeken worden hoe een vlogger middels verbale adressering een specifieke doelgroep poogt aan te spreken. Bij jonge kinderen kunnen vloggers bijvoorbeeld wisselen van stemhoogte en decibel. De non-verbale adressering zal geanalyseerd worden door te kijken in hoeverre de vlogger het hoofd en de ogen richt op de kijker.

Uit het theoretisch kader bleek dat parasociale interactie ook kan ontstaan door gelijkenissen tussen de vlogger en de kijker. Dat kunnen gelijkenissen zijn in zowel uiterlijk, gedragingen of achtergrond. Door middel van een tekstanalyse is het niet mogelijk om gelijkenissen in uiterlijk of achtergrond te onderzoeken. Wel is het mogelijk om gelijkenissen te ontdekken op basis van de leefwereld van kinderen. Daarom zal in de analyse gekeken worden in hoeverre de vlogger gelijkenissen vertoont met de leefwereld van kinderen.

Als derde facet wordt de gecontinueerde relatie beschreven tussen de vlogger en de kijkers. Op basis van een dagelijkse verschijning en een dagelijkse routine kan de parasociale interactie versterkt worden. De kijker krijgt het idee dat hij met de vlogger meeleeft en de kleine momenten met de vlogger deelt. Dit zal onderzocht worden door te kijken of de vlogger dagelijks content plaatst en door te kijken of de vlogger dagelijks bekeken wordt. De data over dagelijks kijkgedrag zal achterhaald worden met behulp van de vragenlijsten uit fase 1. Daarnaast betekent continuïteit ook dat de presentatie van de vlogger constant is. Dit zal geanalyseerd worden door te kijken of de presentatie en houding van de vlogger gedurende de twee vlogs hetzelfde blijft.

Ook op basis van de realiteit van de vlogs kan parasociale interactie versterkt worden. De kijker wil graag uitspraken kunnen doen over de keuzes van de vlogger en het verloop van omstandigheden in de toekomst. De analyse zal daarom gericht zijn op de mate waarin de vlogs als realistisch bestempeld kunnen worden.

Als laatste zal gekeken worden naar de stijl van de vlogs. Bij de stijl van een vlog zijn facetten als kleren, woordgebruik en grappen een belangrijke manier om doelgroepen aan te spreken. Om kinderen aan te spreken zal de vlogger vrolijke kleren moeten dragen.

Daarnaast zal hij zijn grappen en taalgebruik moeten aanpassen aan een jeugdig publiek. Binnen de analyse van taalgebruik zal ook daadwerkelijk scheldgedrag van de vlogger geanalyseerd worden.

## Resultaten

### **Deelvraag 1:**

Om de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden zijn basisschoolkinderen van groep 7 en 8 ondervraagd (N = 50). Hiervan kwamen 25 kinderen uit groep 7 en 25 uit groep 8. Daarvan waren 23 man en 27 vrouw. Bij de algemene vragen over vloggedrag bleek dat 5 van de 50 kinderen geen vlogs keek. Deze 5 enquêtes zijn daardoor niet meegenomen in de dataverwerking. Van de overige 45 kinderen bleek dat 19 kinderen vaak vlogs kijken, 18 kinderen soms vlogs kijken en 8 kinderen altijd vlogs kijken. Uit de resultaten van vraag 12 bleek dat vloggers Enzo Knol en Dylan Haegens het meest gekeken werden door de kinderen. 23 kinderen benoemden Enzo Knol als hun favoriete vlogger en Dylan Haegens werd dertien keer genoemd. Overige vloggers die genoemd werden, zijn in onderstaande tabel weergegeven.

**1 = Enzo Knol, 2 = Dylan Haegens, 3 = Bellinga's, 4 = Paulien Tilstra,  
5 = Hart voor Paarden, 6 = Meisje Djamilla**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Enzo Knol	23	46,0	51,1	51,1
	Dylan Haegens	13	26,0	28,9	80,0
	Bellinga's	3	6,0	6,7	86,7
	Paulien Tilstra	2	4,0	4,4	91,1
	Hart voor Paarden	2	4,0	4,4	95,6
	Meisje Djamilla	2	4,0	4,4	100,0
	Total	45	90,0	100,0	
Missing	System	5	10,0		
Total		50	100,0		

De overige vier genoemde vloggers uit bovenstaande tabel worden allemaal maar twee of drie keer genoemd door de kijkers. Hierdoor zijn zij in dit onderzoek te kleinschalig om conclusies uit te trekken. Dit onderzoek zal daarom verder gaan met de analyse van de twee meest gekeken vloggers: Enzo Knol en Dylan Haegens.

Om te onderzoeken of de vloggers onderdeel uitmaken van het dagelijks leven van de kinderen, is gevraagd of zij op dagelijkse basis vlogs kijken. Hieruit bleek dat 15 van de kijkers van Enzo Knol niet dagelijks kijken, ten opzichte van 8 kijkers die wel dagelijks kijken. Bij Dylan Haegens kijken 8 kinderen dagelijks ten opzichte van 5 kijkers die niet dagelijks kijken.

Dit dagelijks kijkgedrag zal verder besproken worden in het onderdeel 'continuïteit' op bladzijde 17 van dit onderzoek.

Voordat de parasociale interactie bemeten kan worden, zal eerst de betrouwbaarheid van de vragen over parasociale interactie getest worden. De vragen die parasociale interactie bemeten, zijn de vragen 11, 14 t/m 36, 40 en 41. Met behulp van de cronbach's alpha blijkt dat  $\alpha=0,82$ . Hierdoor kan gesteld worden dat de vragen over parasociale interactie als betrouwbaar konden worden geacht. De data van de vragen die parasociale interactie bemeten, zijn daarom samengevoegd in een groep.

Door de data te splitsen per vlogger kan achterhaald worden welke vlogger het hoogst scoort op het niveau van parasociale interactie. Zie hiervoor onderstaande tabel. In onderstaande tabel behoort cijfer 1 tot de vlogger Enzo Knol. Hij behaalt de score van 2,18 op een schaal van vier. De tweede vlogger, Dylan Haegens, behaalt de hoogste score met een score van 2,41 op een schaal van 4. Uit deze resultaten blijkt dat zowel Enzo Knol als Dylan Haegens een parasociale interactie kunnen ontwikkelen met een deel van hun kijkers. De tweede deelvraag zal daarom voor beide vloggers de relatie tussen scheldwoorden en parasociale interactie bemeten.

#### Descriptive Statistics

Dezevlogskijkkijkgedrag (FILTER)		N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Selected	Parasocialeinteractieopsomming	23	1,28	2,90	2,1774	,35980
	Valid N (listwise)	23				
2	Parasocialeinteractieopsomming	13	1,34	3,11	2,4138	,45809
	Valid N (listwise)	13				

#### Deelvraag 2:

Bij het onderzoeken naar een verband tussen parasociale interactie, het scheldgedrag van de vlogger en het scheldgedrag van een kind, is eerst onderzocht in welke mate de kijkers schelden. In deze analyse zijn de resultaten van Enzo Knol en Dylan Haegens apart genomen. Bij de kijkers van Enzo Knol bleek dat 43,5% nooit scheldt (N=10), 52,5 procent geeft aan soms te schelden (N=12), en 4,3% zegt vaak te schelden (N=1). Bij Dylan Haegens geeft 7,7% aan nooit te schelden (N=1), 69,2% geeft aan soms te schelden (N=9), 23,1% geeft aan vaak te schelden (N=3). Hieruit blijkt dat de kijkers van Enzo Knol gemiddeld minder schelden dan de kijkers van Dylan Haegens.

Om te kijken of het verschil in schelden tussen de kijkers van Enzo Knol en Dylan Haegens een toevallig verschil is, is een chi-kwadraat uitgevoerd. Hierbij werd een H0 opgesteld waarin gesteld werd, dat het gemeten verschil tussen het scheldgedrag van de kijkers van Knol en Haegens op toeval berust. Als gevolg hiervan zijn niet-schelders en schelders in twee groepen verdeeld. De andere groep werd gevormd door de kijkers van de vloggers Knol en Haegens. Uit het uitgevoerde chi-kwadraat bleek dat de H0 over een kans beschikte van

0,03% (Zie onderstaande tabel). Omdat deze kans dusdanig klein is, wordt de H0 verworpen. Hierdoor kan gesteld worden dat de uitkomsten geen toeval zijn en Haegens over meer kijkers beschikt die scheldgedrag vertonen.

### Chi-Square Test

	Value	Df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,013 <sup>a</sup>	1	,025
Continuity Correction <sup>b</sup>	3,468	1	,063
Likelihood Ratio	5,773	1	,016
Linear-by-Linear Association	4,873	1	,027
N of Valid Cases	36		

Nadat het scheldgedrag van de kijkers is bemeaten, zal er gekeken worden in hoeverre een correlatie te zien is tussen het schelden van de vloggers en het schelden van de kijkers. Bij het berekenen van de correlatie tussen het schelden van Enzo Knol en het schelden van zijn kijkers kwam een matige correlatie van 0,3. Daarnaast behaalde deze correlatie een significantie van 0,2, waardoor gesteld kan worden dat de berekende correlatie niet significant is. Hierdoor kan gesteld worden dat deze analyse geen verband kan meten tussen het schelden van Enzo Knol en het schelden van zijn kijkers.

Bij de correlatie tussen het schelden van Dylan Haegens en zijn kijkers kwam een correlatie van 0,75 met een significantie van 0,01. Hieruit blijkt dat de uitkomsten niet op toeval berusten en er een sterke correlatie is tussen het scheldgedrag van Dylan Haegens en het scheldgedrag van zijn kijkers.

Om te onderzoeken of er geen externe effecten van invloed zijn op het schelden van de kijkers, worden ook de correlaties van scheldende ouders en scheldende vrienden bemeaten. Bij beide vloggers bleek dat er een matige correlatie was tussen scheldende ouders en het schelden van de kijkers. Bij Enzo Knol was de correlatie (0,23) en bij Dylan Haegens was de correlatie (0,26). Daarnaast bleken beide uitkomsten niet significant. Knol behaalde een significantie van 0,29 en Haegens scoorde een 0,4 op significantie. Hierdoor worden de externe effecten van schelden van ouders niet als een mogelijke oorzaak van scheldgedrag bij kinderen gezien.

Bij het meten van de relatie tussen het schelden van vrienden en het schelden van kijkers, bleek dat de correlatie bij de kijkers van Enzo Knol 0,42 was. Deze correlatie was significant (0,05). Hierdoor kan gesteld worden dat de uitkomsten niet op toeval berusten en er bij Knol een matige correlatie is tussen het scheldgedrag van vrienden en het scheldgedrag van de kijkers. Bij de relatie tussen de vrienden en de kijkers van Dylan Haegens, bleek een sterke correlatie te zijn (0,73). Deze correlatie was ook significant (0,01). Vanwege deze sterke correlatie tussen de vrienden en de kijkers van Haegens is het moeilijk vast te stellen wat precies de oorzaak is het van het schelden van de kijkers van Haegens. Het schelden kan

zowel verband houden met het kijken van vlogs, als met het schelden van vrienden. Daarnaast is er in de vragenlijsten niet bemeaten of de vrienden ook kijkers zijn van de vlogs van Haegens.

Vervolgens is in het onderzoek geanalyseerd in hoeverre er een relatie is tussen het schelden van kijkers en parasociale interactie. Uit de analyse blijkt dat er geen sterke correlatie is tussen parasociale interactie bij Enzo Knol en het schelden van kijkers (0,30). Deze correlatie bleek significant met een significantie van 0,16. Er is echter wel een grote correlatie tussen de parasociale interactie bij Dylan Haegens en het schelden van kijkers (0,82). Ook deze bleek significant met een significantie van 0,00. Hieruit blijkt dat beide correlaties niet op toeval berusten. Vanwege de sterke correlatie tussen het scheldgedrag van de kijkers van Haegens en parasociale interactie, zal in Fase 3 van het onderzoek geanalyseerd worden hoe Dylan Haegens parasociale interactie in zijn vlogs kan aanwakken.

### **Deelvraag 3:**

Nadat is vastgesteld dat de parasociale interactie bij Dylan Haegens het hoogst is en dat er een relatie is tussen zijn scheldgedrag en dat van zijn kijkers, is het interessant om te analyseren hoe hij hier door middel van adressering aan bij kan dragen. Dit zal onderzocht worden aan de hand van facetten als: directe adressering, herkenning, continuïteit, realisme en stijl.

De vlogs die bekeken worden zijn de twee laatst uitgekomen vlogs (Analyse is gedaan op 25-12-2017). De eerste vlog die geanalyseerd zal worden, is uitgekomen op 20-12-2017 en heet "IK BEN VREEMDGEAAN... -Truth or Dare #1". De tweede vlog die geanalyseerd wordt, is "NAAKT IN DE SLOOT SPRINGEN! – Truth or Dare #2" en is uitgekomen op 24-12-2017.

Het eerste facet van aantrekking, directe adressering, komt bij de gekeken vlogs van Dylan Haegens uitgebreid aan bod. Haegens maakt gebruik van zowel verbale als non-verbale adressering. In beide vlogs vindt non-verbale adressering plaats doordat Haegens naar de kijkers kijkt en tegen hen lijkt te spreken. Dit wordt versterkt doordat hij regelmatig naar de kijkers wijst. Daarnaast wordt veelvuldig ingezoomd op het hoofd van Haegens wanneer hij tegen de kijkers spreekt. De kijkers worden ook veel verbaal geadresseerd. Dit doet Haegens door de kijkers te begroeten aan het begin van de vlog. Daarnaast wordt in de vlog van 24-12-2017 op het eind de kijkers een fijne kerst gewenst. Qua stemhoogte en decibel lijkt Haegens geen specifieke keuzes te maken als het gaat om de leeftijd van de kinderen.

Het tweede facet van aantrekking, de mate van herkenning, is moeilijk te onderzoeken middels een tekstanalyse. Op basis van een tekstanalyse is het niet mogelijk om te bemeaten of er overeenkomsten zijn tussen Dylan Haegens en zijn kijkers wat betreft uiterlijk en achtergrond. Wel is het mogelijk om gelijkenissen te ontdekken als het gaat om de leefwereld van kinderen. In de vlogs van Haegens zijn verschillende elementen te vinden die aansluiten op de leefwereld van kinderen. In beide vlogs doet Dylan Haegens het spel 'Truth or Dare'. Dit spel kan voor kinderen herkenbaar zijn vanuit hun eigen leefwereld. Daarnaast wordt Haegens tijdens 'Truth' uitgedaagd om de waarheid te vertellen over bepaalde zaken die aansluiten op de leefwereld van kinderen. Zo vertelt hij in de vlog van 20-12 over de huisdieren die hij vroeger gehad heeft. Hierbij laat hij foto's uit zijn jeugd zien. De kijker leert

Haegens op die manier van een andere kant kennen. Aangezien sommige kijkers ook over huisdieren beschikken, is dit een element wat een herkenbare leefwereld kan creëren. Ook wordt Haegens uitgedaagd om te praten over zijn grootste angsten. Zo benoemt hij bloedprikken als grootste angst. Het praten over angsten past bij de leefwereld van kinderen, waarin ook angsten beleefd zullen worden. Doordat Haegens over verschillende elementen spreekt die aansluiten op de leefwereld van kinderen, kunnen kinderen identificatie en een illusie van vriendschap ontwikkelen. Dit kan vervolgens leiden tot het proces van parasociale interactie.



Het net besproken facet van herkenning sluit aan bij het facet van realisme. Op basis van realiteit van de vlogger en de vlogs kan parasociale interactie worden versterkt. De kijker wil graag uitspraken kunnen doen over de keuzes van de vlogger en het verloop van omstandigheden in de toekomst. Zoals net genoemd is, bespreekt Dylan Haegens zijn angsten. Dit kan voor de kijker gezien worden als realiteit. Daarnaast doet Haegens tijdens *Truth or Dare* allemaal dingen die als pijnlijk ervaren kunnen worden. Zo wordt Haegens uitgedaagd om op blote voeten over legoblokjes te lopen. Dat hij veel pijn heeft tijdens het lopen, wordt erg duidelijk gemaakt. Hierdoor krijgt de kijker een realistisch beeld te zien. Daarnaast doet Haegens alledaagse en realistische dingen tijdens zijn vlogs, zoals boodschappen bij de Kruidvat. Door deze alledaagse facetten kan parasociale interactie worden aangewakkerd.

Als derde facet wordt de gecontinueerde relatie beschreven tussen de vlogger en de kijkers. Op basis van een dagelijkse verschijning en een dagelijkse routine kan de parasociale interactie versterkt worden. Wat opvalt, is dat Dylan niet op dagelijkse basis vlogs plaatst. Hierdoor is er een verminderde kans op parasociale interactie. Vanuit deelvraag één bleek dat de meerderheid van de kijkers van Haegens wel op dagelijkse basis kijkt. Acht kinderen gaven aan dagelijks te kijken terwijl vijf kinderen aangaven niet dagelijks te kijken. Dit betekent dat kijkers vaker dan één keer naar een specifieke vlog kijken. Alhoewel Haegens zelf niet dagelijks plaatst, kan de kijker dus alsnog de vlogger in de routine van het dagelijks leven plaatsen. Deze dagelijkse routine kan het proces van parasociale interactie versterken. Continuïteit betekent daarnaast ook dat de presentatie van de persona hetzelfde blijft



tijdens verschillende media-uitingen. Door de twee gekeken vlogs met elkaar te vergelijken blijkt, dat de presentatie van Haegens tijdens media-uitingen constant is. In beide vlogs wordt Haegens humoristisch en energiek neergezet doordat hij 'ludieke' dingen doet voor zijn publiek. Naast de presentatie van Haegens zijn er ook bepaalde elementen die in zijn vlogs constant zijn. Zo wordt Haegens in beide vlogs uitgedaagd kaas te eten. Hij maakt hier elke vlog weer een groot drama van, omdat hij stelt kaas niet te lusten. Daarnaast zijn ook de vrienden van Haegens een constant element in zijn vlogs. Haegens laat steeds dezelfde vrienden zien, waardoor de kijker ook met hen een band kan ontwikkelen.

Als laatste wordt gekeken naar de stijl van de vlogs van Haegens. De stijl die Haegens toepast is, zoals het voorbeeld in het theoretisch kader, op basis van humor en energie. Door deze stijl toe te passen wordt een jonge doelgroep aangesproken. Daarnaast zorgen de kleren van Haegens, vol kleur en printen, ervoor dat het aanspreken van de doelgroep wordt versterkt. Ook de grappen van Haegens en zijn humoristische stijl spreken een jong publiek aan. Zo wordt Haegens bijvoorbeeld uitgedaagd om allerlei 'gekke' uitdagingen te doen, zoals het nemen van een grote hap pindakaas, of door naakt in een vieze sloot te springen.

Binnen de geadresseerde stijl valt ook de woordkeuze van de vlogger. Hoewel niet duidelijk is of Haegens met behulp van scheldwoorden kinderen wil aanspreken, maakt hij hier wel regelmatig gebruik van. Wat echter opvalt, is dat in de twee vlogs verschillend omgegaan wordt met scheldwoorden. In de vlog van 20-12 wordt meerdere malen gescholden. Al in de eerste twee minuten wordt er door Haegens "gadverdamme" gezegd. Daarna volgt het woord "klootzak" in de vijfde minuut. Hoewel er een piep valt bij het woord "kloot", kan de kijker alsnog achterhalen dat er klootzak wordt gezegd. Daarnaast wordt in de zesde minuut "shit" gezegd, gevolgd door het woord "fuck". Er volgt een piep bij het woord "fuck", maar vanwege de nadruk op de letter 'F' is het voor de kijker alsnog goed duidelijk wat er precies gezegd wordt. Wederom in de achtste minuut wordt het woord "Fucking" uitgesproken. De gebruikte piep dekt hier wederom maar een gedeelte van het woord, waardoor het voor de kijker alsnog duidelijk is dat Haegens "Fucking" zegt.

De aflevering van 24-12 gaat heel anders om met scheldwoorden. In de vlog wordt twee keer gescholden in de derde minuut. Het plaatsen van de piep is hier wel dusdanig goed gedaan dat er niet te achterhalen valt welk scheldwoord hier gebruikt is. Ook in de zevende minuut wordt gescholden. Hier is de piep ook goed toegepast. Doordat de twee vlogs totaal anders omgaan met het toepassen van een piep bij scheldwoorden, is een groot verschil te zien in het beleid van omgaan met scheldwoorden. Ook valt op dat er aanzienlijk minder scheldwoorden worden uitgesproken in de vlog van 24-12. Hierdoor blijkt dat het overnemen van scheldwoorden erg afhangt van de vlogs die bekeken worden. Kinderen die alleen de vlog van 24-12 hebben gekeken, hebben minder kans om scheldwoorden over te nemen dan kinderen die de vlog van 20-12 hebben gezien.

## Conclusie

In dit onderzoek is onderzocht of er een verband is tussen parasociale interactie, het schelden van de vlogger en het schelden van een kind. Dit is onderzocht aan de hand van twee fases en drie deelvragen. De eerste fase heeft op basis van een vragenlijst geprobeerd deelvraag 1 en 2 te beantwoorden. Fase 2 heeft middels een tekstanalyse geprobeerd deelvraag 3 te beantwoorden.

Uit de resultaten van deelvraag 1 bleek dat de vlogs van Enzo Knol en Dylan Haegens het vaakst door de kijkers werden bekeken. Andere vlogs die werden bekeken, waren de Bellinga's, Paulien Tilstra, Hart voor Paarden en Meisje Djamilla. Omdat deze vlogs allemaal maar twee of drie keer genoemd werden, waren zij te kleinschalig om verder in dit onderzoek te betrekken. Dit onderzoek is daarom verder uitgevoerd met de data van de kijkers van Enzo Knol en Dylan Haegens. Bij het analyseren van parasociale interactie bleek dat parasociale interactie per vlogger kan verschillen. Dylan Haegens scoorde namelijk hoger op het niveau van parasociale interactie dan Enzo Knol. Hoewel hier een verschil te zien was, bleek dat zowel Knol als Haegens beiden in staat zijn om parasociale interactie te ontwikkelen met een deel van hun kijkers.

Nadat de parasociale interactie was bemeaten, werd in deelvraag 2 geanalyseerd of parasociale interactie een verband had met het scheldgedrag van kinderen. Uit de enquêtes bleek dat de kijkers van Dylan Haegens gemiddeld vaker schelden dan de kijkers van Enzo Knol. Door een Chi-kwadraat uit te voeren bleek dat deze uitkomst geen toevalligheid was.

Bij het berekenen van het verband tussen het schelden van een kind en het schelden van een vlogger bleek, dat de correlatie tussen het schelden van Enzo Knol en het schelden van zijn kijkers matig was. Daarnaast bleek deze correlatie niet significant te zijn. Bij Dylan Haegens bleek echter wel een sterke correlatie te zijn tussen het scheldgedrag en dat van zijn kijkers. Deze correlatie was significant, waardoor gesteld kan worden dat de uitkomsten niet op toeval berusten.

Om te onderzoeken of er geen externe effecten een rol spelen bij het schelden van kinderen, zijn ook omgevingsfactoren bemeaten zoals scheldende ouders of vrienden. Bij beide vloggers bleek dat er een matige correlatie was tussen scheldende ouders en het schelden van een kind. Ook bleken beide correlaties niet significant te zijn.

Bij het meten van externe effecten zoals het schelden van vrienden, bleek dat er geen correlatie was bij de vrienden van de kijkers van Enzo Knol. Het bleek echter dat er wel een sterke correlatie was tussen het schelden van vrienden en het schelden van de kijkers van Dylan Haegens. Beide correlaties bleken significant te zijn, waardoor gesteld kon worden dat de uitkomsten niet op toeval berustten. Vanwege de sterke correlatie tussen het schelden van vrienden en het schelden van de kijkers van Haegens is het moeilijk vast te stellen welke elementen sterker bijdragen aan de overname van scheldwoorden. Het schelden van kinderen kan zowel verband houden met het kijken van vlogs als met het schelden van

vrienden. Daarbij is niet berekend of de vrienden van de respondent ook kijker zijn van de vlogs van Haegens.

Vervolgens is tijdens het onderzoek geanalyseerd in hoeverre sprake is van een relatie tussen parasociale interactie en scheldgedrag. Uit de analyse blijkt dat er geen sterke correlatie is tussen parasociale interactie bij Enzo Knol en het schelden van kijkers. Deze geringe correlatie bleek significant te zijn. Uit de resultaten bleek dat er wel een grote correlatie is tussen parasociale interactie bij Dylan Haegens en het schelden van kijkers. Hoewel deze correlatie groot was, hoeven deze uitkomsten nog niet per se te betekenen dat alleen het kijken naar de vlogs van Haegens leidt tot een toename van scheldwoorden. Zoals net is aangetoond heeft ook het schelden van vrienden een relatie met het scheldgedrag van de kijkers. Hierdoor is het kijken van vlogs niet per definitie oorzakelijk voor scheldgedrag.

Vanwege de bemeeten correlatie tussen parasociale interactie en het schelden van de kijkers van Haegens was Fase 2 van dit onderzoek gericht op de manier hoe Haegens parasociale interactie in zijn vlogs kan bewerkstelligen. Aan de hand van een tekstanalyse van Haegens' twee laatst uitgekomen vlogs is Fase 2 uitgevoerd. Met behulp van de literatuur is onderzocht, hoe het proces van parasociale interactie middels adressering kan worden versterkt. Hieruit bleek dat Haegens verschillende manieren van adressering toepast. Allereerst bleek dat Haegens veel gebruik maakt van directe adressering. Dit vindt zowel plaats op verbale als op non-verbale wijze. Doordat de kijker aangekeken en aangesproken wordt, kan de kijker een mate van verbondenheid creëren.

Daarnaast zorgen ook de mate van herkenning en realiteit voor parasociale interactie. Doordat Haegens elementen uit de leefwereld van kinderen bespreekt en voorbij laat komen, is het mogelijk voor de kinderen om gelijkenissen te ontdekken. Deze gelijkenissen kunnen vervolgens het aspect van parasociale interactie versterken. Ook de realistische elementen uit de vlog kunnen bijdragen aan parasociale interactie. In de vlogs doet Haegens allerlei dagelijkse dingen die door de kijker aanschouwd kunnen worden als realistisch. Het is hierdoor voor de kijker mogelijk geworden om uitspraken te doen over de keuzes van de vlogger en het verloop van omstandigheden in de toekomst.

Ook de continuïteit van de verschijning van Haegens kan parasociale interactie aanwakkeren. Hoewel Haegens niet dagelijks content post, is hij wel constant in de manier waarop hij zichzelf presenteert. Door de twee bekeken vlogs met elkaar te vergelijken, bleek dat de presentatie van Haegens tijdens media-uitingen altijd humoristisch en energiek is. Hierdoor weet de kijker, wat hij of zij kan verwachten en worden karaktereigenschappen aan Haegens toegeschreven. Naast de continuïteit van vertoning, is er ook continuïteit in bepaalde terugkomende elementen. Zo wordt Haegens in beide vlogs uitgedaagd om een stuk kaas te eten. Ook zijn de vrienden van Haegens een terugkomend element.

Ook de stijl van Haegens kan bijdragen aan parasociale interactie. De stijl van Haegens vol grappen en gekke acties die ervoor zorgen dat een jonge doelgroep wordt aangesproken. Ook de gekleurde en geprinte kleren zijn een onderdeel van de stijl. Kinderen kunnen zich makkelijk verplaatsen in de grappen en acties van Haegens, omdat deze voor hun specifieke doelgroep zijn bedoeld.

De woordkeuze van Haegens spreekt niet per definitie een jonge doelgroep aan. Wel maakt Haegens regelmatig gebruik van scheldwoorden. Wat opvalt is dat beide vlogs een verschillend beleid hanteren rondom scheldwoorden. In de ene vlog worden veel meer scheldwoorden gebruikt dan in de andere vlog. Daarnaast heeft de ene vlog wel een consequent beleid rondom scheldwoorden door een lange piep toe te passen, terwijl scheldwoorden in de andere vlog duidelijk te horen zijn. Ook valt op dat de piep niet altijd zijn functie vervult. Sommige piepen dekken namelijk niet het gehele woord. Hierdoor kan de kijker alsnog het scheldwoord achterhalen en overnemen in eigen vocabulaire. Dit kan echter dus wel per bekeken vlog verschillen.

Aan de hand van de drie gedane onderzoeksfases kan bepaald worden of de H1 bevestigd kan worden. H1 stelt dat er een relatie is tussen scheldwoorden en parasociale interactie. Op basis van fase 1 bleek dat er geen relatie is tussen scheldwoorden en parasociale interactie bij de vlogs van Enzo Knol. Hierdoor wordt de H1 verworpen. Bij de vlogs van Dylan Haegens bleek echter dat er wel een relatie was tussen scheldwoorden en parasociale interactie. Hierdoor kan gesteld worden dat de H1 behouden kan worden en het kijken van vlogs mogelijk bij kan dragen aan scheldgedrag. Het kijken van vlogs kan echter niet als oorzakelijk worden gezien voor het schelden van kinderen. Dit onderzoek heeft namelijk aangetoond dat ook het schelden van vrienden mogelijk bij kan dragen aan het schelden van kinderen. Binnen het onderzoek is niet gemeten of deze vrienden ook kijkers zijn van de vlogs van Haegens. Hierdoor kan gesteld worden, dat er meerdere relaties zijn die scheldgedrag van kinderen kunnen bevorderen. Omdat kinderen op voorhand ook al blootgesteld kunnen worden aan scheldwoorden, leidt het kijken van vlogs niet uitsluitend tot een toename van scheldgedrag.

## **Discussie:**

Aan de hand van de uitkomsten van de vragenlijsten bleek dat een relatie gevonden kon worden tussen parasociale interactie en de overname van scheldwoorden. Het onderzoek toont aan dat dit echter niet de enige relatie is. Ook tussen het schelden van vrienden en het schelden van kijkers bleek de relatie sterk. Hierdoor is moeilijk vast te stellen of parasociale interactie oorzakelijk is voor het vergroten van scheldgedrag. Uit het onderzoek is ook gebleken dat de relatie tussen parasociale interactie en scheldwoorden per vlogger kan verschillen. Waar bij de ene vlogger een sterke relatie gemeten werd, bleek dat er geen relatie te meten viel bij een andere vlogger. Hierdoor is er geen algeheel toepasbare theorie over de relatie tussen parasociale interactie en scheldwoorden.

Toch zorgen de uitkomsten van dit onderzoek voor een nieuwe toevoeging binnen de theorie van parasociale interactie in de wetenschap. Eerder gedaan onderzoek naar parasociale interactie en mogelijke overname van gedragingen richtte zich namelijk niet op de overname van scheldwoorden, maar op andere elementen van gedrag. Voorbeelden van overname van gedrag die in andere onderzoeken voorkomen, zijn genoemd in de onderzoeken van Brown et al. (2003) en Levy (1979). Binnen het onderzoek van Brown et al.

werd de relatie tussen parasociale interactie en het overnemen van houdingen ten aanzien van kindermisbruik onderzocht. Daarnaast onderzocht het onderzoek van Levy in hoeverre er een relatie was tussen parasociale interactie en de overname van emoties. Vanwege deze onderzoeken over de overname van gedragingen en parasociale interactie, zal dit onderzoek met de focus op scheldgedrag een nieuwe invalshoek vormen binnen de wetenschap van parasociale interactie.

Dit onderzoek heeft met behulp van een tekstanalyse kunnen aantonen, hoe het proces van parasociale interactie bij kinderen tijdens het kijken van vlogs kan worden aangewakkerd. Zowel de focus op vlogs als de focus op kinderen was hierin een nieuwe casus binnen de theorie van parasociale interactie. Door dit onderzoek te richten op vloggers en kinderen voegt dit onderzoek daarom een nieuw element toe binnen de wetenschappelijke theorie van parasociale interactie. Eerder onderzoek naar het aanwakkeren van parasociale interactie vond vaak plaats door televisieprogramma's te analyseren. Dit is te zien bij de eerder genoemde artikelen van Auter (1992), Giles (2009) en Burton (2000), waarbij gefocust werd op presentatoren van televisieprogramma's in plaats van op vloggers.

Naast de toevoegingen aan de wetenschap, is er tijdens het uitvoeren van dit onderzoek ook een aantal beperkingen aan het licht gekomen. Allereerst is dit onderzoek redelijk kleinschalig. Voor het trekken van conclusies hadden meer data gegenereerd kunnen worden. Ook komen de respondenten uit dit onderzoek uit dezelfde woonplaats. Voor meer representativiteit hadden ook kinderen uit andere plaatsen bevroegd kunnen worden naar kijk- en scheldgedrag.

Daarnaast is er tijdens dit onderzoek gekozen voor het bieden van ruimte aan kinderen om hun favoriete vlogger zelf uit te kiezen. Hoewel dit bijdraagt aan het bemeten van parasociale interactie, is hierdoor wel een ongelijke verdeling ontstaan tussen het aantal kinderen dat Enzo Knol keek en het aantal kinderen dat Dylan Haegens keek. De getrokken conclusies waren sterker geweest op het moment dat beide vloggers een gelijk aantal kijkers hadden gehad.

Wat betreft het afnemen van de enquêtes is ook een aantal beperkingen te noemen. Allereerst hebben de respondenten de mogelijkheid gehad om politiek correcte antwoorden te geven wanneer aan hen scheldgedrag bevroegd wordt. Omdat het onderzoek niet bij wil dragen aan het schelden van kinderen, kon er niet concreet naar gebruikte scheldwoorden van kinderen gevraagd worden. Wat hierbij ook meespeelt is, dat scheldwoorden relatief zijn. Het ene kind kan een bepaald woord als scheldwoord bestempelen, terwijl het andere kind dit niet als scheldwoord ziet.

Een suggestie voor vervolgonderzoek naar parasociale interactie en vloggers is onderzoek door middel van een discours-analyse. Hierbij zal geanalyseerd worden op wat voor manier de vlogger spreekt over maatschappelijke facetten. Daarnaast kan bij vervolgonderzoek ook onderzoek gedaan worden naar de relatie tussen vlogs en een andere doelgroep dan kinderen. Men zou bijvoorbeeld kunnen analyseren in hoeverre opleidingsniveau invloed heeft op het ontstaan van parasociale interactie. Ook zou men kunnen analyseren of er

bepaalde gedragskenmerken onder de kijkers zijn, waardoor de kans op parasociale interactie wordt vergroot.

## Literatuurlijst:

Albertovich, S. (2016). *Vlog as a Type of Internet Text* (thesis) [Vernadsky Crimean Federal University]. Geraadpleegd op 31 oktober 2017, van <http://www.apriori-journal.ru/seria1/2-2016/Shilin.pdf>

Auter, P.J. (1992). TV That Talks Back: An Experimental Validation of a Parasocial Interaction Scale. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 36, 173–181.

Bandura, A. (2002). Social Cognitive Theory of Mass Communication. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (pp. 121-154). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Bennet, M.A.(2010). *Talking to the Camera: Measuring the Impact of Direct Address in Reality Programming on Parasocial Interaction* (thesis) [Texas Tech University].

Geraadpleegd op 7 december 2017, van [https://ttu-ir.tdl.org/ttu-ir/bitstream/handle/2346/45429/Bennett Michelle Thesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ttu-ir.tdl.org/ttu-ir/bitstream/handle/2346/45429/Bennett_Michelle_Thesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Brown, J. (2017). *Online Risk to Children: Impact Protection and Prevention*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Brown, J., M. Basil & M. Bocarnea (2016). The Influence of Famous Athletes on Health Beliefs and Practices: Mark McGwire, Child Abuse Prevention, and Androstenedione. *Journal of Health Communication*, 8(1), 41-57.

Burton, G. (2010). *Talking Television: An Introduction to the Study of Television*. London: Hodder Headline Group.

Chaudron, S., Beutel, M.E., Černikova, M., Donoso Navarette, V., Dreier, M., Fletcher-Watson, B., Heikkilä, A.-S., Kontríková, V., Korkeamäki, R.-L., Livingstone, S., Marsh, J., Mascheroni, G., Micheli, M., Milesi, D., Müller, K.W., Myllylä-Nygård, T., Niska, M., Olkina, O., Ottovordemgentschenfelde, S., Plowman, L., Ribbens, W., Richardson, J., Schaack, C., Shlyapnikov, V., Šmahel, D., Soldatova, G. and Wölfling, K. (2015) *Young Children (0–8) and Digital Technology: A Qualitative Exploratory Study across Seven Countries*. JRC Science and Policy Reports 93239/EUR 27052.

Cohen, J. (2009). Defining Identification: A Theoretical Look at the Identification of Audiences with Media Characters. *Mass Communication and Society*, 4(3), 245-264.

Giles, C. (2009). Parasocial Interaction: A Review of the Literature and a Model for Future Research. *Media Psychology*, 4(3), 279-305.

- Horton, D. & R. Wohl (1956). Mass Communication and Para-social Interaction. *Psychiatry*, 19, 215–229.
- Jay, T & K. Janschewitz (2008). The Pragmatics of Swearing. *Journal of Politeness Research*, 4(2), 267–288.
- Kasper, G.(1990). Linguistic Politeness: Current Research Issues. *Journal of Pragmatics*, 14, 193-218.
- Kotler, A., J. Schiffman & K. Hanson (2012). The Influence of Media Characters on Children's Food Choices. *Journal of Health Communication*, 17(8), 886-898.
- Levy, M., R. (1979). Watching TV News as Para-social Interaction. *Journal of Broadcasting*, 23, 69–80.
- Plowman, L., J. McPake and C. Stephen (2008). Just Picking It Up? Young Children Learning with Technology at Home. *Cambridge Journal of Education*, 38(3), 303-319.
- Tolson, A. (1996). *Mediations*. London: Arnold.
- Turner, J. R. (1993). Interpersonal and Psychological Predictors of Parasocial Interaction with Different Television Performers. *Communication Quarterly*, 41, 443–453.
- Vincent, J. (2015). *Mobile Opportunities, Exploring Positive Mobile Media Opportunities for European Children*. London: POLIS, LSE.
- Wollman Summers, P., A. DeSollar-Hale & H. Ibrahim-Leathers (2013). *Toddlers on Technology*. Bloomington: Author House.

## Bijlage 1: Vragenlijst

*Kleur het rondje dat bij jou hoort:*

**1. Ik ben een**

meisje       jongen

**2. Ik ben**

tien jaar       elf jaar       twaalf jaar       anders, namelijk ...

**3. Ik heb een eigen mobieltje**

nee       ja

**4. Ik heb een eigen tablet**

nee       ja

**5. Ik mag de tablet van mijn ouders gebruiken**

nooit       soms       vaak       altijd

**6. Mijn ouders kijken mee als ik op YouTube zit**

nooit       soms       vaak       altijd

**7. Ik kijk vlogs**

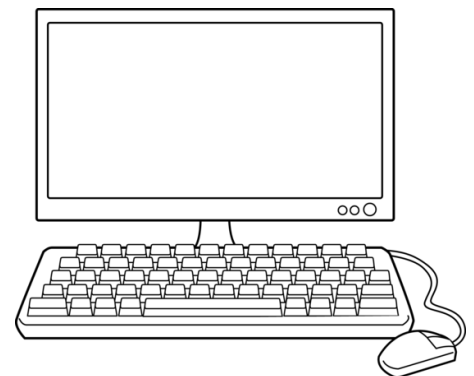
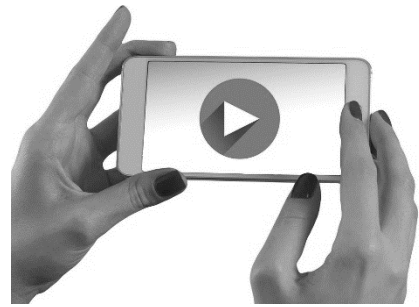
nooit       soms       vaak       altijd

**8. Ik kijk elke dag vlogs**

nee       ja

**9. Ik kijk meer naar vlogs dan naar tv-programma's**

nee       gelijk       ja





**10. Zelf maak ik ook vlogs**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**11. Bij het maken van vlogs kijk ik veel naar anderen**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**12. Als ik vlogs kijk, kijk ik naar**

.....  
.....  
.....

**13. Ik kijk elke aflevering van mijn favoriete vlogger**

0 nee      0 ja

**14. Ik vind de vlogger uit mijn favoriete vlog leuk**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**15. Ik ken de vlogger uit de vlog**

0 niet      0 matig      0 een beetje      0 goed

**16. Ik wil graag op de vlogger lijken**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**17. De vlogger voelt als mijn vriend**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**18. Het leven van de vloggers lijkt me heel leuk**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**19. Ik vind de keuzes, die de vloggers maakt goed**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd



**20. Ik zou dezelfde keuzes maken als de vlogger**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**21. De vlogger toont zijn emoties**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**22. De gevoelens die de vlogger heeft, heb ik ook**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**23. Ik voel met de vlogger mee**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**24. Ik leef met de vlogger mee**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**25. Ik vind dat de vlogger mooie spullen heeft**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**26. Ik wil graag de spullen die de vlogger heeft**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**27. Ik wil net zulke kleren als de vlogger**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**28. Ik wou dat ik net zo was als de vlogger**

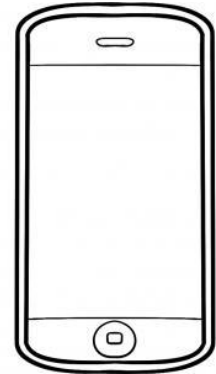
0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**29. Ik doe de vlogger wel eens na**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**30. Ik speel dezelfde games als de hoofdpersoon**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd



**31. De vlogger scheldt**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**32. De vlogger gebruikt veel woorden die ik niet ken**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**33. Mijn ouders weten dat de vlogger scheldt**

0 nee      0 ja

**34. Ik gebruik dezelfde woorden als de vlogger**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**35. Ik scheld wel eens**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**36. Van mijn ouders mag ik schelden**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**37. Ik hoor thuis weleens scheldwoorden**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

**38. Mijn vrienden en vriendinnen schelden**

0 nooit      0 soms      0 vaak      0 altijd

