

---

# VLOGS: INTERACTIEVE DOCUMENTAIRES VAN DE 21STE EEUW?

---

*Een onderzoek naar het genre van de Sacconejolyvlog*



**Martha Breuseker (5736404)**

**Media en cultuur, BA-eindwerkstuk (ME3V15026)**

**Docent: Franca Jonquière**

**Jaar 4, blok 2**

**24 Januari 2019**

**Woordenaantal: 7.651**

# Inhoudsopgave

<b>Verklaring Intellectueel Eigendom</b> .....	2
<b>Abstract</b> .....	3
<b>Inleiding</b> .....	4
<b>Theoretisch kader</b> .....	6
<i>Genre</i> .....	6
<i>Interactiviteit en de interactieve documentaire</i> .....	7
<i>Modes of representation</i> .....	11
<b>Methode</b> .....	12
<b>Analyse</b> .....	14
<i>Modes of interactivity</i> .....	14
<i>Modes of representation</i> .....	20
<b>Conclusie</b> .....	24
<b>Bibliografie</b> .....	26
<b>Bijlagen</b> .....	28
<i>Corpus</i> .....	28
<i>Analyseschema's</i> .....	28
<i>Screenshots</i> .....	40

# Verklaring Intellectueel Eigendom

De Universiteit Utrecht definieert plagiaat als volgt:

Plagiaat is het overnemen van stukken, gedachten, redeneringen van anderen en deze laten doorgaan voor eigen werk.

De volgende zaken worden in elk geval als plagiaat aangemerkt:

- het knippen en plakken van tekst van digitale bronnen zoals encyclopedieën of digitale tijdschriften zonder aanhalingstekens en verwijzing;
- het knippen en plakken van teksten van het internet zonder aanhalingstekens en verwijzing;
- het overnemen van gedrukt materiaal zoals boeken, tijdschriften of encyclopedieën zonder aanhalingstekens of verwijzing;
- het opnemen van een vertaling van teksten van anderen zonder aanhalingstekens en verwijzing (zogenaamd “vertaalplagiaat”);
- het parafraseren van teksten van anderen zonder verwijzing. Een parafraze mag nooit bestaan uit louter vervangen van enkele woorden door synoniemen;
- het overnemen van beeld-, geluids- of testmateriaal van anderen zonder verwijzing en zodoende laten doorgaan voor eigen werk;
- het overnemen van werk van andere studenten en dit laten doorgaan voor eigenwerk. Indien dit gebeurt met toestemming van de andere student is de laatste medeplichtig aan plagiaat;
- het indienen van werkstukken die verworven zijn van een commerciële instelling (zoals een internetsite met uittreksels of papers) of die al dan niet tegen betaling door iemand anders zijn geschreven.

Ik heb bovenstaande definitie van plagiaat zorgvuldig gelezen en verklaar hierbij dat ik mij in het aangehechte BA-eindwerkstuk niet schuldig gemaakt heb aan plagiaat.

Tevens verklaar ik dat dit werkstuk niet ingeleverd is/zal worden voor een andere cursus, in de huidige of in aangepaste vorm.

Naam: Martha Breuseker

Studentnummer: 5736404

Plaats: Oud-Beijerland

Datum: 23 Januari 2019

Handtekening:



## Abstract

Vlogs zijn een nieuw en opkomend fenomeen. Er zijn op YouTube verschillende soorten vlogs te vinden zoals beautyvlogs, kookvlogs en familievlogs. Een uitgebreide genredefinitie voor deze soorten vlogs ontbreekt echter nog. Het doel van dit onderzoek is om voor de laatstgenoemde vlogsoort, de familievlog, een genredefinitie te vinden. Specifiek een definitie voor de familievlogs van de SACCONEJOLY'S. Deze Ierse familie legt al bijna 10 jaar lang dagelijks hun leven vast. De vlogs hebben zowel een interactief als een filmisch karakter. Dit filmische karakter wordt door verschillende wetenschappers al erkend, het interactieve karakter nog niet. Het interactieve documentaire genre is een dergelijk genre dat beiden elementen bevat. Elk project dat de intentie heeft het 'echte' vast te leggen en daarbij gebruik maakt van digitale interactieve technologie, kan gezien worden als een interactieve documentaire. Wellicht dus ook de familievlog. Om dit te onderzoeken is de taxonomie van zowel het interactieve documentaire, als het klassieke documentaire geanalyseerd in relatie tot de vlogs van de SACCONEJOLY'S. De *modes of interactivity* en de *modes of representation*, die horen bij de genres, hebben hierbij als leidraad gediend. Er zijn vijf vlogs geanalyseerd per *mode* op basis van vier elementen: het camerawerk, het narratief, de *editing* en het platform. Uit de analyse is gebleken dat twee van de vier *modes of interactivity* passen bij de vlogs en drie van de zes *modes of representation*. Dit vormt een totaal van vijf *modes* die passen bij de vlogs van de SACCONEJOLY'S. Dit zijn de *conversational*, *participative*, *observational*, *reflexive* en *participatory mode*. De vloggers gaan zowel de conversatie aan met hun kijkers via de reactiesectie, als via de vlog zelf. De kijker wordt betrokken in de vlog en om de vlog heen, waarbij er sprake is van een open en betrokken sfeer. De familie interacteert met datgene wat ze filmen, maar ook met de kijkers. Er worden ervaringen gedeeld, er is transparantie over het filmproces en alle vlogs worden op een vrije manier gefilmd. Deze *modes* vormen een aanvulling op elkaar op zowel interactief als filmisch niveau. Uit deze resultaten is dus gebleken dat de vlogs van de SACCONEJOLY'S gezien kunnen worden als interactieve documentaires.

## Inleiding

Dagelijks een kijkje nemen in het leven van een Ierse familie woonachtig in Engeland. Het lijkt niet heel spannend of bijzonder. Toch kijken er dagelijks duizenden mensen naar de vlogs van de SACCONEJOLY'S. De familie, bestaande uit Anna, Jonathan en hun vier kinderen, vlogt al sinds 2009, heeft inmiddels meer dan 3000 vlogs geüpload en bijna twee miljoen abonnees vergaard.<sup>1</sup> De familie laat in hun dagelijkse video's zien hoe de kinderen naar school gaan, wat er s 'avonds op het menu staat en hoe de honden uit worden gelaten. Maar ook de vier bevallingen van Anna zijn vastgelegd, de eerste stapjes van de kinderen en de bruiloft.<sup>2</sup> Niet alleen het YouTubekanaal van de SACCONEJOLY'S is populair, ook andere YouTubers die dagelijks vlogs uploaden zijn ongekend populair. 'Vloggen' wordt dan ook als één van de nieuwste mediatrends gezien die een explosieve groei beleeft.<sup>3</sup> Maar wat kan er eigenlijk gezegd worden over het genre van de vlog? Is het vloggenre compleet nieuw of is het gebaseerd op al bestaande conventies?

De vlog is afgeleid van zijn tekstuele voorganger, de blog, en is in essentie een korte video waarin een auteur zijn of haar ideeën vastlegt.<sup>4</sup> Na de opkomst van videoblogs is het fenomeen zich steeds verder gaan vormen en uitbreiden. Zo zijn er bijvoorbeeld kookvlogs, comedyvlogs, beautyvlogs en familievlogs te vinden op YouTube.<sup>5</sup> De video's van de SACCONEJOLY'S kunnen gezien worden als familievlogs. Malik Ahmed, omschrijft deze vlogvorm als video's die gemaakt worden door familieleden, van familieleden. De familievlog kent vaak vaste personages en de *content* van de vlogs bestaat uit de avonturen, ontwikkelingen en dagelijkse bezigheden van de familie.<sup>6</sup> Een uitgebreidere genredefinitie van de familievlog ontbreekt echter nog.

Dat iedereen mee kan kijken met de bezigheden en avonturen van de familie, geeft de vlogs een voyeuristisch karakter stelt Jonathan in een recent interview met *I News*. Ook geeft het stel aan dat het vloggen hun leven als het ware heeft veranderd in een *soap opera*, die kijkers dagelijks kunnen volgen.<sup>7</sup> De al langer bestaande *soap opera* is te herleiden naar het

---

<sup>1</sup> "Sacconejoly's," YouTube, geraadpleegd op 2 oktober, 2018, <https://www.youtube.com/user/LeFloofTV/about>.

<sup>2</sup> "The Sacconejolys: 'Vlogging has made our lives like a soap opera,'" *I News*, geraadpleegd op 22 november, 2018, <https://inews.co.uk/inews-lifestyle/sacconejolys-vlogging-made-lives-like-soap-opera/>.

<sup>3</sup> "Wat is een vlog? YouTube vloggen uitgelegd," Findcircles, geraadpleegd op 2 oktober, 2018, <https://www.findcircles.nl/vloggen/wat-is-een-vlog/>.

<sup>4</sup> Karly Grice, "Journey to the Center of a Vlog: One Woman's Exploration of the Genre of Video Blogs," *Grassroots Writing Research Journal* 3.1 (2012): 32.

<sup>5</sup> Findcircles, "Wat is een vlog? YouTube vloggen uitgelegd."

<sup>6</sup> Malik Aleem Ahmed, "FAMILY VLOGGING—GOOD OR BAD? - FREELANCE FAMILY VLOGGING ON SOCIAL COMPUTING WEB SYSTEMS," *The Social Impact of Social Computing* (September 2011): 9.

tegenwoordige *reality* genre. *Reality* televisie is vandaag de dag ongekend populair. Het genre berust op feitelijkheden en zorgt er mede voor dat feitelijke televisie ook stijgt in populariteit.<sup>8</sup> Tevens zorgt dit ervoor dat de documentaire praktijk beïnvloed en geherdefinieerd wordt. Het originele documentaire genre wordt hervormd en fictieve series als *The Office* en *Reno 911* worden door het grote publiek bijvoorbeeld ook gezien als zijnde documentaires.<sup>9</sup> Genres zijn dus constant in beweging en aan verandering onderhevig. Feit en fictie worden bijvoorbeeld gecombineerd en hybride en *cross-generic* programma's zijn vandaag de dag steeds meer te zien.<sup>10</sup>

Meerdere mediawetenschappers stellen dat ook vlogs een dergelijk hybride karakter hebben en dat meerdere en verschillende elementen van televisie- of filmgenres toe te schrijven zijn aan de video's.<sup>11</sup> Zo stelt Will Leurs bijvoorbeeld dat vlogs filmisch zijn, omdat het de kijker een intieme kijk in het alledaagse privéleven geeft, wat in Hollywood ook al lange tijd een groot thema is.<sup>12</sup> Waar echter nauwelijks rekening mee wordt gehouden in het bestaande genredebat rondom vlogs, is het interactieve karakter van de vlog.<sup>13</sup> YouTube als platform biedt namelijk verschillende middelen aan voor de interactie tussen kijker en vlogger. Kijkers kunnen bijvoorbeeld reacties plaatsen bij video's met suggesties en *likes/dislikes* geven.<sup>14</sup> De vlogger kan daarbij reageren op de reacties van kijkers en de suggesties gebruiken om te voldoen aan de behoeften van zijn publiek.<sup>15</sup> Om een genredefinitie te vinden, is het van belang zowel de filmische als interactieve kenmerken van vlogs in acht te nemen. Het interactieve documentaire genre is een dergelijk genre waarbij beide kenmerken aanwezig zijn. Judith Aston en Sandra Gaudenzi stellen dat "any project that starts with an intention to document the 'real' and that uses digital interactive technology to realize this intention can be considered an interactive documentary."<sup>16</sup> Dit zou een game

---

<sup>8</sup> Jelle Mast, "New directions in hybrid popular television: a reassessment of television mock-Documentary," *Media, Culture & Society* 31.2 (2009): 231.

<sup>9</sup> Idem.

<sup>10</sup> Idem.

<sup>11</sup> Bar Niazov, *Instant Documentary: A New Sub-Genre of Autobiography* (Queens Free Press, 2018). - Michael A. Unger, "The extreme subjectivity of Ross McElwee: home as docu-movie," *Studies in Documentary Film* 9.3 (2015). - Stella Bruzzi, *New documentary* (Londen en New York: Routledge, 2006).

<sup>12</sup> Will Luers, "Cinema without show business: a poetics of vlogging," *Post Identity* 5.1 (2007): 1-2.

<sup>13</sup> Grice, "Journey to the Center of a Vlog: One Woman's Exploration of the Genre of Video Blogs," 32.

<sup>14</sup> José Van Dijck, "YouTube Beyond Technology and Cultural Form," in *After the Break: Television Theory Today*, geredigeerd door Marijke de Valck en Jan Teurlings (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2013), 150.

<sup>15</sup> Grice, "Journey to the Center of a Vlog: One Woman's Exploration of the Genre of Video Blogs," 33.

<sup>16</sup> Judith Aston en Sandra Gaudenzi, "Interactive documentary: setting the field," *Studies in Documentary Film* 6.2 (2012): 125-126.

kunnen zijn, een installatie in een museum, maar wellicht ook een vlog. Om te onderzoeken of dit daadwerkelijk zou kunnen, zal de volgende onderzoeksvraag centraal staan: In welke mate kunnen genrekenmerken van interactieve documentaires worden toegeschreven aan de vlogs van de SACCONEJOLY'S? Deze onderzoeksvraag zal tevens onderverdeeld worden in vier deelvragen. De concepten in deze vragen zullen nader toegelicht worden in het theoretisch kader. De deelvragen ter ondersteuning van de hoofdvraag luiden:

1. In welke mate zijn de *modes of representation* te herkennen in de vlogs?
2. In welke mate zijn de *modes of interactivity* te herkennen in de vlogs?
3. In welke mate zijn de verschillende *modes* verweven met elkaar?
4. In welke mate zijn de verschillende *modes* contrasterend met elkaar?

## Theoretisch kader

### *Genre*

Om te onderzoeken op welke manier de genrekenmerken van het interactieve documentaire genre toegeschreven kunnen worden aan de van de vlogs van de SACCONEJOLY'S, is het allereerst van belang vast te stellen wat een genre precies is. Jane Feuer stelt dat een genre simpelweg een categorisatie is. Genretheorie heeft daarbij de taak zowel de afscheidingen te maken als de classificaties te rechtvaardigen. Mediatexten zijn namelijk niet uniek en kunnen daarom gecategoriseerd worden.<sup>17</sup> De categorieën zijn echter wel constant in beweging en aan verandering onderhevig, kaart Stella Bruzzi aan.<sup>18</sup> Genres vloeien steeds meer in elkaar over waarbij er ook mixen van genres kunnen ontstaan.<sup>19</sup> Bruzzi stelt bijvoorbeeld dat het klassieke documentaire genre zich aan het vernieuwen is, mede ook door de komst van *reality* televisie.<sup>20</sup> Ook Jelle Mast kaart aan dat genres elkaar beïnvloeden, waardoor nieuwe genres ontstaan of bestaande genres worden geherdefinieerd.<sup>21</sup> De technologie van vandaag de dag speelt daar ook een rol in stelt Jin Kim. Een platform als YouTube bijvoorbeeld beïnvloedt de

---

<sup>17</sup> Jane Feuer, "Genre study and television," in *Channels of discourse reassembled*, geredigeerd door R.C. Allen (London: Routledge, 1992), 104.

<sup>18</sup> Stella Bruzzi, *New documentary* (Londen en New York: Routledge, 2006), 2.

<sup>19</sup> Jason Mittell, *Genre and Television: From Cop Shows to Cartoons in American Culture* (New York: Routledge, 2004), 3.

<sup>20</sup> Bruzzi, *New documentary*, 1.

<sup>21</sup> Jelle Mast, "New directions in hybrid popular television: a reassessment of television mock-Documentary," 231.

traditionele mediaomgeving met daarin de traditionele genres, maar tegelijkertijd houdt een nieuw medium als YouTube zich ook vast aan kenmerken van het traditionele.<sup>22</sup>

Traditionele film- en televisiegenres kunnen bijvoorbeeld in een vernieuwde vorm terug te vinden zijn op platformen als YouTube waarbij nieuwe technologische mogelijkheden worden aangeboden. Tegelijkertijd houdt YouTube daarbij wel vast aan het traditionele door bijvoorbeeld reclames tussendoor te laten zien en bepaalde regels te hanteren.

### ***Interactiviteit en de interactieve documentaire***

Ook Aston en Gaudenzi erkennen de rol van nieuwe media en technologische ontwikkelingen bij de vernieuwing van genres. Ze bespreken het interactieve documentaire genre als vernieuwing van het klassieke documentaire genre. Elk project dat de intentie heeft om iets 'echts' vast te leggen en daarbij gebruik maakt van interactieve technologie, kan beschouwd worden als een interactieve documentaire stellen Aston en Gaudenzi.<sup>23</sup> Interactiviteit speelt dus een grote rol binnen dit genre. Interactiviteit is echter een breed begrip dat in veel contexten op verschillende manieren benaderd wordt. Scheizf Rafaeli is één van de meest geciteerde wetenschappers op het gebied van interactiviteit en stelt dat interactiviteit zich situeert in de verwantschap van informatie-uitwisseling tussen deelnemers. Het feit dat deelnemers van een mediatext dus met elkaar kunnen interacteren. Functies of percepties van een mediatext zijn hierbij volgens hem ondergeschikt. Interactiviteit gaat ook verder dan een eenrichtingsactie of tweerichtingsreactie vindt Rafaeli, interactiviteit is responsief stelt hij.<sup>24</sup> Er kan bijvoorbeeld daadwerkelijk een gesprek worden gevoerd waarbij gebruiker en maker op elkaar kunnen reageren. De interactiviteit die Rafaeli bespreekt blijft dus niet bij eenrichtingsacties zoals het *liken* van een mediatext of een tweerichtingsreactie tussen maker en gebruiker die niet gelijktijdig is. Ook Everett M. Rogers stelt dat interactiviteit responsief is en stelt dat nieuwe technologie daar aan bij draagt. De mogelijkheid is ontstaan om terug te praten tegen de gebruiker. Hierbij krijgt de gebruiker het gevoel daadwerkelijk deel te nemen aan een conversatie en te kunnen participeren met de maker/computer.<sup>25</sup> De gebruiker kan

---

<sup>22</sup> Jin Kim, "The institutionalization of YouTube: From user-generated content to professionally generated content," *Media, Culture & Society* 34.1 (2012): 53.

<sup>23</sup> Aston en Gaudenzi, "Interactive documentary: setting the field," 125-126.

<sup>24</sup> Scheizf Rafaeli, "From new media to communication," *Sage annual review of communication research: Advancing communication science* 16 (1988): 111.

<sup>25</sup> Everett M. Rogers, *Communication Technology. The New Media in Society* (New York: Simon and Schuster, 1986), 87.



daarbij zelfs het idee krijgen fysiek aanwezig te zijn bij die conversatie.<sup>26</sup> Alsof de gebruiker daadwerkelijk onderdeel is van het verhaal van bijvoorbeeld een game, televisieserie of film. Jens F. Jensen haalt tevens aan dat er invloed uitgeoefend kan worden op de inhoud of vorm van de gemedieerde communicatie.<sup>27</sup> Gebruikers zijn niet meer passief, maar krijgen een actieve rol in de vorming van het narratief bijvoorbeeld. Dit zorgt er ook voor dat de meeste mediatexten non-lineair worden stelt Espen Aarseth. De kijker kan doorklikken, doorspoelen en overslaan op elk gewenst moment.<sup>28</sup> Waar een traditionele film of documentaire een vast lineair narratief heeft, waarbij de kijker een passieve rol heeft, is dat in nieuwe mediatexten anders. De kijker kan zelf invulling geven en acties ondernemen en een mediatext dus ook non-lineair maken door de interactiviteit die geboden wordt. Als er gekeken wordt naar vlogs bijvoorbeeld kan een kijker besluiten door te klikken naar andere vlogs of bepaalde vlogs over slaan en zo een eigen verhaallijn creëren over het leven van die vlogger. Gaudenzi kaart het belang aan van deze invloed bij het interactieve documentaire genre. De kijker/gebruiker moet beschikken over een bepaalde mate van agency bij dit genre. De kijker moet ook daadwerkelijk iets kunnen doen met een interactieve documentaire.<sup>29</sup>

Het platform waarop een bepaalde mediatext te zien/gebruiken is, speelt ook een rol in de interactie stelt David B. Perlmutter. Sociale mediasites zijn volgens hem gebaseerd op interactiviteit en informatie-uitwisseling.<sup>30</sup> Twitter, Facebook, Instagram en YouTube zijn voorbeelden van sociale mediasites waarbij die interactie en informatie-uitwisseling ingezet wordt. Ook Karly Grice vindt de rol van het platform belangrijk in de interactie. In een recent onderzoek naar vlogs bijvoorbeeld stelt zij dat de inhoud van vlogs mede bepaald wordt door de interactie tussen kijker en vlogger. De mogelijkheden van het platform, YouTube, waarop de vlogs te vinden zijn dragen hier aan bij.<sup>31</sup> Zo beschikt YouTube bijvoorbeeld over een *like/dislike* knop, reactiesectie, pollfunctie en een livefunctie. Op deze manier kunnen kijker en vlogger interacteren en kan de vlogger inspelen op de suggesties en behoeftes van zijn of haar publiek. Dit maak vlogs adaptief en dynamisch stelt Grice.<sup>32</sup> Contrasterend kaart

---

<sup>26</sup> Eugene Eberbach, Dina Goldin, en Peter Wegner, "Turing's ideas and models of computation," *Alan Turing: Life and Legacy of a Great Thinker* (2004): 173.

<sup>27</sup> Jens F. Jensen, "Interactivity," *Nordicom Review, Nordic research on media and communication review* 19.2 (1998): 201.

<sup>28</sup> Espen J. Aarseth, "Nonlinearity and literary theory," *Hyper/text/theory* 52 (1994): 765.

<sup>29</sup> Sandra Gaudenzi, "*The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary*" (Diss., London: Goldsmiths, University of London, 2013), 26.

<sup>30</sup> David D. Perlmutter, *Blogwars* (Oxford: Oxford University Press on Demand, 2008).

<sup>31</sup> Karly Grice, "Journey to the Center of a Vlog: One Woman's Exploration of the Genre of Video Blogs," 32.

<sup>32</sup> Idem., 32-33.

Gaudenzi aan dat de interactie die een platform biedt minder belangrijk is dan de interactieve logica en inhoud van mediatexten zelf.<sup>33</sup> YouTube als platform zou dus minder belangrijk zijn dan de interactie die een vlogger biedt vanuit de vlog zelf vindt Gaudenzi. Echter, vind ik het van belang beide elementen mee te nemen in dit onderzoek. Dus zowel de interactieve logica en inhoud van vlogs, als de bijdrage van het platform aan de interactiviteit. Het platform YouTube biedt namelijk verschillende technologische mogelijkheden voor de interactie tussen kijker en vlogger. Tevens speelt technologie een grote rol binnen het interactieve documentaire genre en vind ik daarom dat het platform en de interactieve logica en inhoud van vlogs binnen dit onderzoek even zwaar moeten wegen. Een onderzoek waarbij er zowel naar de interactieve inhoud als de interactieve mogelijkheden rondom de vlog wordt gekeken, lijkt mij meer omvattend dan wanneer slechts één van deze elementen wordt onderzocht.

Om het interactieve documentaire genre te ondersteunen ontwikkelden Aston en Gaudenzi vier *modes of interactivity*. Het idee achter de *modes* is om de manieren te illustreren waarop makers/auteurs hun gebruikers positioneren en technologie gebruiken om de realiteit weer te geven.<sup>34</sup> De *modes* zijn gevormd op basis van vier dominante interpretaties over interactiviteit binnen het academisch debat.<sup>35</sup> De eerste *mode* is de *conversational mode* en positioneert de gebruiker alsof hij in conversatie is met een mediatext. De gebruiker en de mediatext hebben tevens een gelijkwaardige positie. Het draait om de reproductie van een interactie tussen twee mensen, fysiek in één ruimte.<sup>36</sup> In een vlog zou dit bijvoorbeeld betekenen dat de kijker zo gepositioneerd is, dat hij in conversatie met de vlogger lijkt te zijn. Daarnaast gaat het bij de *conversational mode* om de vrijheid die de gebruikers krijgen om zelf beslissingen te maken over bijvoorbeeld het narratief. Deze *mode* berust dus op de agency van de gebruiker. De gebruiker moet daadwerkelijk iets doen met de mediatext om het project als het ware te laten slagen. Daarmee is de gebruiker een *co-creator* van de mediatext, samen met de maker.<sup>37</sup> De tweede *mode* is de *hypertext mode* waarbij de kijker een exploratieve rol krijgt door de hypertext.<sup>38</sup> Dit houdt in dat er binnen een mediatext directe links geplaatst zijn naar andere delen van de mediatext of andere mediatexten. Er kan bijvoorbeeld doorgeklikt worden door de gebruiker naar andere vlogs binnen een vlog. De gebruiker kan zich vrij

---

<sup>33</sup> Gaudenzi, "The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary," 87.

<sup>34</sup> Idem., 38.

<sup>35</sup> Aston en Gaudenzi, "Interactive documentary: setting the field," 126.

<sup>36</sup> Idem.

<sup>37</sup> Gaudenzi, "The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary," 244.

<sup>38</sup> Aston en Gaudenzi, "Interactive documentary: setting the field," 127.

bewegen door de content, maar kan geen toevoegingen doen. In tegenstelling tot de *conversational mode* is de gebruiker bij deze *mode* meer een ontdekkingsreiziger dan een *co-creator*.<sup>39</sup> Sommige wetenschappers zijn daarom kritisch over de mate van interactiviteit die aanwezig is bij de *hypertext mode*. Gaudenzi stelt echter dat er wellicht een lage mate van interactiviteit aanwezig is met de maker of andere gebruikers, maar dat er wel degelijk sprake is van interactiviteit op het individuele vlak. De gebruiker kan namelijk eindeloos ontdekken door middel van de hypertext en zo een eigen verhaal creëren.<sup>40</sup> De *hypertext mode* geeft de gebruiker dus vrijheid van ontdekken en interpretatie, maar geen vrijheid van actie op het gebied van creëren binnen de mediatext zelf. De derde *mode* is de *participative mode*. Deze *mode* rekt op de participatie van de gebruiker om een open en betrokken sfeer te creëren. Er is ruimte voor samenwerking met de gebruiker. Deze samenwerking kan in verschillende vormen plaats vinden.<sup>41</sup> Bij vlogs kunnen de kijkers bijvoorbeeld meedenken over nieuwe ideeën die de vlogger kan toevoegen of uitvoeren. Ook kan de maker bijvoorbeeld een beroep doen op zijn kijkers voor het vertalen van ondertiteling. Makers kunnen namelijk kijkers hebben over de hele wereld en door kijkers mee te laten helpen aan bijvoorbeeld de ondertiteling, kan een nog groter publiek bereikt worden. Deze *mode* is tevens het meest transformatief. De participatie heeft in de meeste gevallen namelijk het effect om veranderingen aan te brengen in de *content*. Bij deze *mode* heeft de gebruiker dus invloed op het productieproces en de mogelijkheid een mediatext op een bepaalde manier te vormen.<sup>42</sup> De laatste *mode* is de *experiential mode*. Deze *mode* geeft de kijker het gevoel van een *hybrid space*, waarbij de grenzen tussen virtueel en fysiek worden vervaagd. Deze *mode* plaatst de interactie met de kijker ‘op locatie’ en buiten de ruimte van het scherm.<sup>43</sup> Bij een familievlog zou dit bijvoorbeeld inhouden dat je je als kijker onderdeel voelt van de familie die je volgt. Daarnaast is de gebruiker binnen deze *mode* een doener en wordt gestimuleerd te handelen naar zijn of haar eigen leefomgeving in plaats van naar een digitale wereld of interface. Het computer-, televisie- of filmscherm wordt bij deze *mode* dus losgelaten en geeft de gebruiker het gevoel daadwerkelijk aanwezig te zijn bij het verhaal van de mediatext.<sup>44</sup>

---

<sup>39</sup> Idem.

<sup>40</sup> Gaudenzi, “*The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary*,” 247.

<sup>41</sup> Aston en Gaudenzi, “Interactive documentary: setting the field,” 127.

<sup>42</sup> Gaudenzi, “*The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary*,” 250-251

<sup>43</sup> Aston en Gaudenzi, “Interactive documentary: setting the field,” 127-128.

<sup>44</sup> Gaudenzi, “*The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary*,” 248.

Elk van deze *modes* creëren een verschillende dynamiek tussen gebruiker, auteur, het artefact en de context. Iedere *mode* kan een andere constructie van de realiteit bieden.<sup>45</sup> De ene *mode* geeft de kijker het gevoel er daadwerkelijk bij te zijn, terwijl de andere mode meer draait om samenwerking. Niet alle *modes* zullen dus toepasbaar zijn op eenzelfde mediatext.<sup>46</sup>

### ***Modes of representation***

De *modes of interactivity* zijn geïnspireerd op de *modes of representation* die Bill Nichols eerder ontwikkelde om de logica van documentaire filmmakers te generaliseren naar zes *modes*. Nichols stelt over de eerste *mode*, de *poetic mode*, dat deze gaat over het weer bijeenbrengen van verschillende fragmenten uit de wereld in een documentaire. Dit gebeurt vaak op een subjectieve, abstracte manier.<sup>47</sup> Verschillende momenten van een dag filmen en deze samenvoegen in een vlog zou een voorbeeld kunnen zijn. Bij de tweede *mode*, de *expository mode*, wordt het narratief lineair en op een Voice-of-God manier verteld en in een argumentatief kader.<sup>48</sup> Deze *mode* staat echter in contrast met het interactieve documentaire genre. Gaudenzi stelt namelijk dat het narratief van de interactieve documentaire non-lineair is en dat de Voice-of-God niet aanwezig is.<sup>49</sup> De kijker kan bij nieuwe mediatexten bijvoorbeeld zelf het narratief bepalen door middel van doorspoelen of doorklikken. De derde *mode* die Nichols ontwikkelde, is de *observational mode*. Bij deze *mode* draait het om een vrije en minder indringende manier van filmen. Waar er bij andere *modes* nog veel controle ligt op licht en geluid, wordt dat bij de *observational mode* meer losgelaten. Door het gebruik van mobiele camera's bijvoorbeeld, waarmee uit de losse hand gefilmd wordt.<sup>50</sup> Deze manier van filmen is in verschillende soorten vlogs ook vaak terug te zien. De vierde *participatory mode* zou, in tegenstelling tot de *expository mode*, wel aan kunnen sluiten op het interactieve documentaire genre. De *participatory mode* draait namelijk om de interactie tussen filmmaker en subject. Deze wordt vastgelegd en de filmmaker is actief betrokken bij de situatie die gefilmd wordt.<sup>51</sup> Er worden bijvoorbeeld vragen gesteld door de maker en ervaringen gedeeld met de kijkers. Ook de *reflexive mode* erkent de aanwezigheid van de kijker en laat tevens het

---

<sup>45</sup> Aston en Gaudenzi, "Interactive documentary: setting the field," 128.

<sup>46</sup> Idem., 128.

<sup>47</sup> Bill Nichols, *Introduction to Documentary* (Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 2001), 88-100.

<sup>48</sup> Idem., 105-109.

<sup>49</sup> Sandra Gaudenzi, "The interactive documentary as a living documentary," *Doc On-line: Revista Digital de Cinema Documentário* 14 (2013): 10.

<sup>50</sup> Nichols, *Introduction to Documentary*, 109-115.

<sup>51</sup> Idem., 116.

bewustzijn van het proces van de maker zien.<sup>52</sup> Vloggers laten bijvoorbeeld hun camera zien door via de spiegel te filmen of laten weten dat ze een andere instelling voor het licht hebben gebruikt. Op deze manier is er transparantie over het filmproces. Als laatste ontwikkelde Nichols de *performative mode*. Hierbij draait het om de erkenning van de emotionele en subjectieve aspecten binnen een documentaire. Het presenteert vaak historische of politieke ideeën binnen een context, die door iedereen anders geïnterpreteerd kunnen worden. Deze mode is vaak autobiografisch van aard.<sup>53</sup>

Zo zijn er dus *modes of representation* die wellicht verweven zijn met de *modes of interactivity*, maar zijn er ook *modes* die in contrast staan. Bruzzi echter, is kritisch over de toepasbaarheid van de *modes of representation*. Volgens haar pretenderen de *modes* een valse chronologie. Zo zou de *expository mode* bijvoorbeeld vooral toepasbaar zijn op de jaren '30 en de daarop volgende *observational mode* vooral op de jaren '60. Bruzzi ziet deze chronologie als problematisch, omdat er jaren worden overgeslagen en de *modes* tevens verouderd zijn. Daarnaast reflecteert ze kritisch op het feit dat de *modes* elkaar opvolgen als een *family tree*. Er zou in plaats daarvan volgens haar sprake moeten zijn van overlapping en interactie.<sup>54</sup> Wellicht dat de *modes of interactivity* als deze overlapping of aanvulling gezien kunnen worden vandaag de dag. Het is daarom van belang beide soorten *modes* mee te nemen in dit onderzoek als het gaat om vlogs, maar daarbij wel kritisch te reflecteren. De vraag is hoe deze verschillende *modes*, zowel de *modes of interactivity* als de *modes of representation*, te herkennen zijn in de vlogs van de SACCONEJOLY'S. Als dat duidelijk is kan er bepaald worden op welke manier de vlogs beschouwd kunnen worden als interactieve documentaires.

## Methode

Het materiaal dat geanalyseerd zal worden, bestaat uit vijf achtereenvolgende vlogs van de SACCONEJOLY'S. Er is gekozen voor vijf vlogs om op deze manier een midweek uit het leven van de familie te kunnen analyseren. Dit geeft een completer beeld dan één of een aantal losse vlogs. Specifiek is er gekozen voor de vlogs gepost van maandag 23 juli t/m vrijdag 27 juli.<sup>55</sup> Deze vlogs zijn geselecteerd, omdat er zowel alledaagse bezigheden voorbijkomen, als belangrijke levensgebeurtenissen. De activiteiten in de vlogs variëren van een bezoekje brengen aan het park, tot het verbouwen van het nieuwe huis en het bekijken van de echo van

---

<sup>52</sup> Idem., 124

<sup>53</sup> Idem., 130.

<sup>54</sup> Bruzzi, *New documentary*, 3.

<sup>55</sup> Zie bijlage corpus.

hun vierde kind. Het materiaal is hierdoor gevarieerd en bestaat niet louter uit hoogtepunten, maar ook niet louter uit alledaagse bezigheden. De vlogs duren gemiddeld 18 minuten, waardoor er ongeveer 90 minuten aan videomateriaal is dat geanalyseerd zal worden.

Dit materiaal zal op een esthetische manier benaderd worden. Feuer bespreekt deze *aesthetic approach* met betrekking tot genre en doelt hiermee op het feit dat genredefinities benaderd worden als een systeem van conventies. Een systeem waarbij er standaarden, normen en criteria verbonden zijn aan genres. De benadering draait om het kunnen toeschrijven van een individuele mediatext aan een bepaald genre.<sup>56</sup> Bepaalde kenmerken die horen bij een genre, moeten dus te herkennen zijn in een mediatext om deze toe te kunnen schrijven aan een genre. Er wordt daarbij gekeken naar de interne werking van een mediatext en de 'juiste' taxonomie van een genre.<sup>57</sup> De focus ligt op formele en stilistische kenmerken en innovaties zoals *editing*, camerawerk en locatie. Daarnaast staat de narratieve structuur vaak centraal, waarbij het draait om de manier waarop het narratief wordt vormgegeven.<sup>58</sup> Is er bijvoorbeeld een *narrator* aanwezig of is er een bepaald patroon te herkennen in het narratief. Deze *aesthetic approach* zal gebruikt worden om te onderzoeken in welke mate de verschillende *modes* en genrekenmerken die horen bij zowel het documentaire genre als het interactieve documentaire genre, toegeschreven kunnen worden aan de vlogs van de SACCONEJOLY'S. Het klassieke documentaire genre wordt daarbij ook meegenomen, omdat dit een onderdeel vormt van het vernieuwde interactieve documentaire genre. De *modes of interactivity* en de *modes of representation* zullen daarbij als leidraad dienen. Er zal gekeken worden naar de interne werking van de vlogs en deze zullen naast de taxonomie van het interactieve documentaire genre en het klassieke documentaire genre gelegd worden. Met de interne werking van de vlogs wordt in dit onderzoek verstaan het narratief, het camerawerk en de editing. Daarnaast zal ook het platform YouTube betrokken worden, omdat deze zoals eerder besproken niet achter wegens gelaten kan worden. Er is gekozen voor specifiek deze vier elementen, omdat deze elementen over het algemeen te herkennen zijn in de vlogs en passen bij de invulling van de verschillende *modes*. Echter, zullen niet alle elementen bij elke *mode* passen. Een element als *editing* zal bijvoorbeeld meer passen bij de *hypertext mode* dan bij de *poetic mode*. Daarentegen zal het narratief een belangrijker element zijn bij de *poetic mode* dan bij de *hypertext mode*. Om deze reden zijn er dan ook meerdere elementen

---

<sup>56</sup> Feuer, "Genre study and television," 109.

<sup>57</sup> Mittell, *Genre and Television: From Cop Shows to Cartoons in American Culture*, 3.

<sup>58</sup> Feuer, "Genre study and television," 109.

geselecteerd die passen bij meerdere en verschillende *modes*. Er is gekozen voor niet meer dan vier elementen, omdat dit onderzoek anders te breed wordt.

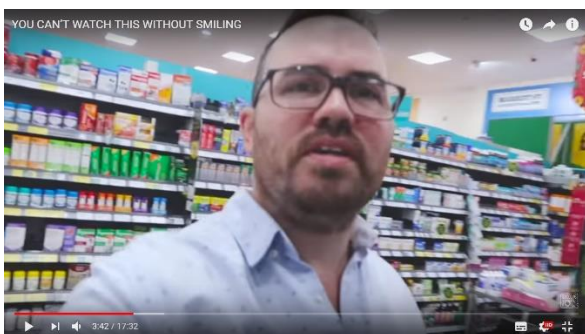
Om het onderzoek uit te voeren zal er allereerst gekeken worden naar de *modes of interactivity* en op welke manier deze te herkennen zijn in de vlogs aan de hand van bovenstaande elementen. Vervolgens zal ditzelfde gedaan worden met de *modes of representation*. De vlogs zullen daarbij nauw en gedetailleerd bekeken worden en er zal per *mode* gekeken worden hoe de elementen terugkomen. Daarnaast zal er ook worden gekeken op welke manier de verschillende *modes* verweven ofwel contrasterend zijn met elkaar. Op deze manier kan er een conclusie worden getrokken over de toeschrijving van het interactieve documentaire genre aan de vlogs.

## Analyse

### *Modes of interactivity*

De vijf vlogs van de SACCONEJOLY'S zijn uitvoerig bekeken en geanalyseerd. De analyse is gedaan aan de hand van analyseschema's waarbij er per *mode* en per element is gekeken hoe deze te herkennen zijn in de verschillende vlogs. Allereerst zullen de resultaten met betrekking tot de *modes of interactivity* besproken worden, vervolgens de resultaten met betrekking tot de *modes of representation* en daarbij zal tevens gekeken worden hoe de verschillende *modes* samenhangen ofwel contrasteren.

Als er wordt gekeken naar de *conversational mode*, kan er gezegd worden dat vrijwel alle elementen bij deze *mode* te herkennen zijn in de vlogs. Op het gebied van het narratief bijvoorbeeld komt het meerdere keren terug dat Anna en Jonathan hun kijkers om advies vragen. Zo vraagt Jonathan zich bijvoorbeeld af in vlog twee welke tandpasta hij het beste kan kopen voor zijn kinderen. Hij kijkt de kijker eerst aan om als het ware contact te leggen en filmt daarna het schap en vraagt vervolgens welke tandpasta hij het beste kan kopen (zie afb. 4.2, 1.2).

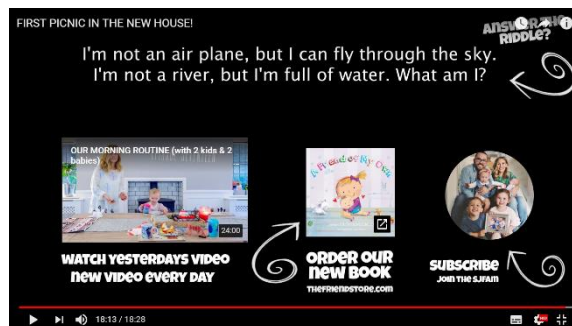


Afbeelding 4.2



Afbeelding 1.2

Uiteindelijk kan de kijker op dat moment ‘live’ geen advies geven, maar Jonathan betreft de kijker toch. De kijker zou daarbij het gevoel kunnen hebben fysiek in de ruimte te staan doordat Jonathan ook vanuit zijn oogpunt het schap filmt (afb. 2.2). Over de *editing* kan gezegd worden dat dit slechts op één moment terug te zien is met betrekking tot de *conversational mode*, namelijk in de *endcard* aan het einde van elke video. De familie heeft in deze *endcard* een rijm verwerkt die elke vlog weer anders is. Ze vragen daarbij aan de kijkers of ze deze op kunnen lossen. Ze proberen te de kijkers hierdoor te stimuleren met elkaar in gesprek te gaan onder de video om de rijm op te lossen (zie afb. 3.1)



Afbeelding 3.1

Kijkers zijn hier dus niet zozeer in conversatie met de vlogger, maar meer met de andere kijkers en ook niet tijdens de vlog maar ‘onder’ de vlog in de reactiesectie. Deze reactiesectie biedt in het algemeen echter wel de mogelijkheid in gesprek te raken met de familie. Wanneer een kijker bijvoorbeeld een reactie achter laat, heeft de familie de mogelijkheid daarop te reageren en de kijker vervolgens ook weer. Dit gebeurt bijvoorbeeld in vlog drie doordat Anna vertelt dat veel kijkers om haar recepten vragen en daarbij aangeeft dat deze gewoon op het internet te vinden zijn.<sup>59</sup> Dit geeft aan dat de familie de reacties leest en daar in de vlog ook op reageert. Zo kan de conversatie digitaal achteraf plaats vinden, maar als het ware ook via de vlog. Daarnaast zorgt YouTube er voor dat de kijker een *co-creator* kan worden. Met name met betrekking tot het narratief heeft de kijker de vrijheid en de *agency* dit zelf in te vullen. De kijker kan doorspoelen, overslaan, versnellen en pauzeren wanneer gewenst. Zo kan de kijker een eigen narratief samen stellen door middel van het platform. Als er verder gekeken wordt naar het narratief in de vlogs, komt op verschillende momenten de *conversational mode* naar voren. Zo vertelt Anna bijvoorbeeld in vlog één dat ze het zwaar heeft aan het einde van haar zwangerschap met daarnaast nog drie kleine kinderen die ook aandacht nodig hebben.<sup>60</sup> Dit zou kunnen lijken op een persoonlijk gesprek dat ze voert met

<sup>59</sup> Zie analyseschema 5, *conversational*, C.

<sup>60</sup> Zie analyseschema 1, *conversational*, C.



een vriendin, maar in dit geval dus met haar kijkers. Jonathan praat op verschillende momenten ook direct met zijn kijkers alsof ze daadwerkelijk in gesprek zijn. Zo vraagt hij bijvoorbeeld in vlog één of iemand misschien nog steentjes nodig heeft voor in de tuin, omdat zij deze over hebben.<sup>61</sup> In andere vlogs spreekt hij de kijker ook direct aan door uitspraken als “omg look at this guys”, “goodmorning friends” en “goodnight I’ll see you tomorrow.” Bij dit soort uitspraken wordt er tevens direct in de camera gekeken door de familieleden.<sup>62</sup> Hierdoor ontstaat er als het ware oogcontact tussen kijker en vlogger alsof ze daadwerkelijk in conversatie zouden kunnen zijn (zie afb. 1.1).



Afbeelding 1.1

Ook de kinderen gaan het gesprek aan met de kijker. In vlog twee stimuleert Jonathan dit door tegen Amelia te zeggen: “Tell all the boys and girls. Where did you go today?” waarna Amelia vertelt over haar dagje op de boerderij.<sup>63</sup> Verschillende elementen zorgen er dus voor dat de *conversational mode* te herkennen is in de vlogs. De *hypertext mode* is vooral op het vlak van *editing* en het platform te herkennen in de vlogs. In vlog één bijvoorbeeld komt de website van de familie *thefriendstore.com*, waar hun boek te koop is, in beeld met daaronder de tekst *link in discription* (zie afb. 4.1).



Afbeelding 4.1

De kijker wordt hiermee gestimuleerd de website van de familie te bezoeken en naar de beschrijving onder de video te gaan om dit in één klik te kunnen doen. Tevens zijn in de

<sup>61</sup> Zie analyseschema 1, *conversational*, C.

<sup>62</sup> Zie analyseschema 1, *conversational*, A en C.

<sup>63</sup> Zie analyseschema 3, *conversational*, C.

beschrijving nog veel meer links te vinden, bijvoorbeeld naar de *social media*-kanalen van de verschillende familieleden. Daarnaast biedt de *endcard* aan het einde van iedere vlog genoeg mogelijkheden voor kijkers om door te klikken en te ontdekken. Zo zit er in de *endcard* een directe link naar de vorige vlog, waardoor de kijker dus zelf een niet chronologisch narratief zou kunnen vormen. Ook zit er een directe link naar het kanaal van de familie in waarbij je meteen kunt abonneren, mocht je dat nog niet gedaan hebben. En als laatste is de website waar tevens ook het boek gekocht kan worden ook gelinkt in de *endcard*. Op het gebied van het platform is het ‘i-tje’ dat in beeld verschijnt tijdens de vlog een goed voorbeeld van een mogelijkheid voor kijkers te ontdekken en door te klikken (zie afb. 4.1). Deze optie biedt de mogelijkheid om een directe link in beeld te brengen. De SACCONEJOLY’S gebruiken het in verschillende vlogs om hun boek en website te promoten. Het feit dat YouTube de mogelijkheid biedt door te kunnen klikken en verschillende links te volgen, draagt bij aan de exploratieve rol van de kijker bij deze *hypertext mode*.

Als er gekeken wordt naar de *participative mode* kan er gezegd worden dat vooral het narratief en het platform zorgen voor de samenwerking en de open en betrokken sfeer tussen kijker en vlogger. Jonathan vraagt bijvoorbeeld in vlog één aan de kijkers of ze steentjes nodig hebben. De steentjes zijn over omdat de familie aan het verbouwen is en Jonathan wil de kijkers deze aanbieden.<sup>64</sup> Andersom bieden de kijkers ook hulp aan de familie. Jonathan vertelt in dezelfde vlog bijvoorbeeld dat hij een paar dagen eerder hulp had gevraagd in verband met de verbouwing. Hij bedankt de kijkers voor de vele mails met tips, adviezen en aanboden.<sup>65</sup> Vanwege de ontvangen mails heeft Jonathan besloten hierover te praten, waarmee de kijkers tevens een deel van het narratief bepaald hebben en dus als het ware mee hebben geholpen aan het eindproduct van de vlog. Als de kijkers geen actie hadden ondernomen, geen mails hadden gestuurd en geen reacties hadden geplaatst, had Jonathan hier ook geen stuk aan gewijd in de vlog. Door te reageren op de oproep en te participeren met de vlogger, hebben de kijkers dus een deel van de inhoud bepaald. Hier is het veranderlijke karakter van de *participative mode* dan ook duidelijk terug te zien. Ook in vlog vier vraagt Jonathan de kijkers om hulp. Deze keer vraagt hij of de kijkers reacties achter willen laten als ze verstand hebben van vloeren verwijderen of iemand kennen die dat heeft.<sup>66</sup> Hij betreft hierbij tevens de reactiesectie waarover YouTube beschikt. Hierin kunnen gevraagde en ongevraagde adviezen geplaatst worden. Zo geven veel kijkers hun mening en advies

---

<sup>64</sup> Zie analyseschema 1, *participative*, C.

<sup>65</sup> Idem.

<sup>66</sup> Zie analyseschema 8, *participative*, C.

bijvoorbeeld onder vlog één over de kleur die Amelia's nieuwe kamer zou moeten krijgen in de reactiesectie.<sup>67</sup> De familie kan deze adviezen ter harte nemen en weer verwerken in toekomstige vlogs. Daarnaast draagt de *editing* in deze vlogs over het algemeen niet bij aan de *participative mode*. Het enige moment dat in de editing gestimuleerd wordt samen te werken, is in de *endcard* bij het oplossen van de rijm. Kijkers zouden dit bijvoorbeeld samen kunnen doen door middel van de reactiesectie.

De laatste *mode of interactivity*, de *experiential mode*, is voornamelijk op het gebied van camerawerk te herkennen. In vlog drie bijvoorbeeld probeert Jonathan via de camera een fysieke connectie te maken met zijn kijkers. Als hij gedag wil zeggen aan het einde vlog geeft hij de kijker een *fist bump*, oftewel een box (zie afb. 3.3).



Afbeelding 3.3

Hij probeert dus letterlijk een fysieke connectie na te bootsen door het scherm. Het gevoel van een *hybrid space*, waarbij de grenzen dus fysiek en virtueel vervagen, zou hier kunnen optreden. De kijker kan het gevoel hebben niet meer op de plek te zijn waar de video gekeken wordt, maar in dezelfde ruimte als Jonathan door de letterlijke connectie die hij probeert te maken. Het feit dat er een scherm tussen de kijker en Jonathan zit, wordt daarmee losgelaten. Jonathan handelt namelijk alsof er geen scherm aanwezig is tussen hem en de kijker en stimuleert de kijker ook zo te handelen. De interactie wordt hier als het ware op locatie geplaatst, alsof Jonathan en de kijker tegenover elkaar staan en die box ook daadwerkelijk kunnen geven. Echter, zal elke kijker dit wellicht op een andere manier ervaren. Verder wordt er in het algemeen op veel momenten in iedere vlog vanuit het perspectief van een familielid gefilmd, als het ware door de ogen van dit familielid (zie afb.7.1).

---

<sup>67</sup> Zie analyseschema 1, *participative*, D.



Afbeelding 7.1

De kijker kan hierdoor het gevoel krijgen er daadwerkelijk bij te zijn als onderdeel van de familie. Als er naar de *editing* wordt gekeken, is er op de *endcard* de tekst “join the sjfam” te zien (zie afb. 3.1). Hiermee doelt de familie op het feit dat, wanneer je je abonneert en hun video’s dagelijks kijkt, je als het ware onderdeel bent van de familie. Via de reactiesectie laat een kijker weten dat ze dit ook daadwerkelijk zo ervaart (zie afb. 8.1).



The 7 Henry's 5 maanden geleden (bewerkt)

SacconeJoly's are basically my YouTube family, looking forward to all the house renovations.



BEANTWOORDEN

Afbeelding 8.1

Met betrekking tot het narratief wordt eigenlijk elke vlog hetzelfde gedaan om de kijker onderdeel te laten voelen van de familie. Eén van de familieleden zegt aan het begin van de vlog “goodmorning” en een ander aan het einde “goodnight.” Tussen deze twee woorden wordt de kijker meegenomen in het leven van de familie, de echte wereld kan dan wellicht even vergeten worden.<sup>68</sup>

Er kan gesteld worden dat elke *mode of interactivity* terug te zien is in de vlogs. Echter, geldt dit niet voor alle *modes* op hetzelfde niveau. Zo is de *conversational mode* in alle elementen te herkennen en komen de kenmerken van deze *mode* in elke vlog terug. Voor de *experiential mode* geldt dit bijvoorbeeld niet. Er is slechts één voorbeeld te noemen van een moment waarop het gevoel van een *hybrid space* zou kunnen ontstaan voor de kijker. Verder worden de kijkers op meerdere manier betrokken bij de familie, maar omvat dit niet in alle gevallen het gevoel van er daadwerkelijk bij zijn. Wellicht dat een virtual reality ervaring of 4D film dit gevoel beter en constanter kan bewerkstelligen. Om deze reden past de *experiential mode* dan ook het minst bij de vlogs. Ook de *hypertext mode* kan niet in zijn volledigheid worden toegeschreven aan de vlogs. Deze *mode* wordt gekenmerkt door het feit dat de kijker/gebruiker geen toevoegingen kan doen aan de mediatext en dus slechts een

<sup>68</sup> Zie analyseschema 1, *experiential*, C.

ontdekkingsreiziger is en geen *co-creator*. Nu is echter bij de *participative mode* gebleken dat de kijkers wel degelijk toevoegingen kunnen doen en de acties die kijkers ondernemen ook het narratief kan veranderen van de vlogs. Er zijn dus aspecten van de *hypertext mode* die terug te zien zijn, maar de essentie van de *mode* past niet volledig bij vlogs. Wellicht dat deze *mode* meer past bij een game waarbij het narratief bijvoorbeeld van tevoren is bepaald en dus geen veranderingen aangebracht kunnen worden.

### ***Modes of representation***

De eerste *mode of representation*, de *poetic mode*, die draait om het weer bijeenbrengen van verschillende elementen uit de wereld in een documentaire, zou vergelijkbaar kunnen zijn met de structuur van de vlogs van de SACCONEJOLY'S. Elke vlog begint 's ochtends en eindigt 's avonds en gedurende dag worden verschillende fragmenten van een dag uit het leven van de familie laten zien.<sup>69</sup> Daarnaast is het subjectieve karakter van de *mode* is terug te zien in het feit dat de familie hun mening geeft en deze deelt met de kijkers op verschillende momenten.<sup>70</sup> Abstract zijn de vlogs echter niet te noemen.

Over de *expository mode* kan gezegd worden, zoals eerder vastgesteld, dat deze in contrast staat met het interactieve documentaire genre. In de vlogs is de *expository mode* dan ook nauwelijks terug te zien. Zo is er bijvoorbeeld geen sprake van een Voice-of-God. De familieleden vertellen zelf het verhaal bij de beelden die ze filmen. Daarentegen is het narratief over het algemeen wel chronologisch en lineair *geëdit*. Echter, is er aan het begin van elke vlog een flashforward aanwezig die alvast een preview geeft van wat er in de vlog gaat gebeuren.<sup>71</sup> Daarnaast biedt ook het platform verschillende mogelijkheden om het narratief non-lineair te maken.<sup>72</sup> Hierdoor kan er gesteld worden dat weinig elementen met betrekking tot de *expository mode* te herkennen zijn in de vlogs.

De *observational mode*, waarbij de controle over bijvoorbeeld licht en geluid minder groot is, is voornamelijk te herkennen in het camerawerk van de familieleden. De camera die ze gebruiken is klein en niet per se van professioneel formaat. Daarom is deze makkelijk te gebruiken, zijn de beelden bewegelijk en niet altijd even statisch of strak. De familie filmt vanuit de losse hand en zelfs de kinderen pakken af en toe de camera, waardoor het beeld wat rommelig kan worden (zie afb. 1.5).<sup>73</sup>

---

<sup>69</sup> Zie analyseschema 2, *poetic*, C.

<sup>70</sup> Idem.

<sup>71</sup> Zie analyseschema 2, *expository*, B

<sup>72</sup> Zie analyseschema 2, *expository*, C.

<sup>73</sup> Zie analyseschema 2, *observational*, A.



Afbeelding 1.5

De camera wordt in de vijf geanalyseerde vlogs slechts één keer op een statief neergezet waardoor de familieleden zichzelf kunnen filmen zonder de camera in de hand te hebben.<sup>74</sup> Ook met het licht en geluid wordt niet altijd rekening gehouden. Er kan soms ruis te horen zijn of er kunnen over- of juist onderbelichte beelden aanwezig zijn in de vlogs (zie afb. 2.1).



Afbeelding 2.1

De vrije en bewegelijke manier van filmen die de *observational mode* kenmerkt, is dus zeker terug te zien in de vlogs van de SACCONEJOLY'S.

Over de *participatory mode* kan gezegd worden dat deze te herkennen is in het camerawerk en het narratief. In het algemeen is het duidelijk dat de ervaringen die gedeeld worden met kijkers, waar het bij deze *mode* om draait, het concept is van de vlogs van de familie. Als het gaat om de interactie tussen filmmaker en subject, is dit terug te zien in het feit dat Jonathan de kinderen bijvoorbeeld filmt tijdens het uitzoeken van de verf voor het nieuwe huis in vlog één. Hij praat daarbij zelf ook mee en interacteert dus met datgene wat hij filmt. Deze manier van filmen waarbij degene die filmt ook interacteert met datgene wat gefilmd wordt, komt op verschillende momenten in meerdere vlogs voor.<sup>75</sup> Daarnaast is er ook een interactie te zien tussen filmmaker en kijker in verschillende vlogs, waarbij de aanwezigheid van de kijker wordt erkend. Wanneer Jonathan in vlog één bijvoorbeeld de kijkers bedankt voor de mails met tips en adviezen voor de verbouwing, kaart hij op beeld de

<sup>74</sup> Zie analyseschema 8, *observational*, A.

<sup>75</sup> Zie bijvoorbeeld analyseschema 4, *participatory*, C.

interactie aan die plaats heeft gevonden tussen kijker en vindt er interactie op dat moment plaats door de kijker direct aan wordt gesproken.<sup>76</sup> Ook in vlog twee wordt de aanwezigheid van de kijker erkend. Anna laat de kijkers weten dat ze druk is en daardoor nog niet veel heeft gevlogd. Ze vraagt hen daar niet over te oordelen.<sup>77</sup> De interactie tussen filmmaker en kijker zou verder kunnen gaan in de reactiesectie. Deze interactie is dan echter niet tijdens de vlog, maar achteraf. Aangezien het bij deze *mode* vooral draait om de interactie tijdens het filmen, heeft de interactie die het platform biedt een minder belangrijke rol.

De *reflexive mode* komt vooral naar voren in het camerawerk en het narratief van de vlogs. De transparantie over het filmproces is bijvoorbeeld in vlog één te zien doordat Jonathan tijdens het filmen tegen Anna zegt “why are we so blue” waarmee hij doelt op het licht dat blauw oogt op beeld (zie afb. 2.1). Ook in vlog twee is de transparantie terug te zien. Als Amelia haar verhaal vertelt over haar uitstapje naar de boerderij met school, spuugt ze uit enthousiasme per ongeluk op de camera waarop ze zegt “oh, I spit on the camera.”<sup>78</sup> Vervolgens maakt Jonathan de camera schoon, terwijl hij gewoon door filmt. Ook is Jonathan tijdens het filmen van Amelia zelf te zien in de spiegel op de achtergrond met de camera in zijn hand (zie afb. 3.2).



Afbeelding 3.2

De kijkers worden hierdoor bewust gemaakt van de camera en ook het bewustzijn van het filmproces van de vlogger is te zien. Daarnaast is het moment dat Anna aangeeft nog weinig gevlogd te hebben in vlog twee, omdat ze druk was met het editen en maken van drie andere video's, ook een voorbeeld van transparantie. Hier maakt Anna de kijkers namelijk bewust van het feit dat de vlogs ook elke dag geëdit moeten worden na het filmen ervan. Zo kan er dus gezegd worden dat de familie transparant is over het film- en editproces en dat de vlogs passen bij de *reflexive mode*.

<sup>76</sup> Zie analyseschema 2, *participatory*, C.

<sup>77</sup> Zie analyseschema 4, *participatory*, C.

<sup>78</sup> Zie analyseschema 4, *reflexive*, C.

De *performative mode* is vaak autobiografisch van aard en zou daarom kunnen passen bij de vlogs van de SACCONEJOLY'S. De familie filmt hun eigen levensloop en bepaalt daarbij zelf wat kijkers wel en niet te zien krijgen. Daarbij is op verschillende momenten in de vlogs de erkenning van emotionele aspecten aanwezig. Deze zijn bijvoorbeeld terug te zien als Anna in vlog één aangeeft dat ze het zwaar heeft met hoogzwanger zijn en daarbij nog drie kleine kinderen moet opvoeden.<sup>79</sup> Ook Jonathan die in vlog twee over zijn dochter praat die net gestoken is door een wesp, laat emotie zien. Hij probeert haar te troosten en vertelt dat hij zijn kinderen het liefst altijd zou willen beschermen, maar dat niet altijd kan (zie afb. 2.2).



Afbeelding 2.2

Echter, worden deze aspecten en ideeën van de familie niet per se met opzettelijke intentie in een bepaalde context gepresenteerd. Ook zijn niet alle momenten in de vlogs bijvoorbeeld open voor eigen interpretatie van de kijker en worden er geen historische of politieke ideeën gepresenteerd.

Er kan gesteld worden dat niet elke *mode of representation* te herkennen is in de vlogs. Zo is de *poetic mode* bijvoorbeeld qua opbouw van fragmenten terug te zien, maar van abstractie is geen sprake binnen de vlogs. Ook de *performative mode* is niet op elk aspect te herkennen. De vlogs zijn zeker autobiografisch van aard en bevatten emotionele momenten, maar historische en politieke ideeën gepresenteerd binnen een bepaalde context ontbreken. Wellicht dat deze *mode* daarom beter past bij een historische documentaire, dan bij een dagelijkse vlog. Daarnaast is de Voice-of-God die de *expository mode* kenmerkt niet aanwezig in de vlogs en biedt YouTube de mogelijkheid het voornamelijk lineaire narratief, non-lineair te maken. Tevens staat deze *mode* in contrast met het interactieve documentaire genre. Meerdere *modes of interactivity*, zoals de *hypertext mode*, hebben namelijk uitgewezen dat met de technologie en nieuwe ontwikkelingen van tegenwoordig de kijker zelf kan bepalen hoe het narratief wordt vormgegeven. Het narratief wordt daardoor vaak non-lineair door de agency van de kijker. Er kan dus gesteld worden dat, zoals Bruzzi dit ook aankaart, de

<sup>79</sup> Zie analyseschema 2, *performative*, C.



*expository mode* is verouderd en in ieder geval niet meer past bij mediatexten van vandaag de dag zoals vlogs.

De *modes* die wel passen bij de vlogs zijn de *observational*, *reflexive* en *participatory mode*. De vrije manier van filmen met weinig controle over licht en geluid past goed bij de vlogs. Ook is de familie op veel momenten transparant over het filmproces, maakt de kijkers daar bewust van en het eigen bewustzijn is ook terug te zien. Daarnaast is de interactie, waar de *participatory mode* om draait, tussen degene die vlogt en hetgeen wat wordt gevlogd ook op meerdere momenten aanwezig. Tevens wordt er ook met de kijker geïnteracteerd. Het platform speelt hier echter een minder grote rol in, dan bij de vergelijkbare *participative mode*. Beide *modes* berusten op de interactie tussen vlogger en kijker en de participatie die geboden wordt. Bij de *mode* van Nichols is dit meer op filmisch niveau en draait het om de interactie die op beeld te zien is en de ervaringen die gedeeld worden door de filmmaker. De *mode* van Aston en Gaudenzi draait niet per se om de filmische interactie. De interactie of samenwerking zou ook achteraf plaats kunnen vinden via het platform bijvoorbeeld. Wellicht dat een combinatie van beide *modes*, dus zowel op filmisch als technologisch niveau, een juiste combinatie vormt om de participatie die vlogs bieden te omschrijven. Over het algemeen heeft het platform bij alle *modes of representation* nauwelijks een rol. Bij deze *modes* ligt de focus dan ook meer op filmische aspecten als camerawerk en *editing*. De vraag is daarom in hoeverre de *modes of representation* in zijn totaliteit nog van toepassing kunnen zijn op moderne mediatexten, omdat tegenwoordig bij de meeste mediatexten technologie een steeds grotere rol gaat spelen. Bij mediatexten als vlogs komen filmische en technologische aspecten echter samen, waardoor een combinatie van de verschillende *modes* wenselijk is. Voor de vlogs van de SACCONEJOLY'S geldt dat dit een combinatie is tussen de *conversational*, *participative*, *observational*, *reflexive* en *participatory mode*.

## Conclusie

Concluderend kan er gesteld worden dat de hoofdvraag van dit onderzoek beantwoord is. De vlogs zijn op een esthetische manier benaderd en geanalyseerd op basis van de elementen camerawerk, *editing*, het narratief en het platform. Hierbij is per vlog en per *mode* van zowel het interactieve als het klassieke documentaire genre gekeken op welke manier deze te herkennen waren. Uit deze analyse is gebleken dat twee van de vier *modes of interactivity* passen bij de vlogs van de SACCONEJOLY'S en drie van de zes *modes of representation*. Deze *modes* zijn de *conversational*, *participative*, *observational*, *reflexive* en *participatory mode*.

De essentie van deze *modes* passen bij de interne werking en interactieve logica van de vlogs, maar ook bij de interactiviteit die YouTube als platform biedt. Bij de *modes of representation* is dit vooral op filmisch niveau en bij de *modes of interactivity* meer op het niveau van technologie en nieuwe media. Daarbij is er ook sprake van overlapping tussen de *participative mode* en de *participatory mode*. Om deze reden kunnen dus niet louter de *modes of interactivity* worden verbonden aan de vlogs. Een combinatie van de verschillende *modes*, waarbij er sprake is van aanvulling en overlapping, omschrijft het genre van de familievlogs van de SACCONJOLY'S het best. Deze combinatie houdt in dat de vloggers zowel de conversatie aan gaan met hun kijkers via de reactiesectie, als via de vlog zelf. De kijker wordt betrokken in de vlog en om de vlog heen, waarbij er sprake is van een open en betrokken sfeer. De familie interacteert met datgene wat ze filmen, maar ook met de kijkers. Er worden ervaringen gedeeld, er is transparantie over het filmproces en alle vlogs worden op een vrije manier gefilmd. Er kan echter niet gesteld worden dat deze uitkomst geldt voor alle familievlogs en zeker niet voor alle vlogs. Het is daarom wenselijk dit onderzoek op grotere schaal uit te voeren en daarbij meerdere familievlogkanalen te betrekken. Op die manier kan er een conclusie getrokken worden over het genre van de familievlog die meer te generaliseren is.

Al met al kan er gezegd worden dat de vlogs van de SACCONJOLY'S geschaard kunnen worden onder het interactieve documentaire genre, omdat is gebleken dat meerdere *modes of interactivity* en *modes of representation* passen bij de vlogs. Zowel het klassieke als het interactieve documentaire genre is terug te zien in de vlogs. De vlogs van de SACCONJOLY'S kunnen daarmee gezien worden als één van de modernste vormen van interactieve documentaire van de 21<sup>ste</sup> eeuw.

## Bibliografie

- Aarseth, Espen J. "Nonlinearity and literary theory." *Hyper/text/theory* 52 (1994): 761-780.
- Ahmed, Malik Aleem. "FAMILY VLOGGING–GOOD OR BAD? - FREELANCE FAMILY VLOGGING ON SOCIAL COMPUTING WEB SYSTEMS." *The Social Impact of Social Computing* (September 2011): 8-16.
- Aston, Judith en Sandra Gaudenzi. "Interactive documentary: setting the field." *Studies in Documentary Film* 6.2 (2012): 125-139.
- Bruzzi, Stella. *New documentary*. Londen en New York: Routledge, 2006.
- Eberbach, Eugene, Dina Goldin, en Peter Wegner. "Turing's ideas and models of computation." *Alan Turing: Life and Legacy of a Great Thinker* (2004): 159-194.
- Feuer, Jane. "Genre study and television." In *Channels of discourse, reassembled*. Geredigeerd door R.C. Allen. London: Routledge, 1992.
- Findcircles. "Wat is een vlog? YouTube vloggen uitgelegd." Geraadpleegd op 2 oktober, 2018, <https://www.findcircles.nl/vloggen/wat-is-een-vlog/>.
- Gaudenzi, Sandra. "The interactive documentary as a living documentary." *Doc On-line: Revista Digital de Cinema Documentário* 14 (2013): 9-31.
- Gaudenzi, Sandra. "The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary." Diss., London: Goldsmiths, University of London, 2013.
- Grice, Karly. "Journey to the Center of a Vlog: One Woman's Exploration of the Genre of Video Blogs." *Grassroots Writing Research Journal* 3.1 (2012): 31-36.
- I News. "The SacconeJolys: 'Vlogging has made our lives like a soap opera.'" Geraadpleegd op 22 november, 2018, <https://inews.co.uk/inews-lifestyle/sacconejolys-vlogging-made-lives-like-soap-opera/>.
- Jensen, Jens F. "Interactivity." *Nordicom Review, Nordic research on media and communication review* 19.2 (1998): 185-204.
- Kim, Jin. "The institutionalization of YouTube: From user-generated content to professionally generated content." *Media, Culture & Society* 34.1 (2012): 53-67.
- Luers, Will. "Cinema without show business: a poetics of vlogging." *Post Identity* 5.1 (2007): 68-84.
- Mast, Jelle. "New directions in hybrid popular television: a reassessment of television mock-documentary." *Media, Culture & Society* 31.2 (2009): 231-250.
- Mittell, Jason. *Genre and Television: From Cop Shows to Cartoons in American Culture*.

- New York: Routledge, 2004.
- Niazov, Bar. *Instant Documentary: A New Sub-Genre of Autobiography*. Queens Free Press (2018).
- Nichols, Bill. *Introduction to Documentary*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 2001.
- Perlmutter, David D. *Blogwars*. Oxford University Press on Demand, 2008.
- Rafaeli, Sheizf. "From new media to communication." *Sage annual review of communication research: Advancing communication science* 16 (1988): 110-134.
- Rogers, Everett M. *Communication Technology. The New Media in Society*. New York: Simon and Schuster, 1986.
- Unger, Michael A. "The extreme subjectivity of Ross McElwee: home as docu-movie." *Studies in Documentary Film* 9.3 (2015): 189-200.
- Van Dijck, José. "YouTube Beyond Technology and Cultural Form." In *After the Break: Television Theory Today*. Geredigeerd door Marijke de Valck en Jan Teurlings. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2013.
- YouTube. "Sacconejoy's." geraadpleegd op 2 oktober, 2018, <https://www.youtube.com/user/LeFloofTV/about>.

## **Vlog/videomateriaal**

- Sacconejoy's. "First date night at the new house!." Gefilmd Juli 2018. Engeland. Video. <https://www.youtube.com/watch?v=fqsbbcfWISM>.
- Sacconejoy's. "First picnic in the new house!." Gefilmd Juli 2018. Engeland. Video. <https://www.youtube.com/watch?v=NMdpcDvNKHM&t=99s>.
- Sacconejoy's. "Home renovation at 9 months pregnant!." Gefilmd Juli 2018. Engeland. Video. <https://www.youtube.com/watch?v=nZ3uWRyb7R4>.
- Sacconejoy's. "Picking floor for the new house (home renovation)." Gefilmd Juli 2018. Engeland. Video. <https://www.youtube.com/watch?v=PMKXROrYPEI>.
- Sacconejoy's. "You can't watch this without smiling." Gefilmd Juli 2018. Engeland. Video. <https://www.youtube.com/watch?v=VigdnO85PeQ>.

# Bijlagen

## Corpus

1. Sacconejoy's, "First picnic in the new house!," gefilmd Juli 2018, Engeland, video, <https://www.youtube.com/watch?v=NMdpcDvNKHM&t=99s>.
2. Sacconejoy's, "You can't watch this without smiling," gefilmd Juli 2018, Engeland, video, <https://www.youtube.com/watch?v=VigdnO85PeQ>.
3. Sacconejoy's, "Picking floor for the new house (home renovation)," gefilmd Juli 2018, Engeland, video, <https://www.youtube.com/watch?v=PMKXROrYPEI>.
4. Sacconejoy's, "First date night at the new house!," gefilmd Juli 2018, Engeland, video, <https://www.youtube.com/watch?v=fqsbbcfWISM>.
5. Sacconejoy's, "Home renovation at 9 months pregnant!," gefilmd Juli 2018, Engeland, video, <https://www.youtube.com/watch?v=nZ3uWRyb7R4>

## Analyseschema's

### 1. Modes of interactivity analyseschema vlog 1: *First picnic in the new house!*

	Camerawerk (A)	Editing (B)	Narratief (C)	Platform (D)
<b>Conversational</b>	De kijker wordt direct aangekeken. Als het ware oogcontact ook door de stand van de camera in de hand van degene die praat. (afb. 1.1)	Rijm aan het einde van de video in een <i>endcard</i> : "I'm not an airplane, but I can fly trough the sky. I'm not a river, but I'm full of water. What am I?" Het is de bedoeling dat kijkers deze rijm oplossen en het antwoord in de reactiesectie zetten. Stimulatie om te reageren onder de video en in gesprek te gaan met elkaar en met de familie. (afb. 3.1)	Anna vertelt over haar struggles: het zwanger zijn en nog drie kleine kinderen hebben. Lijkt op een gesprek met bijv. een vriendin. 10:23 – Jonathan: "Any of you guys want stones, hit me up in de comments and I'll ship you a million stones" 15:42 – Jonathan vertelt dat hij 2 dagen geleden hulp vroeg bij de verbouwing en heel veel mails heeft ontvangen van kijkers en bedankt hen voor de hulp en tips.	Reactiesectie biedt de mogelijkheid voor kijkers te reageren op de vlog en op elkaar te reageren. De familie zelf kan ook reageren. Ook kan er doorgespoeld, teruggespoeld, versneld en gepauzeerd worden tijdens de vlog waardoor een kijker zelf het narratief kan bepalen.

			18:05 – Jonathan: “Goodnight friends, I’ll see you tomorrow”	
<b>Hypertext</b>	Afb. 4.1 waarin Jonathan de kijkers vertelt waar zijn boek te koop is, is een shot waarin hij direct de camera in kijkt. Wellicht dat deze persoonlijke manier van filmen bijdraagt aan de stimulatie om door te klikken en op de link in de beschrijving te klikken.	Op afb. 4.1 is te zien dat er doorverwezen wordt naar de website van familie d.m.v. een edit met tekst. Daarnaast is daar een link van geplaatst in de beschrijving onder de video. Geeft de kijker de kans nog tijdens de video door te klikken naar de website. Ook wordt er in de <i>endcard</i> (afb. 3.1) doorverwezen naar een vorige video, de website en kun je doorklikken om je direct te abonneren op het kanaal.	Narratief kan in principe zelf bepaald worden. Als een kijker aan het einde besluit de vlog van de vorige dag er achteraan te bekijken, vormt deze een eigen narratief, echter niet chronologisch.	YouTube biedt de mogelijkheid door te klikken, terug te spoelen en te herhalen waardoor het narratief zelf bepaalt kan worden. Ook biedt de beschrijving onder de video ruimte voor links naar andere kanalen, websites of producten waar de kijker gebruik van kan maken (afb. 5.1). Daarnaast kan elke maker van een YouTube video gebruik maken van het ‘i’-teken rechts boven in beeld. Hier staat in dit geval de hele video lang een link onder naar het nieuwe boek. Tijdens het praten over het boek, verschijnt deze nog even extra in beeld.
<b>Participative</b>	x	Op de <i>endcard</i> (afb. 3.1) vragen de Sacconejoy’s de kijkers een rijm op te lossen in de reactiesectie. Er staat met een pijl bij “answer de riddle?”. Stimulatie om niet passief alleen te kijken, maar ook te reageren en daarmee samen te werken met andere kijkers om de rijm op te lossen.	15:42 – Jonathan vertelt dat hij 2 dagen geleden hulp vroeg bij de verbouwing en heel veel mails heeft ontvangen van kijkers en bedankt hen voor de hulp en tips. Zo hebben de kijkers als het ware een stukje van het narratief bepaald van de vlog door hulp te bieden. Er is sprake van een samenwerking en een open	YouTube biedt met de reactiesectie de mogelijkheid voor kijkers mee te denken over bijvoorbeeld de kleur van de muur in de kamer van één van de kinderen (afb. 6.1)

			sfeer tussen kijker en vlogger.	
<b>Experiential</b>	Op verschillende punten in de vlog wordt vanuit het perspectief van ofwel Jonathan ofwel Anna gefilmd (afb. 7.1). Omdat uit het oogpunt van een familielid wordt gefilmd, krijgt de kijker wellicht het gevoel door de ogen van dit familielid te kijken en er zelf bij te zijn als onderdeel van de familie.	Op de <i>endcard</i> is een afbeelding geplaatst met daarbij een link om meteen te abonneren op het kanaal van de familie. Onder de afbeelding staat “join the sjfam” hiermee wil de familie zeggen dat wanneer je je abonneert en hun video’s dagelijks kijkt, je als het ware onderdeel bent van de familie.	18:05 – Jonathan: “Goodnight friends, I’ll see you tomorrow” Kijkers worden dus gezien als vrienden. Anna zegt begin van de vlog “goodmorning” en Jonathan aan het einde “goodnight” tussen deze twee woorden wordt de kijker meegenomen in hun leven, de echte wereld kan dan wellicht even vergeten worden.	Een kijker laat in de reacties weten dat ze zich onderdeel voelt van de familie (afb. 8.1).

## 2. Modes of representation analyseschema vlog 1 – *First picnic in the new house!*

	<b>Camerawerk (A)</b>	<b>Editing (B)</b>	<b>Narratief (C)</b>	<b>Platform (D)</b>
<b>Poetic</b>	x	Verschillende fragmenten worden achter elkaar geplakt. Dit gebeurt door middel van harde ‘knips’ tussen de verschillende delen.	Het begint ‘s ochtends bij het ontbijt en eindigt bij het voorlezen en naar bed gaan. Een hele dag van de familie wordt in 18 minuten laten zien. 4:27- Overleg over de verf, laat de mening van de familie zien.	Biedt de mogelijkheid de verschillende fragmenten uit de wereld aan iedereen in de wereld te laten zien.
<b>Expository</b>	x	Chronologisch geëdit op het flashforward moment aan het begin van de vlog na.	Is in principe lineair. Er is sprake van een begin en een eind dat chronologisch is. Geen sprake van een Voice-of-God, Jonathan en Anna en soms ook de kinderen nemen je mee in hun dag en vertellen daar zelf het ‘verhaal’ bij (afb. 1.1 bijv.)	YouTube biedt de mogelijkheid het lineaire narratief non-lineair te maken. Opties als doorspoelen en doorklikken naar oudere vlogs dragen hier aan bij.

			Wat wel in elke vlog terugkomt is een soort preview aan het begin van de vlog voor het introfilmpje. Dit is een soort flashforward naar een bepaald moment in de vlog.	
<b>Observational</b>	Camera los in de hand. Geen gebruik van een statief of grote professionele camera's. Camerawerk is beweeglijk en vrij (afb. 7.1) – Geen controle op licht (afb. 2.1)	Harde 'knips'. Niet per se filmisch of professioneel geëdit.	x	x
<b>Participatory</b>	Als het ware oogcontact tussen filmmaker en kijker door de manier van filmen (afb. 1.1)	x	15:42 – Jonathan vertelt dat hij 2 dagen geleden hulp vroeg bij de verbouwing en heel veel mails heeft ontvangen van kijkers en bedankt hen voor de hulp en tips. Hier wordt de interactie die plaats heeft gevonden benoemd in de vlog (interactie tussen vlogger en kijker) Ook interactie tussen vlogger en datgene wat hij vlogt. Filmmaker is zelf ook onderdeel van het verhaal. Voorbeeld: Jonathan filmt de kinderen in de bouwmarkt als ze verf uit gaan kiezen en overlegt met ze, maar komt zelf bijna niet in beeld (4:27-6:43).	Vragen die gesteld worden zoals de vraag over hulp bij de verbouwing kunnen beantwoord worden in de reactiesectie.



<b>Reflexive</b>	Anna filmt zichzelf en Jonathan. Het licht is dat moment niet helemaal goed en Jonathan zegt: “why are we so blue.” (2:15) (afb. 2.1)	x	2:40 – Anna vertelt over het feit dat ze het zwaar heeft haar gezin met drie kleine kinderen draaiende te houden terwijl ze hoogzwanger is. Daarbij bedankt ze Jonathan die het momenteel allemaal alleen doet zodat zij uit kan rusten. Vervolgens zegt ze dat ze waarschijnlijk reacties zal krijgen van kijkers die zeggen dat ze verwend is en niet zo moet zeuren. Waarop ze aangeeft dat dat haar niets kan schelen.	x
<b>Performative</b>	x	x	2:40 – Anna is hoogzwanger en heeft het zwaar. Ze vertelt dat ze uitgeput is en het moeilijk vindt alle ballen hoog te houden.	x

### 3. Modes of interactivity analyseschema vlog 2 - *You can't watch this without smiling*

	<b>Camerawerk (A)</b>	<b>Editing (B)</b>	<b>Narratief (C)</b>	<b>Platform (D)</b>
<b>Conversational</b>	Tijdens het vragen van advies over de tandpasta filmt Jonathan het schap. Alsof je als kijker naast hem staat in de winkel en het gesprek voert (afb. 1.2) Voorbeeld oogcontact door de camera afb. 2.2	Idem, <i>endcard</i> met nieuwe rijm	3:55 – Jonathan vraagt advies over welke tandpasta hij moet kopen voor zijn kinderen. “Which one should I get?” 8:19 – Jonathan tegen Amelia: “Tell all the boys and girls, where did you go today” en vervolgens verteld Amelia dat ze naar een boerderij is geweest.	Idem.
<b>Hypertext</b>	x	Idem	Idem	Idem

<b>Participative</b>	Tijdens het vragen van advies over de tandpasta filmt Jonathan het schap. Alsof je als kijker naast hem staat in de winkel (afb. 1.2) Hij betreft de kijker bij het boodschappen doen.	Idem	3:55 – Jonathan vraagt advies over welke tandpasta hij moet kopen voor zijn kinderen. “Which one should I get?” 4:39 – Jonathan geeft de kijkers een tip voor het beste schoonmaakmiddel om tapijt schoon te maken. Open sfeer, hij vraagt advies en geeft tegelijkertijd ook tips en advies terug.	Idem
<b>Experiential</b>	Tijdens het vragen van advies over de tandpasta filmt Jonathan het schap. Alsof je als kijker naast hem staat in de winkel (afb. 1.2)	Idem	Idem	x

#### 4. Modes of representation analyseschema vlog 2 - *You can't watch this without smiling*

	<b>Camerawerk (A)</b>	<b>Editing (B)</b>	<b>Narratief (C)</b>	<b>Platform (D)</b>
<b>Poetic</b>	x	Idem	Idem	Idem
<b>Expository</b>	x	Idem	Idem (afb. 2.2 bijv.)	X
<b>Observational</b>	Idem	Idem	x	X
<b>Participatory</b>	Idem	x	Afb. 3.2 Jonathan filmt Amelia terwijl ze een verhaal vertelt, maar praat zelf ook mee. Dus sprake van interactie tussen filmmaker en subject. 10:35 – Anna vraagt de kijkers niet te oordelen over het feit dat ze nog weinig gefilmd had deze dag, omdat ze druk was.	Reactiesectie biedt mogelijkheid voor interactie tussen kijker en filmmaker. Is alleen niet tijdens het filmproces, maar achteraf.
<b>Reflexive</b>	8:27 – Jonathan maakt de camera schoon terwijl	x	8:12 – Jonathan filmt Amelia terwijl ze een	X

	deze nog aan staat, omdat Amelia er op had gespuugd.		verhaal vertelt en is zelf te zien in de spiegel met de camera in zijn hand (afb. 3.2) 8:25 – Amelia vertelt een verhaal en spuugt per ongeluk op de camera. Ze zegt “oh I spit on the camera” 10:35 – Anna vertelt dat ze heel de dag nog niet gevlogd heeft, omdat ze druk was met het maken en editen van drie andere video’s. Vervolgens zegt ze tegen de kijkers “don’t judge me”	
<b>Performative</b>	9:14 – Alessia is gestoken door een wesp. Jonathan filmt zichzelf en Alessia terwijl zij huilt en hij haar probeert te troosten.	x	Hij benoemt na de wespensteek van Alessia dat dit waarschijnlijk de eerste keer is dat zoiets gebeurt en haar eerste keer echte pijn is. Vervolgens zegt hij dat hij zijn kinderen altijd wil beschermen, maar dat niet altijd kan.	X

5. **Modes of interactivity analyseschema vlog 3 – Picking floor for the new house (home renovation)**

	<b>Camerawerk (A)</b>	<b>Editing (B)</b>	<b>Narratief (C)</b>	<b>Platform (D)</b>
<b>Conversational</b>	Voorbeeld oogcontact door de camera (afb. 1.3)	Idem, <i>Endcard</i>	1:54 – Jonathan: Omg look at this! Alsof hij rechtstreeks met zijn kijkers praat. 9:23 – Anna: “some of you are asking for my recipes, but I find them on Pinterest so just google them and you will find it.”	Idem

<b>Hypertext</b>	Idem	<i>Endcard</i> Thefriendstore.com is weer in beeld geëdit einde van de vlog.	16:28 – Jonathan verwijst de kijkers weer door naar thefriendstore.com om daar artikelen te kopen.	I'tje met “order the new baby book” komt weer in beeld einde van de vlog.
<b>Participative</b>	Kijker wordt betrokken bij het uitzoeken van de vloeren voor het nieuwe huis, gefilmd vanuit het perspectief van Jonathan (afb. 2.3)	Idem	8:05 – Jonathan had in een eerdere vlog aangegeven dat wanneer iemand de steentjes wilde hebben die in hun tuin liggen, ze een berichtje zouden moeten sturen. Hij geeft aan veel berichten en reacties te hebben ontvangen en vindt het fijn dat hij er een kijker blij mee zou kunnen maken. 9:23 – Anna: “some of you are asking for my recipes, but I find them on Pinterest so just google them and you will find it.”	Idem
<b>Experiential</b>	Wanneer Jonathan aan het einde van de vlog gedag wil zeggen en tot morgen wil hij de kijker een ‘fist bump’ geven oftewel een box. “we’re like cool dudes now”. Hij probeert dus letterlijk een fysieke connectie na te bootsen door het scherm (afb. 3.3)	Idem	Wanneer Jonathan praat over thefriendstore.com om daar de artikelen te kopen geeft hij aan “join the family”.	x

6. **Modes of representation analyseschema vlog 3 - Picking floor for the new house (home renovation)**

	<b>Camerawerk (A)</b>	<b>Editing (B)</b>	<b>Narratief (C)</b>	<b>Platform (D)</b>
<b>Poetic</b>	x	Idem	Idem	Idem
<b>Expository</b>	x	Idem	Idem	x
<b>Observational</b>	Idem (afb. 3.3)	Idem	x	x

<b>Participatory</b>	Idem (afb. 1.3)	x	8:05 – Jonathan praat over kijkers die gereageerd hebben op zijn oproep over de steentjes. Interactie tussen kijker en filmmaker wordt benoemd in de vlog. 9:23 – Anna: “some of you are asking for my recipes, but I find them on Pinterest so just google them and you will find it.”	Idem.
<b>Reflexive</b>	x	x	00:40 – Eduardo is boos en Jonathan vraagt wat er aan de hand is. Vervolgens vraagt hij: wil je zelf vloggen? waarop Eduardo ja antwoord. Switch van filmmaker en er wordt letterlijk benoemd dat er gefilmd/gevlogd wordt. 12:01 – Jonathan realiseert zich dat hij de camera mee had genomen naar de tandarts en Anna haar bakproces dus niet verder heeft kunnen filmen.	x
<b>Performative</b>	00:40 – Jonathan filmt de boze Eduardo en vervolgens de ruzie tussen Amelia en Eduardo.	x	00:40 – Eduardo is boos omdat hij zelf wil filmen. Eduardo en Amelia krijgen vervolgens een kleine ruzie. 17:48 – Jonathan vertelt dat baby nummer vier er bijna is en dat ze druk zijn met verbouwen, maar dat hij wel heel blij en gelukkig is en er zin in heeft.	x

7. **Modes of interactivity analyseschema vlog 4 - First date night at the new house!**

	<b>Camerawerk (A)</b>	<b>Editing (B)</b>	<b>Narratief (C)</b>	<b>Platform (D)</b>
<b>Conversational</b>	Oogcontact door camera voorbeeld (afb 1.4)	Idem, <i>endcard</i> nieuwe rijm.	7:25 – Er staat veel politie op straat in London. Jonathan vraagt zich af wat er aan de hand is. Hij zegt: “What is going on in London today guys?” Hij spreekt de kijker aan. 15:04 – Jonathan: “Leave me a comment if you guys are floor ripper people or if you guys can give me any suggestions how to rip this floor. Let me know”	Idem
<b>Hypertext</b>	x	Thefriendstore.com met link below tekst. <i>Endcard</i>	Jonathan die verwijst naar de beschrijving onder de video	Idem
<b>Participative</b>	x	Idem <i>endcard</i>	Jonathan vraagt of iedereen zijn boek wil kopen. Zo wordt de familie gesupport en kunnen ze de nieuwe vloer betalen. 15:04 – Jonathan: “Leave me a comment if you guys are floor ripper people or if you guys can give me any suggestions how to rip this floor. Let me know”	Jonathan vraagt de kijkers expliciet gebruik te maken van de reactiesectie om hem suggesties en tips te geven over de vloer.
<b>Experiential</b>	x	Idem	Idem	x

8. **Modes of representation analyseschema vlog 4 - First date night at the new house!**

	<b>Camerawerk (A)</b>	<b>Editing (B)</b>	<b>Narratief (C)</b>	<b>Platform (D)</b>
<b>Poetic</b>	x	Idem	Idem	Idem
<b>Expository</b>	x	Idem	Idem	x
<b>Observational</b>	Camera is vanaf 11:40 op afstand ergens neergezet in 2	Idem	x	x

	verschillende posities en er wordt niet vanuit de losse hand gefilmd. Staat in contrast met vrije manier van filmen.			
<b>Participatory</b>	Idem (afb. 1.4)	x	Interactie tussen filmmaker en subject als de kinderen een verhaal vertellen, Jonathan praat mee in het gesprek maar is zelf niet in beeld (afb. 2.4) 15:04 – Jonathan: “Leave me a comment if you guys are floor ripper people or if you guys can give me any suggestions how to rip this floor. Let me know”	Idem
<b>Reflexive</b>	x	x	1:28 – Jonathan zegt welkom terug tegen de kijker en stelt: “you’ve come here for entertainment, so we will do our best to make it a good video” 6:17 – Jonathan geeft aan dat hij vlak bij een ventilator zit dus dat dat wellicht effect kan hebben op de microfoon en het geluid.	x
<b>Performative</b>	x	x	x	x

9. **Modes of interactivity analyseschema vlog 5 - Home renovation at 9 months pregnant!**

	<b>Camerawerk (A)</b>	<b>Editing (B)</b>	<b>Narratief (C)</b>	<b>Platform (D)</b>
<b>Conversational</b>	Idem (afb 1.5)	Idem, <i>endcard</i> nieuwe rijm	0:28 – Jonathan: “Can you believe the little fella is going to be here in a week	Idem

			or two?” Kijker wordt direct aangesproken. 10:40 – Jonathan over het eten dat Anna heeft gemaakt: “Omg guys check out what Anna made today” en zegt vervolgens: “Talk us through it”	
<b>Hypertext</b>	x	Idem	x	Idem
<b>Participative</b>	x	Idem	x	Idem
<b>Experiential</b>	x	Idem	x	x

**10. Modes of representation analyseschema vlog 5 - Home renovation at 9 months pregnant!**

	<b>Camerawerk (A)</b>	<b>Editing (B)</b>	<b>Narratief (C)</b>	<b>Platform (D)</b>
<b>Poetic</b>	x	Idem	Idem	Idem
<b>Expository</b>	x	Idem	Idem	x
<b>Observational</b>	Idem (afb 1.5)	Idem	x	x
<b>Participatory</b>	Idem (afb 1.5)	x	Interactie met kijkers aanwezig door ze af en toe direct aan te spreken en als het ware oogcontact. Filmmaker interacteert ook met subject omdat degene die filmt ook vaak zelf in beeld is of praat met degene die in beeld zijn.	Idem
<b>Reflexive</b>	14:23 – Jonathan: “You take the camera Amelia”. Verandering van filmmaker	x	0:22 – Amelia: “Welcome to the vlog!” 14:23 – Jonathan: “You take the camera Amelia”	x
<b>Performative</b>	x	x	13:51 – De kinderen spelen op de glijbaan, de een wordt boos en de ander moet huilen (afb 2.5)	x



## Screenshots

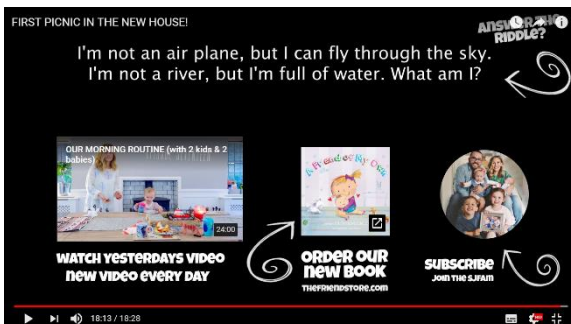
### Screenshots vlog 1: *First Picnic in the new house!*



Afbeelding 1.1



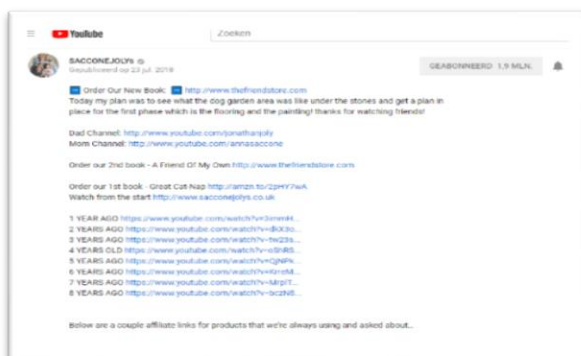
Afbeelding 2.1



Afbeelding 3.1



Afbeelding 4.1



Afbeelding 5.1



Afbeelding 6.1



Afbeelding 7.1



Afbeelding 8.1

Screenshots vlog 2 – *You can't watch this without smiling*



Afbeelding 1.2



Afbeelding 2.2



Afbeelding 3.2

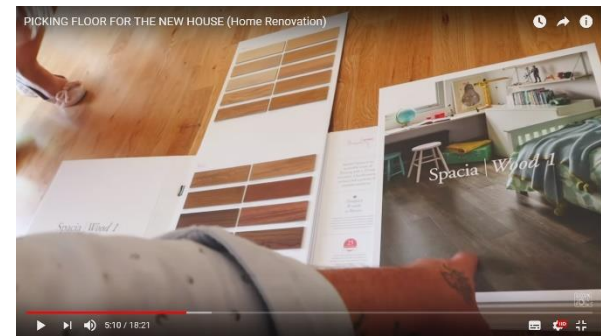


Afbeelding 4.2

Screenshots vlog 3 – *Picking floor for the new house (home renovation)*



Afbeelding 1.3



Afbeelding 2.3



Afbeelding 3.3

Screenshots vlog 4 – *First date night at the new house!*



Afbeelding 1.4



Afbeelding 2.4

Screenshots vlog 5 – *Home renovation at 9 months pregnant!*



Afbeelding 1.5



Afbeelding 2.5