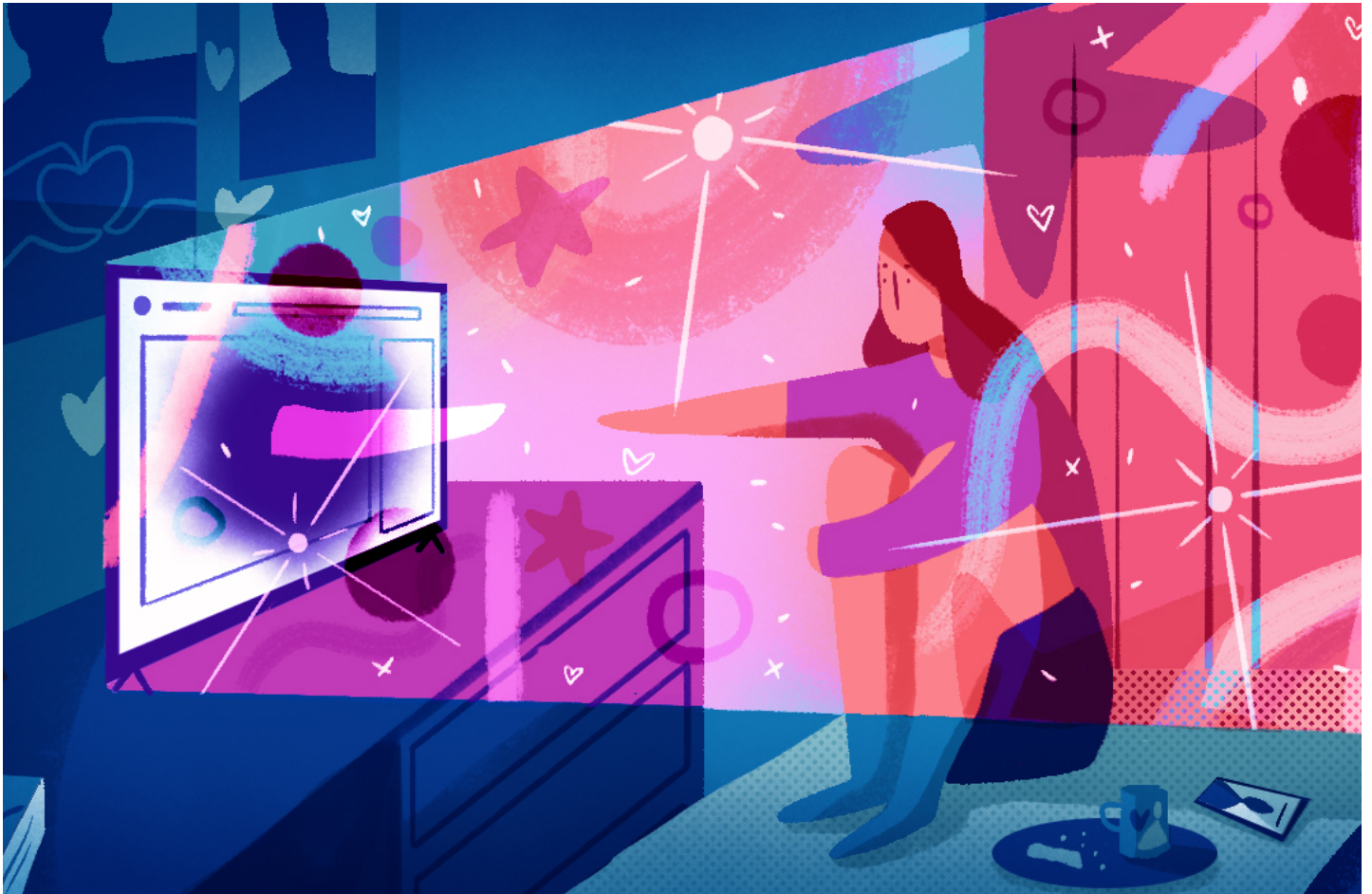


PARASOCIALE RELATIES EN HET TIENERBREIN



Figuur 1.1 [The Blurred Lines of Parasocial Relationships]
overgenomen van R. Tunstall, 2021, [https://every.to/cybernaut/
the-blurred-lines-of-parasocial-relationships](https://every.to/cybernaut/the-blurred-lines-of-parasocial-relationships).

Maria Daniljan

7 februari 2022

RGO Middelharnis

Atheneum 6

Profiel: Economie en Maatschappij

Vak: Maatschappijwetenschappen

Begeleider: Mvr. A. Van der Zandt

ABSTRACT

In dit onderzoek werd onderzocht of parasociale relaties de identiteitsvorming van 12 tot en met 18-jarigen op de RGO Middelharnis kon beïnvloeden. Dit is onderzocht aan de hand van een literatuuronderzoek, een kwantitatief en een kwalitatief onderzoek. De volgende onderzoeksvragen zijn aan bod gekomen: wat is een parasociale relatie, hoe reageert het brein op een parasociale relatie en wat is de invloed van de media op de identiteitsvorming van 12-18 jarigen?

Het onderzoek werd uitgevoerd voor het vak maatschappijwetenschappen. Hierbij werd gebruik gemaakt van de (kern)concepten vorming, binding, (tertiaire) socialisatie, individualisering en identiteit.

Uit het onderzoek is gebleken dat de identiteitsvorming van de leerlingen op de RGO Middelharnis in zeer geringe mate wordt beïnvloed door parasociale relaties. Deze conclusie is getrokken na het afnemen van de enquête en de interviews. Bij het literaire onderzoek was de verwachting ontstaan dat leerlingen in grote mate beïnvloed worden door hun rolmodel. Achteraf gezien blijkt dit dus niet zo te zijn.

Sleuteltermen: *parasociale relatie, parasociale interactie, identiteit, mediafiguur, wishful identification.*

VOORWOORD

Voor het afronden van mijn middelbare school carrière aan de RGO Middelharnis heb ik onderzoek gedaan naar de invloed van parasociale relaties op de identiteitsvorming van 12 tot en met 18-jarigen bij de leerlingen van de RGO Middelharnis. Een parasociale relatie is een eenzijdige relatie die individuen hebben met fictieve personages of mediapersoonlijkheden.

Ik wil graag beginnen met het bedanken van alle betrokkenen voor hun bijdrage. In het bijzonder wil ik mijn zus Dajana Daniljan bedanken voor de emotionele steun bij het schrijven van dit profielwerkstuk. Vervolgens wil ik mijn begeleider, mevrouw Van der Zandt, bedanken voor het ondersteunen en begeleiden van mijn onderzoek. Evenzeer wil ik mevrouw Alsemgeest bedanken voor de ondersteuning bij het afnemen van de enquêtes.

Veel leesplezier gewenst.

Maria Daniljan

Februari, 2022

INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding.....	11-15
1.1 De hoofdvraag.....	12
1.2 De deelvragen.....	13
1.3 Hoofd- en kernconcepten.....	13
1.4 De hypothesen.....	13
1.5 Het onderzoeksopzet.....	14-15
1.6 Het conceptueel model.....	15
2. De deelvragen.....	17-30
2.1 Wat is een parasociale relatie?.....	17-19
2.2 Hoe reageert het brein op een parasociale relatie?.....	20-25
2.3 Wat is de invloed van de media op de identiteitsvorming van 12-18 jarigen?.....	26-30
3. Het onderzoek.....	31-36
3.1 De enquête.....	31
3.1.1 De enquêtevragen.....	31-34
3.2 Het interview.....	35
3.2.1 De interviewvragen.....	35-36
4. Analyse van de onderzoeksresultaten.....	37-60
4.1 De enquêtegegevens.....	37-53
4.2 De interviewgegevens.....	54-60
5. Conclusie.....	61-64
5.1 De deelvragen.....	61-62
5.2 De hoofdvraag.....	62-63
5.3 De hypothesen.....	63-64
6. Discussie.....	65
7. Nawoord.....	67
8. Bijlagen.....	69-86
A. De enquêtevragen.....	69-73
B. De enquêtegegevens.....	74-79
C. De interviews zonder codering.....	80-86
9. Logboek.....	87-88
10. Anti-plagiaatverklaring.....	89
11. Literatuurlijst.....	91-94
A. Online bronnen.....	91-93
B. Figuren.....	94

“The faithful audience is one that can accept the gambit offered; and the functions of the program for this audience are served not by the mere perception of it, but by the role-enactment that completes it.”¹

- R. Richard Wohl & Donald Horton, 1956.

¹ D. Horton, R. R. Wohl, 'Mass communication and para-social interaction', *Psychiatry* 1956/19, afl. 3, 215-229.

INLEIDING

De digitale wereld is een eindeloze combinatie van nullen en enen die de maatschappij voorgoed heeft veranderd. De enorme vooruitgang van digitale media, die in de afgelopen 25 jaar plaatsvond, bracht de mogelijkheid met zich mee om snel en gemakkelijk enorme hoeveelheden informatie uit te wisselen en contacten te leggen.² Met als gevolg dat jongeren steeds meer tijd op het internet spenderen: liefst 96,8 procent van de Nederlandse jongeren maakt dagelijks gebruik van sociale media.³ De opkomst van deze sociale mediaplatformen biedt jongeren gemakkelijk en direct toegang tot verbinding met hun idolen. Denk aan het plaatsen van een reactie onder een Instagramfoto, het bekijken van iemand zijn Facebook-verhaal of zelfs even een privéberichtje sturen via Twitter. Het is nog nooit zo makkelijk geweest om sociale interacties aan te gaan met bekende mediafiguren, iets wat vroeger bijna onmogelijk leek.⁴ Deze interacties die jongeren aangaan met bekende mediafiguren staan ook wel bekend als *parasociale interacties* en *parasociale relaties*. Hoewel we niet meer zonder het internet kunnen, blijven deze internetgerelateerde termen onbekend terrein voor velen. Naar mijn mening is het van belang dat deze termen bekend worden bij internetgebruikers, omdat parasociale relaties zowel positieve als negatieve gevolgen kunnen hebben voor de generaties die opgroeien in het digitale tijdperk. Maar eerst, laat mij deze termen verduidelijken met de geschiedenis van een bekend fenomeen dat vandaag de dag wordt gezien als de blauwdruk voor de ontwikkeling van parasociale relaties: de *Beatlemania*.⁵

Tegen het eind van 1963 verkreeg de rock-'n-roll band *The Beatles* grote bekendheid in het Verenigd Koninkrijk, Europa en de Verenigde Staten. Vooral tienermeisjes waren dol op de groep die bestond uit vier goed geklede mannen.⁶ Cultuurdeskundige S. Stark geeft aan dat jonge vrouwen een weerspiegeling van zichzelf zien in de Beatles. De groep was in staat om de herkenbare gevoelens die adolescenten ondergaan tijdens hun identiteitsontwikkeling te verwerken in hun muziek. Bovendien was de niet-hiërarchische groepsdynamiek aantrekkelijk onder vrouwelijke aanhangers, omdat het afweek van het ouderwetse beeld van een traditionele man.⁷ Maar de grootste eigenschap die de binding tussen individuele fans en de groep versterkte was de rechtstreekse toewijding van de vele liederen aan de vrouwelijke fans. De fans voelden zich op persoonlijk niveau aangesproken en vormden op psychologisch vlak diepgaande en eenzijdige relaties met één of meerdere bandleden. Deze eenzijdige relatie, u raadt het al, wordt een parasociale relatie

² C. L. Jarzyna, 'Parasocial Interaction, the COVID-19 Quarantine, and Digital Age Media', *Hu Arenas* DD 2020, doi.org/10.1007/s42087-020-00156-0.

³ Centraal Bureau voor de Statistiek, 'Wie gebruikt het vaakst sociale media?', longreads.cbs.nl 18 december 2020.

⁴ N. Qureshi, 'In-depth: The rise of platforms connecting celebrities and fans', bestmediainfo.com 9 november 2020.

⁵ K. Cura, 'She Loves You: The Beatles and Female Fanaticism', *Nota Bene: Canadian Undergraduate Journal of Musicology* 2009/2, afl. 1, art. 8.

⁶ E. Andrews, 'Beatlemania Sweeps the United States', [history.com](https://www.history.com) 7 februari 2014.

⁷ K. Cura, 'She Loves You: The Beatles and Female Fanaticism', *Nota Bene: Canadian Undergraduate Journal of Musicology* 2009/2, afl. 1, art. 8.

genoemd.⁸ De populariteit van de groep kwam gepaard met een nieuwe term voor het gedrag van de fans: *Beatlemania*. Het beschrijft de collectieve hysterie die zich voordoet bij alleen al de gedachte om een idool in persoon te kunnen zien. Veel tienermeisjes gingen zich volledig identificeren met de groep; de relatie werd onderdeel van hun identiteit.⁹ Dit brengt de volgende vraag naar voren: waarom identificeren wij met bekendheden?

Het is augustus 1966 wanneer het Amerikaanse tienermagazine *Datebook* een artikel publiceert over the Beatles, inmiddels de grootste band ter wereld. Echter, het artikel bevindt zich al snel in vuur wegens een citaat uit een interview met bandlid John Lennon. Hierin beweerde Lennon dat de band geliefder zou zijn dan de bijbelfiguur Jezus Christus. De tekst luidde: “Het christendom zal wegdeemsteren. Het zal krimpen en verdwijnen (...) We zijn populairder dan Jezus nu. Ik weet niet wat eerst zal verdwijnen: rock-'n-roll of het christendom.”¹⁰ De uitspraak viel slecht in de smaak bij het christelijke Amerika. Hoewel Lennon een commotie veroorzaakte was hij niet de eerste mediafiguur die de vergelijking maakte tussen religie en de celebrity-cultuur. Psycholoog J. Houran stelt dat bekende mediafiguren dezelfde rol vervullen als de kerk: ze kunnen ons inspireren en begeleiden om onze eigen problemen aan te pakken. Een goed voorbeeld hiervan is *Oprah Winfrey*, de rijkste zwarte vrouw ter wereld. Zij meent onder armoede, rassendiscriminatie en misbruik te hebben geleden voordat ze een bekende mediafiguur werd. De moeilijkheden die een succesvolle mediafiguur heeft doorbracht voelt herkenbaar voor het individu en maakt het mogelijk om te identificeren met de bekendheid.¹¹

Terwijl ik deze artikelen aan het lezen was, kwamen er meerdere vragen bij mij naar boven. Wat is de achterliggende oorzaak voor onze fascinatie van bekende mediapersoonlijkheden? Beïnvloeden deze mediafiguren ons zonder dat wij dit door hebben? En wat voor effecten hebben parasociale relaties dan op onze identiteit? Hierbij lag mijn interesse vooral bij mijn eigen leeftijdscategorie van leerlingen van 12 tot en met 18 jaar, omdat deze leeftijdsgroep, tegelijkertijd de grootste en meest kwetsbare groep, dagelijks de gevolgen van parasociale relaties ervaart. Dit brengt de hoofdvraag van dit profielwerkstuk naar voren: *In hoeverre wordt de identiteitsvorming van 12 tot en met 18-jarigen beïnvloed door parasociale relaties bij de leerlingen van de RGO Middelharnis?*

Het onderwerp van dit profielwerkstuk is gekozen op basis van persoonlijke interesses en eigen vernomen ervaringen. Dit onderwerp heeft betrekking op de vakgebieden maatschappijwetenschappen en psychologie.

⁸ G. Stever, ‘Parasocial Theory in Communication’, *oxfordbibliographies.com* 29 augustus 2019.

⁹ K. Cura, ‘She Loves You: The Beatles and Female Fanaticism’, *Nota Bene: Canadian Undergraduate Journal of Musicology* 2009/2, afl. 1, art. 8.

¹⁰ A. Verstraete, ‘More popular than Jesus: John Lennon zet de VS in vuur en vlam’, *vrt.be* 4 maart 2016.

¹¹ C. Flora, ‘Seeing by Starlight: Celebrity Obsession’, *psychologytoday.com* 1 juli 2004.

De deelvragen om de onderzoeksvraag te beantwoorden, zijn als volgt:

2.1 Wat is een parasociale relatie?

2.2 Hoe reageert het brein op een parasociale relatie?

2.3 Wat is de invloed van de media op de identiteitsvorming van 12-18 jarigen?

De kern- en hoofdconcepten die tot het onderwerp van het profielwerkstuk behoren, zijn:

Vorming: “Het hoofdconcept *vorming* verwijst naar het proces van verwerving van een bepaalde identiteit.”¹²

Binding: “Het hoofdconcept *binding* verwijst naar de relatie en onderlinge afhankelijkheden tussen mensen in een gezin of familie, tussen leden van een groep, in de maatschappij en op het niveau van de staat.”¹³

(Tertiaire) socialisatie: “Het proces van overdracht en verwerving van de cultuur van de groep(en) en de samenleving waar mensen toe behoren. Het proces bestaat uit opvoeding, opleiding en andere vormen van omgang met anderen. (...) Bij tertiaire socialisatie worden impliciet waarden, normen en gedragspatronen overgedragen door anonieme socialisatoren waarmee mensen niet rechtstreeks een band hebben zoals media, literatuur, rolmodellen etc.”¹⁴

Individualisering: “Het proces waarbij individuen in toenemende mate hun zelfstandigheid op verschillende gebieden kunnen vergroten.”¹⁵

Identiteit: “Het beeld dat iemand van zichzelf heeft, dat hij uitdraagt en anderen voorhoudt en dat hij als kenmerkend en blijvend beschouwt voor zijn eigen persoon en dat is afgeleid van zijn perceptie over de groep(en) waar hij wel of juist ook niet deel van uitmaakt.”¹⁶

De hypothese voor de hoofdvraag luidt: een parasociale relatie zal de identiteitsvorming van de leerlingen op de RGO Middelharnis zeer sterk beïnvloeden op zowel een positieve als een negatieve manier.

De hypothese voor deelvraag 1 luidt: een parasociale relatie is een relatie tussen een individu en een bekendheid, waarbij de bekendheid zich wel bewust is van zijn kijkers, maar hen niet op persoonlijk niveau kent.

De hypothese voor deelvraag 2 luidt: het brein zal anders reageren op sociale interacties dan op parasociale interacties, omdat er geen direct contact plaatsvindt tussen het individu en de media persona.

De hypothese voor deelvraag 3 luidt: de media zal een sterke invloed hebben op de identiteitsvorming van 12-18 jarigen, omdat het tienerbrein zeer gevoelig is voor emotionele prikkels en de media kan hierop inspelen.

¹² Examenblad, ‘Syllabus maatschappijwetenschappen HAVO’, *examenblad.nl* 3 juni 2018.

¹³ Examenblad, ‘Syllabus maatschappijwetenschappen HAVO’, *examenblad.nl* 3 juni 2018.

¹⁴ Examenblad, ‘Syllabus maatschappijwetenschappen VWO’, *examenblad.nl* juni 2019, versie 2.

¹⁵ Examenblad, ‘Syllabus maatschappijwetenschappen HAVO’, *examenblad.nl* 3 juni 2018.

¹⁶ Examenblad, ‘Syllabus maatschappijwetenschappen HAVO’, *examenblad.nl* 3 juni 2018.

In de eerste fase van dit profielwerkstuk zullen de deelvragen worden beantwoord. Er wordt gebruik gemaakt van internetbronnen en academische literatuur. Om de betrouwbaarheid van de literatuurstudie te waarborgen is er gestreefd om zoveel mogelijk actuele bronnen te raadplegen. De bronvermelding wordt gegeven in de volledige leidraad stijl in de voetnoten, bovendien is er een literatuurlijst.

In de tweede fase wordt het onderzoek toegelicht en uitgevoerd. Hierbij wordt gebruik gemaakt van zowel een kwantitatief als kwalitatief onderzoek. Bij het kwantitatieve onderzoek is gekozen voor een enquête als onderzoeksmethode met een fieldresearch als dataverzamelmethode.¹⁷ Bij een kwantitatief onderzoek worden cijfermatige gegevens verzameld, die vervolgens met behulp van statistische technieken worden geanalyseerd. Een voordeel van deze onderzoeksmethode is dat kennis verworven wordt over onderzoekseenheden die talrijk zijn.¹⁸ Bovendien loopt het proces relatief snel, waardoor er direct inzicht is op de resultaten.¹⁹ Daarentegen staat dat het niet mogelijk is om na de antwoorden van de respondenten door te vragen. Bovendien is vernomen dat leerlingen vaak geen enquêtes invullen, omdat zij zich niet geroepen voelen dit te doen. Om het onderzoek voldoende representatief te maken, zullen de docenten worden benaderd met de vraag of zij de enquête kunnen delen met de leerlingen. De validiteit en betrouwbaarheid van dit onderzoek wordt gewaarborgd door middel van een representatieve steekproef en door het voorzien van alle benodigde informatie voor de respondenten tijdens het invullen van de enquête.²⁰

Bij het kwalitatieve onderzoek is er gekozen voor een interview als onderzoeksmethode met een fieldresearch als dataverzamelmethode.²¹ Bij een kwalitatief onderzoek wordt gekeken naar de waarnemingen en achterliggende overtuigingen van de respondenten. Aan de hand van een interview is het mogelijk om argumenten in het onderzoek te onderbouwen, nieuwe theorieën te creëren en de validiteit van het voorafgaande literatuuronderzoek te controleren. Bovendien is het mogelijk om te verdiepen in de mening van de respondent. Daarentegen staat dat deze onderzoeksmethode tijdrovend is. Evenzeer heeft de gespreksleider de verantwoordelijkheid voor de kwaliteit van het interview, omdat de diepte van het gesprek afhangt van de kennis en vaardigheden van de interviewer.²² Om het onderzoek voldoende representatief te maken, zullen meerdere leerlingen van de RGO Middelharnis worden geïnterviewd. De validiteit en betrouwbaarheid van dit onderzoek wordt gewaarborgd door middel van een representatieve steekproef en door het voorzien van alle benodigde informatie voor de respondenten tijdens het interview.²³

¹⁷ L. Benders, 'De methodesectie (methodologie) in je scriptie', *scribbr.nl* 8 november 2021.

¹⁸ G. Schaaijk, *Praktijkgericht juridisch onderzoek. 2de editie*, Den Haag: Boom juridisch 2015.

¹⁹ Right Marktonderzoek, 'Voor- en nadelen kwantitatief onderzoek', *rightmarktonderzoek.nl* 12 juli 2017.

²⁰ L. Benders, 'Validiteit en betrouwbaarheid vaststellen in je scriptie', *scribbr.nl* 14 mei 2021.

²¹ L. Benders, 'De methodesectie (methodologie) in je scriptie', *scribbr.nl* 8 november 2021.

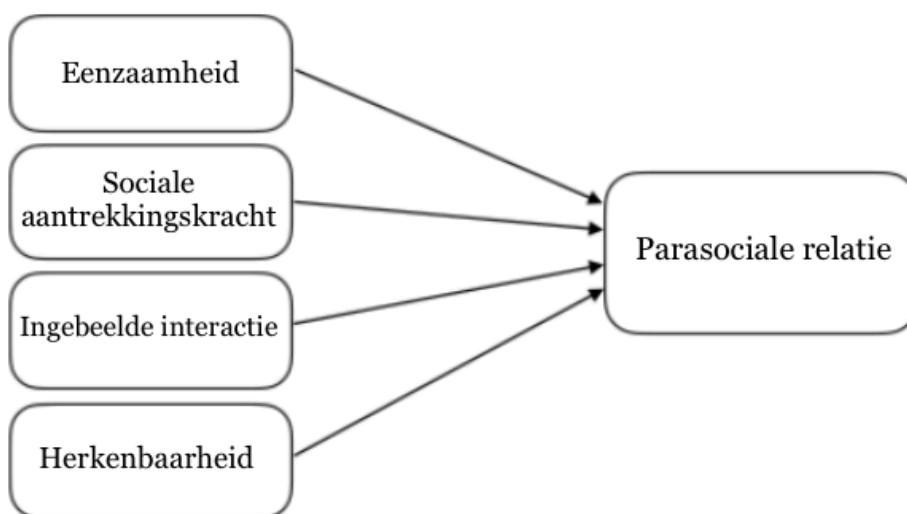
²² Allesovermarktonderzoek, 'Kwalitatief onderzoek - Onderzoeksmethoden', *allesovermarktonderzoek.nl* 5 mei 2021.

²³ L. Benders, 'Validiteit en betrouwbaarheid vaststellen in je scriptie', *scribbr.nl* 14 mei 2021.

In de derde fase worden de resultaten van het onderzoek geanalyseerd om vervolgens een conclusie te vormen. In de eindconclusie wordt een samenvatting gegeven van de deelvragen en wordt het antwoord op de hoofdvraag gevormd. De evaluatie van het profielwerkstuk zal worden vastgesteld in de reflectie.

Het conceptueel model dat behoort tot dit profielwerkstuk bestaat uit vier onafhankelijke variabelen die leiden tot het afhankelijke variabel: de parasociale relatie.

De verwachting is dat het gevoel van eenzaamheid onder jongeren zal zorgen voor het ontstaan van een parasociale relatie, omdat zij bindingen zoeken in de digitale wereld om het gebrek aan socialisatie in hun omgeving te verminderen. De sociale aantrekkingskracht van de mediapersoonlijkheden versterkt het verlangen naar een binding met de mediapersoonlijkheid, wat zal resulteren in een parasociale relatie. Bovendien zullen jongeren zich ingebeeelde interacties voorstellen, wat ervoor zorgt dat zij meer tijd spenderen met een mediapersoonlijkheid. Ten slotte herkennen jongeren zichzelf vaak in de mediapersoonlijkheid wat de kans op het ontstaan van een parasociale relatie vergroot. De verwachting is dat deze vier variabelen van invloed zullen zijn op het ontstaan van parasociale relaties.



DE DEELVRAGEN

2.1 Wat is een parasociale relatie?

Om onderzoek te doen en de hoofdvraag te beantwoorden moeten we eerst begrijpen wat een parasociale relatie inhoudt. De hypothese bij deze deelvraag luidt: een parasociale relatie is een relatie tussen een individu en een bekendheid, waarbij de bekendheid zich wel bewust is van zijn kijkers, maar hen niet op persoonlijk niveau kent.

Het concept van een parasociale interactie (PSI) en parasociale relatie (PSR) wordt voor het eerst genoemd door sociologen R. Richard Wohl en Donald Horton in 1956 in het artikel *Mass Communication and Para-Social Interaction*. In dit artikel suggereerden Wohl en Horton dat visuele media, zoals de televisie, mensen in contact brengt met individuen die voorheen onbekend waren.²⁴ De termen parasociale interactie en parasociale relatie verwijzen naar een eenzijdige sociale binding die het individu zich voorstelt met fictieve personages of mediapersoonlijkheden.²⁵ Onder meer de bekende Netflix series *The Office* en *Friends* vormen hierbij een goed voorbeeld. Bij deze series krijgen de kijkers het gevoel van saamenhorigheid en interactie, doordat zij meekijken in het leven van de fictieve personages. Uit het onderzoek kwam naar voren dat mediapersoonlijkheden via televisieschermen konden binnendringen in de huizen van de kijkers en de bewoners de gelegenheid bieden om een persoonlijke interactie te hebben.²⁶ Wohl en Horton kijken tijdens het onderzoek specifiek naar bepaalde televisiepresentatoren die het opwekken van de illusie van intimiteit onder de knie hebben. De gastheer voert met bekende mediapersoonlijkheden informele gesprekken. Op deze manier wordt de kijker gestimuleerd om deel uit te maken van het gesprek, wat de persoonlijke interactie bevordert.²⁷ Dit roept de vraag op: waarom creëren televisieprogramma's bewust PSI en PSR tussen de gastheer en de kijker?

In 2007 onderzochten wetenschappers de invloed van actieve deelname aan online programma's in verhouding met het vertrouwen en de loyaliteit van de consument. Dit fenomeen werd *relationship marketing* genoemd.²⁸ Het onderzoek was gericht op de vraag welke rol PSI en PSR kunnen spelen op de betrokkenheid van consumenten bij een firma. Uit deze studie blijkt dat het consumentenvertrouwen die op online platforms wordt opgebouwd een cruciale factor is voor de consumentenbetrokkenheid. Bovendien wordt gesteld dat reeksen van opeenvolgende PSI als gevolg heeft dat consumenten naast de deelname eveneens terugkeerden om de relatie te

²⁴ G. Stever, 'Parasocial Theory in Communication', *oxfordbibliographies.com* 29 augustus 2019.

²⁵ C. L. Jarzyna, 'Parasocial Interaction, the COVID-19 Quarantine, and Digital Age Media', Hu Arenas DD 2020, doi.org/10.1007/s42087-020-00156-0.

²⁶ G. Stever, 'Parasocial Theory in Communication', *oxfordbibliographies.com* 29 augustus 2019.

²⁷ G. Stever, 'Parasocial Theory in Communication', *oxfordbibliographies.com* 29 augustus 2019.

²⁸ L. Casaló, C. Flavián, M. Guinalú, 'The impact of participation in virtual brand communities on consumer trust and loyalty. The case of free software', *Emerald Group Publishing Limited* 2007/31, afl. 6, p.775-792.

onderhouden. Daarnaast nemen consumenten bewust de taak op zich om het merk bij anderen te promoten.²⁹ Dit gebeurt zowel bewust als onbewust: u vertelt uw kennissen over een nieuw album dat is uitgebracht door uw favoriete zanger.

Door op het beeldscherm een reeks van interacties te bieden, investeert de kijker zijn emotionele energie, tijd en interesse in de getoonde mediapersoonlijkheid.³⁰ De kijker begint zich te identificeren met de mediapersoonlijkheid en deze perceptie is van belang voor het marketingteam. Deze identificatie wordt ook wel *wishful identification (WI)* genoemd.³¹ Het is een psychologisch proces waarbij het individu zijn gedrag of overtuigingen gedeeltelijk of geheel aanpast aan het gedrag of overtuigingen die de mediapersoonlijkheid uitbeeld.³² Het individu heeft een psychologisch verlangen om de mediapersoonlijkheid na te bootsen. Des te meer tijd het individu besteedt aan het consumeren van media, des te meer WI plaatsvindt.³³ WI en PSR hebben een conceptuele verbintenis.³⁴ Hier ligt de kern van het succes voor mediaproducten die door de mediapersoonlijkheid aangevoerd kunnen worden. Reclamebedrijven kunnen profiteren van PSR en WI door bekende mediapersoonlijkheden te gebruiken om het mediaproduct te verkopen.³⁵ Een voorbeeld hiervan is de virale samenwerking van het schoenenmerk PUMA met bekende Amerikaanse zangeres Rihanna. De sneakers die voor 140 dollar per paar op de markt kwamen, waren in 35 minuten na lancering uitverkocht.³⁶ Hieruit valt af te leiden dat mediapersoonlijkheden de markt kunnen beïnvloeden. Het individu is bereid om dezelfde producten te gebruiken of steun te tonen door het door hun benoemde product aan te schaffen.³⁷

Echter, Wohl en Horton benadrukken dat deze wijze van stimulatie geen identificatieproces opbrengt bij het individu. Bij een identificatieproces stelt het individu zichzelf centraal met de verbeelding dat zij persoonlijke karaktereigenschappen van een mediapersoonlijkheid bezit onder de archaïsche theorie.³⁸ De archaïsche theorie verwijst naar psycholoog Carl Gustav Jung, grondlegger van de analytische psychologie, die stelt dat er geen bewuste onderscheiding wordt gemaakt van onze gedachten, fantasieën en gevoelens.³⁹ De kijker onderscheidt zichzelf dus niet, maar combineert de eigen karaktereigenschappen met die van de mediapersoonlijkheid. Na verloop van tijd vervaagt de lijn tussen de eigen identiteit en de overgenomen identiteit. Bij het geval van

²⁹ C. Phelps, *Parasocial relationships and social media usage*, New York: Rochester Institute of Technology 2011, scholarworks.rit.edu (online publiek).

³⁰ J. Kim, J. L. Sintas, 'Social TV viewers' symbolic parasocial interactions with media characters. A topic modelling analysis of viewers' comments', *SSHOC 2021/3*, afl. 1, p. 100-129

³¹ A. N. Tolbert, K. L. Drogos, 'Twins' Wishful Identification and Parasocial Relationships With YouTubers', *Front. Psychol.* DD 2019, par. 4.

³² Tutor2u, 'Identification: Social Influence', tutor2u.net, z.d.

³³ C. Hoffner, M. Buchanan, 'Young adults' wishful identification with television characters. The role of perceived similarity and character attributes', *J. Media Psychol.* 2005/7, afl. 4, 325-351.

³⁴ A. N. Tolbert, K. L. Drogos, 'Twins' Wishful Identification and Parasocial Relationships With YouTubers', *Front. Psychol.* DD 2019, par. 4.

³⁵ N. Haider, Z. Vellani, 'Parasocial Relationships', mediminds.org 12 december 2020.

³⁶ C. Lang, 'Just Guess How Quickly Rihanna's Latest Puma Sneakers Sold Out Online', *time.com* 27 mei 2016.

³⁷ D. Horton, R. R. Wohl, 'Mass communication and para-social interaction', *Psychiatry* 1956/19, afl. 3, 215-229.

³⁸ L. Braddock, 'Psychological identification, imagination and psychoanalysis', *Philosophical Psychology* 2011/23, afl. 5, 639-657.

³⁹ F. Luton, 'Archaic', FrithLuton.com, z.d.

een PSI, zoals het eerder genoemde interview, kunnen eenmalige kijkers ervoor kiezen om afstandelijk en kritisch te zijn in tegenstelling tot de trouwe kijker, wie er eerder voor zal kiezen om de aangeboden rol op zich te nemen.⁴⁰

Hieruit kan worden geconcludeerd dat een PSR een eenzijdige relatie is die individuen zich voorstellen met fictieve personages of mediapersoonlijkheden. Vanwege de opkomst en popularisering van de televisie en andere media is het steeds gemakkelijker geworden om als kijker een PSI te krijgen en een PSR te bouwen met bekendheden. Dit fenomeen is verbonden met WI maar het staat apart van een identificatieproces. Bij WI heeft het individu een psychologisch verlangen om het gedrag of de overtuigingen van de mediapersoonlijkheid na te bootsen.

Televisieprogramma's en mediapersoonlijkheden bevorderen bewust deze PSR, door op strategische wijze de kijker het gevoel te geven dat zij deel uitmaken van het gesprek. De redenering hierachter is dat bij reeksen van opeenvolgende PSI, de consumenten terugkeren om de relatie te onderhouden. Wanneer het consumentenvertrouwen op online platformen wordt opgebouwd, heeft dit een zeer positieve werking op de stijging van de consumentenbetrokkenheid. Bij een hoge consumentenbetrokkenheid nemen kijkers het als een verantwoordelijkheid om het merk aan anderen bij te dragen en meer tijd en geld te investeren in mediapersoonlijkheden evenzeer als de mediaproducten. Dit is een gevolg van een versterking van WI die wordt gestimuleerd en aangemoedigd door de programma's en mediapersoonlijkheden zelf.

Tot slot kan worden geconcludeerd dat de hypothese voor deelvraag 1 juist is. De verwachting was dat een parasociale relatie een relatie is tussen een individu en een bekendheid, waarbij de bekendheid zich wel bewust is van zijn kijkers, maar hen niet op persoonlijk niveau kent. Deze hypothese is juist, omdat de theorie overeenkomt met de stelling.

⁴⁰ G. Stever, 'Parasocial Theory in Communication', *oxfordbibliographies.com* 29 augustus 2019.

2.2 Hoe reageert het brein op een parasociale relatie?

De bekende filosoof Aristoteles zei eens: “De mens is van nature een sociaal dier.” Eeuwen later zijn deze uitspraken even relevant voor hedendaagse onderzoekers: onze hersenen verlangen sociale relaties met anderen.⁴¹ Sociale interacties en (platonische) relaties met andere mensen versterken de neurale paden in de hersenen, waardoor neurale activiteit wordt gestimuleerd.⁴² Dit proces bevordert de gezondheid van de hersenen. Uit onderzoek kwam naar voren dat ouderen die in het verleden een overvloed aan socialisatie hebben ervaren, de minste cognitieve achteruitgang en de scherpste herinneringen hebben.⁴³ Om te onderzoeken op welke manier parasociale relaties de identiteitsvorming beïnvloeden, moeten we eerst begrijpen hoe het brein reageert op sociale interacties en interpersoonlijke relaties. Wetenschapper J. Turner legt uit dat een interpersoonlijke relatie kan worden vergeleken met een PSR.⁴⁴ De reden hiervoor is dat het proces van de ontwikkeling, instandhouding en ontbinding van een PSR in meerdere aspecten overeenkomt met een interpersoonlijke relatie.⁴⁵ Tot slot wordt vanuit verschillende invalshoeken gekeken naar de hersenactiviteit ten aanzien van de PSR en interpersoonlijke relaties. De hypothese die behoort tot deze deelvraag luidt als volgt: het brein zal anders reageren op sociale interacties dan op parasociale interacties, omdat er geen direct contact plaatsvindt tussen het individu en de media persona.

In 2017 meten neurowetenschappers de hersenactiviteit van een groep individuen door middel van *hyperscanning*.⁴⁶ Dit is een onderzoeksmethode waarbij de hersenactiviteit van meerdere proefpersonen tegelijkertijd wordt gemeten, terwijl sociale interacties plaatsnemen.⁴⁷ In het blad werd het concept van *neural synchronization* tussen individuen die een interpersoonlijke relatie hebben, benoemd. Een interpersoonlijke relatie is een sterke band tussen twee of meer personen.⁴⁸ Neural synchronization is het proces waarbij de hersengolven van twee personen, die een sociale interactie aangaan, hetzelfde ritme aannemen.⁴⁹ Doordat zij een gemeenschappelijk doel hebben, in dit geval communicatie, ontstaat er een binding tussen de hersenen van de personen. Op deze manier wordt de interpersoonlijke relatie tussen de individuen versterkt.⁵⁰

Bij het eerdergenoemde onderzoek werd de hersenactiviteit van 104 volwassenen gemeten door middel van hyperscanning. Hersengolven produceren trillingen en met behulp van de

⁴¹ K. Sukel, 'In Sync. How Humans are Hard-Wired for Social Relationships', *dana.org*, 13 november 2019.

⁴² N. Haider, Z. Vellani, 'Parasocial Relationships', *mediminds.org* 12 december 2020.

⁴³ N. Haider, Z. Vellani, 'Parasocial Relationships', *mediminds.org* 12 december 2020.

⁴⁴ J. R. Turner, 'Interpersonal and psychological predictors of parasocial interaction with different television performers', *Communication Quarterly* 1993/41, afl. 4, p. 443-453.

⁴⁵ Thoughtco, 'Parasociale relaties met beroemdheden begrijpen', *nl.peopleperproject.com* 22 maart 2020.

⁴⁶ S. Kinreich, A. Djalvoski, Y. Louzoun, R. Feldman 'Brain-to-Brain Synchrony during Naturalistic Social Interactions', *Sci. Rep.* 2017/7, afl. 1, p. 1-2.

⁴⁷ P. Montague, G. Berns, J. Cohen, S. McClure, G. Pagnoni, M. Dhamala, M. Wiest, I. Karpov, R. King, N. Apple, R. Fisher, 'Hyperscanning: Simultaneous fMRI during linked social interactions', *NeuroImage* 2002/16, afl. 4, p.1159-1164.

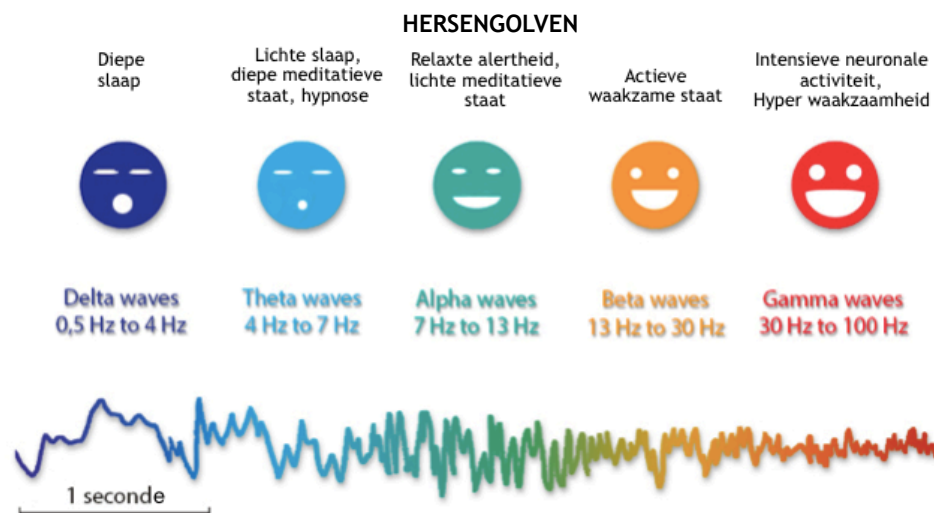
⁴⁸ B. Janse, 'Interpersoonlijke relaties', *toolshero.nl*, 2019.

⁴⁹ SINC. 'Our brains synchronize during a conversation', *ScienceDaily.com*, 17 juli 2017.

⁵⁰ SINC. 'Our brains synchronize during a conversation', *ScienceDaily.com*, 17 juli 2017.

trillingsintensiteit kan worden bepaald om welke soort golf het gaat.⁵¹ De volwassenen werden verdeeld in paren van mannen en vrouwen die een romantische relatie hebben en paren van vreemden. Deze keuze was gebaseerd op het hebben van een interpersoonlijke relatie en de afwezigheid hiervan. Bij de romantische partners was een interpersoonlijke relatie aanwezig in tegenstelling tot de vreemden. De testpersonen werden om de beurt gekoppeld aan de hyperscanner, die de hersengolven meet. Het individu krijgt een hitteprikkel, terwijl de romantische partner of vreemde zijn hand vasthoudt en emotioneel steunt.⁵² Uit het onderzoek kwam naar voren dat empathie, steun en lichamelijk contact van een persoon waarmee het individu een interpersoonlijke relatie heeft, pijnstillend werkt.⁵³

Er bestaan vijf soorten hersengolven: delta, theta, alpha, beta en gamma golven.⁵⁴ Socialisatie tussen de individuen zorgt voor een hogere activiteit van gamma-golven in de hersenen.⁵⁵ Gamma-golven zijn een indicatie van de concentratie bij het individu.⁵⁶ In figuur 1.2 staat afgebeeld welk trillingsniveau correspondeert met elk van de hersengolven in Hertz (Hz) en in welke activiteit de hersenen zich bevinden.



Figuur 1.2 [Brainwaves] overgenomen van R. Burkmann, 2018, <https://www.hypnose-introspective.fr/en/brainwaves.html>

Figuur 1.3 illustreert de resultaten van de verschillende paren. In het linker overzicht zijn de resultaten van twee romantische partners weergegeven. Aan de rechterzijde zijn de resultaten van twee vreemden afgebeeld. Het toont de verdeling en mate waarin de gamma-golven (afgebeeld in het rood) zich verspreiden over het hele hoofd. De verhouding is als volgt: des te meer meer gamma-golven er aanwezig zijn, des te minder minder pijn het individu had ervaren bij de pijnprikkel en des te sterker de interpersoonlijke relatie tussen de individuen.⁵⁷

⁵¹ M. Karman, 'Wat zijn hersengolven?', *bemoreyou.nl* 27 september 2019.

⁵² S. Kinreich, A. Djalvoski, Y. Louzoun, R. Feldman 'Brain-to-Brain Synchrony during Naturalistic Social Interactions', *Sci. Rep.* 2017/7, afl. 1, p. 1-3.

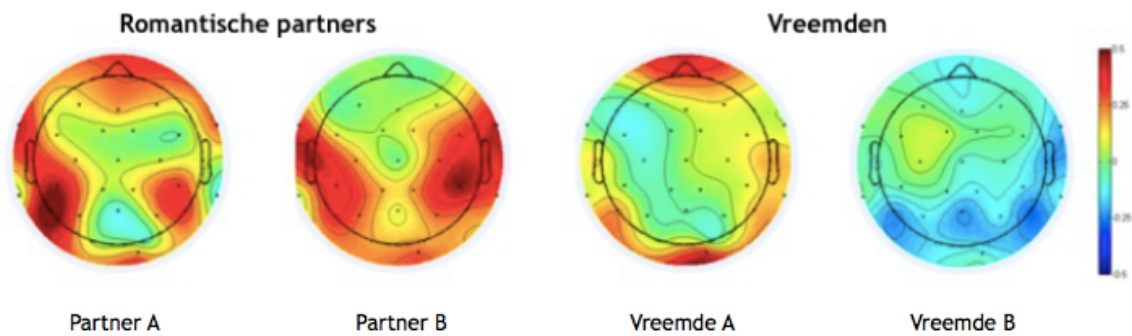
⁵³ S. Kinreich, A. Djalvoski, Y. Louzoun, R. Feldman 'Brain-to-Brain Synchrony during Naturalistic Social Interactions', *Sci. Rep.* 2017/7, afl. 1, p. 1-3.

⁵⁴ Nederlands Herseninstituut, 'Hersengolven', *herseinstituut.nl*, z.d.

⁵⁵ K. Sukel, 'In Sync. How Humans are Hard-Wired for Social Relationships', *dana.org*, 13 november 2019.

⁵⁶ Nederlands Herseninstituut, 'Hersengolven', *herseinstituut.nl*, z.d.

⁵⁷ S. Kinreich, A. Djalvoski, Y. Louzoun, R. Feldman 'Brain-to-Brain Synchrony during Naturalistic Social Interactions', *Sci. Rep.* 2017/7, afl. 1, p. 1-7.



Figuur 1.3 [Resultaten van het onderzoek] overgenomen van S. Kinreich, A. Djalvoski, Y. Louzoun, R. Feldman, 2017, <https://www.nature.com/articles/s41598-017-17339-5/figures/1>.

Vervolgens werd er geconcludeerd dat een grotere hoeveelheid aan gamma-golven wordt geproduceerd in het geval dat (fysieke) affectie en socialisatie plaatsvond met iemand waarmee de proefpersoon een interpersoonlijke relatie heeft, ten opzichte van affectie van een vreemde. Interpersoonlijke relaties zorgen dus voor hogere neural synchrony. Deze synchrony wordt dus gevonden bij romantische paren, maar ze ontbreken bij de paren die bestaan uit vreemden.⁵⁸

Neural synchronization, dit wordt ook wel *social synchrony* genoemd, is een fundamenteel aspect van het sociale leven met betrekking tot het maken van bindingen en groepsvorming.⁵⁹ Het is een eeuwenoud mechanisme dat de mens na zijn evolutie is bijgebleven. Social synchrony wordt aangeleerd in de vroege kindertijd door sociaal contact met de ouders. Een voorbeeld hiervan is het gesynchroniseerd afgeven van oxytocine.⁶⁰ Dit is een hormoon dat zich in de hersenen als een neurotransmitter bevindt. Het speelt een belangrijke rol voor de ontwikkeling van sociaal gedrag zoals empathie, binding en gehechtheid. Oxytocine wordt geproduceerd in de hypothalamus; dit is het systeem in de hersenen waar de interne functies van het menselijk lichaam worden gereguleerd.⁶¹

Een belangrijke conclusie die voortkomt uit dit onderzoek is dat het brein positief reageert op socialisatie tussen personen met een interpersoonlijke relatie. Bij een interpersoonlijke relatie kennen de mensen elkaar persoonlijk. In tegenstelling tot een PSR waar de mediapersoonlijkheid zijn kijkers niet op persoonlijk niveau kent, doordat er een scherm tussen het contact ligt. Dit brengt de vraag naar voren: welke reactie heeft het brein op PSI en PSR?

Volgens wetenschapper C.L. Jarzyna heeft een PSR veel nadelige gevolgen. De negatieve gevolgen zijn onder meer: een negatieve invloed op de zelfperceptie, agressiviteit, problemen bij relaties die zich in het echte leven plaatsvinden, mediaverslaving, afhankelijkheid en extreme obsessies voor mediapersoonlijkheden.⁶²

⁵⁸ S. Kinreich, A. Djalvoski, Y. Louzoun, R. Feldman 'Brain-to-Brain Synchrony during Naturalistic Social Interactions', *Sci. Rep.* 2017/7, afl. 1, p. 1-7.

⁵⁹ S. Kinreich, A. Djalvoski, Y. Louzoun, R. Feldman 'Brain-to-Brain Synchrony during Naturalistic Social Interactions', *Sci. Rep.* 2017/7, afl. 1, p. 1.

⁶⁰ S. Kinreich, A. Djalvoski, Y. Louzoun, R. Feldman 'Brain-to-Brain Synchrony during Naturalistic Social Interactions', *Sci. Rep.* 2017/7, afl. 1, p. 2.

⁶¹ A. Owens, R. Bressler, 'Tell Me All I Need to Know About Oxytocin', *psychom.net* 18 mei 2021.

⁶² C. L. Jarzyna, 'Parasocial Interaction, the COVID-19 Quarantine, and Digital Age Media', *Hu Arenas* DD 2020, doi.org/10.1007/s42087-020-00156-0.

In 1997 onderzocht mediapsycholoog K. Harrison de zelfperceptie van jongvolwassen vrouwen. Het ging hierbij om vrouwen die een parasociale relatie hadden met slanke vrouwelijke mediapersoonlijkheden.⁶³ Bij zelfperceptie gaat het om het beeld wat iemand van zichzelf heeft. Hieronder vallen de elementen: identiteit, menselijke waardigheid en hoop.⁶⁴ Uit het onderzoek van K. Harrison kwam naar voren dat het opkijken naar een mediapersoonlijkheid met een dun lichaam een directe correlatie heeft met eetstoornissen. Het onderzoek wijst op het 'kopieer-gedrag' van de vrouwen. De vrouwen hadden een psychologisch verlangen om hetzelfde lichaam te hebben als de mediapersoonlijkheid⁶⁵ Parasociale relaties kunnen dus negatieve gevolgen hebben op de zelfperceptie en identiteit van kijkers.

Tegenover deze nadelige invloed van een PSR op de zelfperceptie, is er ook sprake van een positief effect. Hoogleraar psychologie L.M. Ward onderzocht in 2004 het verband tussen raciale eigenwaarde en het mediagebruik van het individu.⁶⁶ Het onderzoek vond plaats onder 156 middelbare scholieren met een Afro-Amerikaanse achtergrond. Uit het onderzoek bleek dat leerlingen wie zichzelf associeerden met populaire zwarte persoonlijkheden, een hoog zelfbeeld hadden.⁶⁷ Dit is dus een positief gevolg van een PSR. We kunnen hieruit concluderen dat het brein zowel positief als negatief reageert op PSI en PSR. Maar wat speelt er in de hersenen tijdens het ontstaan van een PSR? Waarom reageren onze hersenen op interactie met mediapersoonlijkheden op dezelfde manier als sociale interacties?

De reactie van het brein op parasociale interacties en parasociale relaties komt overeen met de hersenactiviteit die plaatsvindt tijdens een interpersoonlijke relatie. Het boek *The SAGE Encyclopedia of Communication Research Methods* gaat verder in op de bindingen die de hersenen tonen bij PSR in verhouding tot interpersoonlijke relaties. Het boek beargumenteert dat de mens geen onderscheid kan maken van wat afkomstig is uit de echte wereld en wat afkomstig is uit de media. De hersenen verwerken PSI, zoals visuele en audio-informatie afkomstig uit de media, op dezelfde manier als persoonlijke interacties.⁶⁸ Gezien het een menselijk instinct is om sociale interacties aan te gaan, nemen onze hersenen indirecte parasociale interacties op dezelfde manier waar als interpersoonlijke interacties. Het gevolg hiervan is de vorming van parasociale relaties.⁶⁹

Een andere invalshoek, die ons zal helpen bij het trekken van conclusies over de verschillen ten aanzien van PSR en interpersoonlijke relaties, is de hersenactiviteit bij het ervaren van een PSI.

⁶³ K. Harrison, 'Does interpersonal attraction to thin media personalities promote eating disorders?', *J. Broadcast. Electron. Media* 1997/41, afl. 4, p.478-500.

⁶⁴ Friso RaeMaekers, 'Zelfperceptie', *friso.blog* 1 september 2020.

⁶⁵ K. Harrison, 'Does interpersonal attraction to thin media personalities promote eating disorders?', *J. Broadcast. Electron. Media* 1997/41, afl. 4, p.478-500.

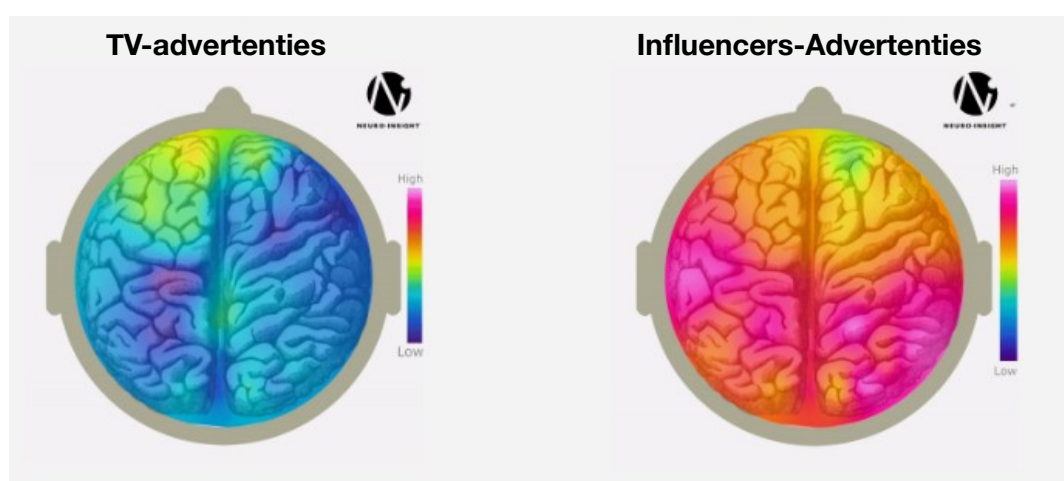
⁶⁶ L. M. Ward, 'Wading Through the Stereotypes. Positive and Negative Associations Between Media Use and Black Adolescents', *Dev. Psychol.* 2004/40, afl. 2, p. 284-294.

⁶⁷ L. M. Ward, 'Wading Through the Stereotypes. Positive and Negative Associations Between Media Use and Black Adolescents', *Dev. Psychol.* 2004/40, afl. 2, p. 284-294.

⁶⁸ M. Allen, *The SAGE Encyclopedia of Communication Research Methods*, Thousand Oaks: Sage Publications 2017.

⁶⁹ M. Allen, *The SAGE Encyclopedia of Communication Research Methods*, Thousand Oaks: Sage Publications 2017.

Neurowetenschappers onderzochten welke delen van de hersenen reageren op blootstelling aan een bekende mediapersoonlijkheid. In het onderzoek kregen de proefpersonen reeksen aan advertenties te zien terwijl zij dagelijkse taken verrichtten. De advertenties bestonden uit zowel algemene tv-advertenties als merkcampagnes die gebruik maakten van bekende mediapersoonlijkheden. In de resultaten werd de hersenreactie op beide soorten advertenties vergeleken.⁷⁰ In figuur 1.4 zijn de resultaten van het onderzoek zichtbaar. In het linker overzicht zijn de resultaten van de hersenreactie op normale tv-advertenties te zien. Aan de rechterzijde zijn de resultaten van de hersenreactie op influencer-advertenties afgebeeld. Op het rechter overzicht is duidelijk een overvloed aan gamma-golven aanwezig.⁷¹ Als we dit vergelijken met de hersenactiviteiten die we eerder in het hoofdstuk hebben onderzocht, dan kunnen we parasociale interacties gelijkstellen aan de hersenactiviteiten die plaatsvinden bij interpersoonlijke relaties.



Figuur 1.4 [Resultaten van het onderzoek] overgenomen van I. Forrester, S. Ginai, 2019, https://www.warc.com/newsandopinion/news/applying_neuroscience_to_influencer_marketing/42849S.

Aan de hand van de voorgaande informatie is het mogelijk om conclusies te trekken over de hersenreacties op parasociale relaties ten opzichte van de hersenreacties op interpersoonlijke relaties. Het is mogelijk deze conclusies te trekken, omdat het proces van de ontwikkeling, instandhouding en ontbinding van een parasociale relatie overeenkomt met een interpersoonlijke relatie. Bij het gebruik van hyperscanning kwam naar voren dat bij een interpersoonlijke relatie de elementen empathie, steun en lichamelijk contact resulteerden in een grote productie aan gamma-golven. Interpersoonlijke relaties zorgen voor hoge neural synchrony, wat ontbreekt bij vreemden. Hoewel een parasociale relatie eenzijdig plaatsvindt, blijkt dat de hersenreactie op parasociale interactie en parasociale relatie overeenkomt met de hersenactiviteit die plaatsvindt tijdens een interpersoonlijke relatie.

⁷⁰ I. Forrester, 'The Science of Influencer Marketing and its Impact on Influencer Measurement', *talkinginfluence.com* 19 september 2019.

⁷¹ I. Forrester, 'The Science of Influencer Marketing and its Impact on Influencer Measurement', *talkinginfluence.com* 19 september 2019.

Uit de bovenstaande tekst valt te concluderen dat parasociale relaties zowel positieve als negatieve invloeden op het brein kunnen hebben. Deze negatieve gevolgen zijn onder meer: een negatieve invloed op de zelfperceptie, agressiviteit, problemen bij relaties die zich in het echte leven plaatsvinden, mediaverslaving, afhankelijkheid en extreme obsessies voor mediapersoonlijkheden. Positieve gevolgen zijn onder meer: een verhoogd zelfbeeld, pijnstillende werking en een grote productie aan gamma-golven. In zowel het negatieve als positieve aspect speelt wishful identification een rol voor de zelfperceptie van jongeren.

Ten slotte kan worden geconcludeerd dat de hypothese voor deelvraag twee onjuist is. De verwachting was dat het brein anders reageert op sociale interacties dan op parasociale interacties, omdat er geen direct contact plaatsvindt tussen het individu en de media persona. Uit de bovenstaande informatie valt te concluderen dat dit onjuist is, omdat de hersenen op dezelfde manier reageren op sociale als parasociale interacties.

2.3 Wat is de invloed van de media op de identiteitsvorming van 12-18 jarigen?

In dit profielwerkstuk wordt onderzoek gedaan naar de identiteitsvorming van jongeren tussen de twaalf en achttien jaar. Hierbij is bewust gekozen voor deze leeftijdscategorie, omdat de hersenen in deze levensjaren de meest actieve ontwikkeling doorgaan. Volgens de Nederlandse Hersenstichting neemt de ontwikkeling van de emotionele hersengebieden het sterkste toe tijdens de pubertijd.⁷² Het gevolg hiervan is dat het identiteitsproces zich in deze jaren sterk ontwikkelt. Hoewel dit op zichzelf een langdurig proces is, worden jongeren vanaf de vroege puberjaren geconfronteerd met beslissingen zoals het kiezen van een studierichting en de manier waarop zij zich vertonen ten opzichte van anderen.⁷³ Deze beslissingen dragen bij aan de identiteitsvorming van pubers. Actoren zoals ouders en vrienden spelen een rol in de beïnvloeding van de identiteitsvorming.⁷⁴ Dit brengt de vraag naar voren: wat is de invloed van de media op de identiteitsvorming van 12-18 jarigen? De hypothese bij deze deelvraag luidt als volgt: de media zal een sterke invloed hebben op de identiteitsvorming van 12-18 jarigen, omdat het tienerbrein zeer gevoelig is voor emotionele prikkels en de media hierop kan inspelen.

Uit een onderzoek van het CBS kwam naar voren dat 96,8 procent van de Nederlandse jongeren dagelijks gebruik maakt van sociale media.⁷⁵ Gemiddeld wordt er 7 uur en 42 minuten per dag aan media geconsumeerd, waaronder het bekijken van video en tv-media met 2 uur en 15 minuten.⁷⁶ Maar liefst 93 procent van 12-18 jarigen maakt gebruik van video sharing sites om deze media te consumeren. Andere populaire platformen waren *films on demand* met 70 procent, gevolgd door het traditionele tv-kijken met 67 procent.⁷⁷ De opkomende digitalisering onder de nieuwe generaties jongeren speelt hierbij een belangrijke rol. Als gevolg hiervan worden rolmodellen op het internet steeds belangrijker.⁷⁸ Zoals eerder besproken, kunnen parasociale relaties een negatieve invloed hebben op de hersenen en het gedrag van jongeren. De zelfperceptie kan worden aangetast dankzij wishful identification. Met de toename van dagelijkse mediaconsumptie kan dit problematisch zijn voor de identiteitsvorming.⁷⁹ Hoe is het mogelijk dat de media de jongeren kan beïnvloeden?

De hoofdoorzaak is de wijze waarop hersenen reageren op beeldmateriaal van rolmodellen. Neurowetenschappers verklaren dit fenomeen door middel van spiegelneuronen die zich in de hersenen bevinden. Dit is het idee dat de mens van nature de emoties van een ander weerspiegelt.⁸⁰ Spiegelneuronen werden voor het eerst in 1990 gevonden door een groep neurofysiologen. Gedurende het meten van de hersenactiviteit van een groep apen vonden zij dat de hersenen

⁷² Hersenstichting, 'Puberhersen', [hersenstichting.nl](https://www.hersenstichting.nl) z.d.

⁷³ Gezondheid BE, 'Over de ontwikkeling van jongeren. De Apenjaren?', gezondheid.be maart 2017.

⁷⁴ Gezondheid BE, 'Over de ontwikkeling van jongeren. De Apenjaren?', gezondheid.be maart 2017.

⁷⁵ Centraal Bureau voor de Statistiek, 'Wie gebruikt het vaakst sociale media?', longreads.cbs.nl 18 december 2020.

⁷⁶ B. Neurink, 'Jongeren & online media: appen, swipen en bingewatchen', frankwatching.com 30 augustus 2017.

⁷⁷ J. Arends-Tóth, 'Jongeren en internetgebruik', longreads.cbs.nl 2019.

⁷⁸ B. Neurink, 'Jongeren & online media: appen, swipen en bingewatchen', frankwatching.com 30 augustus 2017.

⁷⁹ JouwGGD, 'Rolmodellen', jouwggd.nl z.d.

⁸⁰ A. McGuire 'A Theme for 2020: High Expectations, Pt. 2', medium.com 22 januari 2020.

identiek reageerden op het zelf eten van een pinda en het zien van een onderzoeker die een pinda eet. Hieruit werd geconcludeerd dat mensen het gedrag van anderen weerspiegelen.⁸¹ De resultaten van dit onderzoek kunnen we meenemen in dit werkstuk. Jongeren kopiëren de emotionele reacties die zij zien op het beeldscherm. Als het rolmodel zich nerveus opstelt in de video, neemt er een chemische reactie plaats in de hersenen waardoor de kijker ook nerveus wordt. De stemming en emoties die het rolmodel naar de kijker stuurt, hebben dus een directe invloed op de emoties die de kijker voelt.⁸² Spiegelneuronen hebben een cruciale rol bij de sociale functies van mensen. Als het rolmodel een slechte intentie heeft, kan hij deze emoties bewust overdragen aan de kijkers. Gezien er geen mogelijkheid is tot interactie, zal er ook geen kritiek worden gegeven op het kopieer-gedrag van de kijker.⁸³

Een ander onderzoek dat plaatsvond onder 17 Joodse jongvolwassenen is hier een voorbeeld van. Bij dit onderzoek kregen de proefpersonen biografieën en foto's te zien van acht acteurs die een gelijkmatig uiterlijk hadden als de proefpersonen. Van te voren werden vier van de acht acteurs beschreven als neo-nazi's. Na het bekijken van de biografieën en foto's, werd aan ieder proefpersoon de gevoelens ten opzichte van de acteurs gevraagd. Alle proefpersonen gaven aan sterke haatgevoelens te hebben voor de vier neo-nazi's, maar niet voor de andere vier acteurs.⁸⁴ Vervolgens werden alle proefpersonen vastgezet aan een MRI-scan. De proefpersonen kijken naar de acteurs terwijl zij een glas water drinken. Uit het onderzoek kwam naar voren dat de neuronen in de hersenen op een andere manier activeerden bij het zien van de neo-nazi's ten opzichte van de andere acteurs.⁸⁵ Deze resultaten bevestigen dat onze hersenen worden beïnvloed door spiegelneuronen om onderscheid te maken tussen 'wij en zij'. Deze onderscheiding kan worden gestimuleerd door rolmodellen die wellicht een schadelijke bedoeling hebben.⁸⁶

Kortom, de media kan een positieve of negatieve invloed hebben op de denk- en gedragswijze van jongeren ten opzichte van derden. Jongeren kopiëren vaak (on)bewust het gedrag en de emotionele reacties van hun rolmodellen. Dit heeft tot gevolg dat rolmodellen over de mogelijkheid beschikken om met gebruik van parasociale interactie de kijker te manipuleren en de identiteitsvorming op een negatieve manier te beïnvloeden. Een voorbeeld hiervan is het doelgericht aanmoedigen van haatdragend gedrag naar een bepaalde persoon of groep personen. Naast de ideeën en meningen die de jongeren vormen, speelt ook het uiterlijk en het lichaamsbeeld een belangrijk aspect van de identiteitsontwikkeling.⁸⁷ Dit brengt de vraag met zich mee: kan een rolmodel door middel van

⁸¹ J. Rijks, 'Spiegelneuronen', *eenzaamheid.info* z.d.

⁸² A. McGuire 'A Theme for 2020: High Expectations, Pt. 2', *medium.com* 22 januari 2020

⁸³ J. Rijks, 'Spiegelneuronen', *eenzaamheid.info* z.d.

⁸⁴ D. Yuhas, 'Mirror Neurons Can Reflect Hatred. Mirror neurons distinguish between those we like and those we do not', *scientificamerican.com* 1 maart 2013.

⁸⁵ D. Yuhas, 'Mirror Neurons Can Reflect Hatred. Mirror neurons distinguish between those we like and those we do not', *scientificamerican.com* 1 maart 2013.

⁸⁶ D. Yuhas, 'Mirror Neurons Can Reflect Hatred. Mirror neurons distinguish between those we like and those we do not', *scientificamerican.com* 1 maart 2013.

⁸⁷ N. Palmeroni, 'Op zoek naar je eigen identiteit door het schoonheidsideaal na te streven', *eoswetenschap.eu* 7 mei 2019.

parasociale relatie en interactie een negatieve invloed vormen op het lichaamsbeeld dat jongeren van zichzelf hebben?

Tijdens de pubertijd ondergaan jongeren veel lichaamsveranderingen, waardoor de focus op het uiterlijk toeneemt. Het blijkt zelfs zo hoog te liggen dat de tevredenheid over het eigen lichaam bij jongeren een uitzondering is.⁸⁸ Jongeren streven naar de onafhankelijkheid om keuzes te maken over het eigen lichaam. Echter, het maken van deze keuzes over het uiterlijk kan lastig zijn en daarbij resulteren in *identiteitsverwarring*. Hierbij zijn jongeren voortdurend op zoek naar antwoorden op vragen die met de zelfperceptie te maken hebben. De antwoorden op deze vragen vormen een belangrijke kern voor de betekenis die zij aan hun eigen identiteit geven.⁸⁹ Uit onderzoek kwam naar voren dat jongeren met identiteitsverwarring zich tijdens de identiteitsontwikkeling sterk richten op het behalen van de nagestreefde schoonheidsidealen. Dit kan problematisch zijn vanwege de hoge maatstaf van de schoonheidsidealen in onze samenleving.⁹⁰ Deze onrealistische idealen wijken sterk af van de meeste lichamen van jongeren en zijn daarbij moeilijk na te bootsen, maar tegelijkertijd worden ze vanuit verschillende hoeken in de samenleving toegejuicht. Het ideale uiterlijk wordt afgebeeld als een teken van succes en geluk in het leven. Dit kan leiden tot negatieve gevoelens en lichaamsontevredenheid onder jongeren, wat kan resulteren in problematisch gedrag zoals eetproblemen en zelfverwonding.⁹¹

De traditionele en sociale media speelt de hoofdrol in dit problematische gedrag. Met behulp van deze media is het verspreiden van onrealistische foto's van modellen en mediapersoonlijkheden een kinderspel.⁹² Daarbij heeft de kijker geen zicht op het proces dat heeft plaatsgevonden bij het plaatsen van een foto. Met de huidige technologie kunnen foto's zeer gemakkelijk worden bijgewerkt, zoals het weghalen van imperfecties. Bovendien krijgen mediapersoonlijkheden gratis producten en diensten zoals huidblekers, afslankmiddelen, schoonheidsproducten of cosmetische ingrepen aangeboden in ruil voor online promoties.⁹³ Op deze manier verdienen beide partijen snel en eenvoudig veel geld. Intussen ervaren kijkers de druk om dit uiterlijk na te bootsen, maar het behalen van deze idealen kan psychische en fysieke schade aanrichten op het zelfbeeld van jongeren.⁹⁴ Als gevolg van deze advertenties vindt er normalisering van plastische chirurgie plaats. Volgens sociale media-analist Jaap van Zessen resulteert deze normalisering in een interesseverhoging op het ondergaan van cosmetische ingrepen onder jongeren.⁹⁵ Uit eerder onderzoek is gebleken dat deze interesseverhoging in plastische chirurgie wordt beïnvloed door meerdere factoren zoals: een toenemend belang voor het uiterlijk, de aanhoudende prijsdeflatie van

⁸⁸ N. Palmeroni, 'Op zoek naar je eigen identiteit door het schoonheidsideaal na te streven', *eoswetenschap.eu* 7 mei 2019.

⁸⁹ N. Palmeroni, 'Op zoek naar je eigen identiteit door het schoonheidsideaal na te streven', *eoswetenschap.eu* 7 mei 2019.

⁹⁰ N. Palmeroni, 'Op zoek naar je eigen identiteit door het schoonheidsideaal na te streven', *eoswetenschap.eu* 7 mei 2019.

⁹¹ N. Palmeroni, 'Op zoek naar je eigen identiteit door het schoonheidsideaal na te streven', *eoswetenschap.eu* 7 mei 2019.

⁹² A. Zegers, N. Schillemans, 'Plastische chirurgie onder jongeren: een groeiende rage', *onderzoeksredactie.fhj.nl* 24 april 2020.

⁹³ N. Palmeroni, 'Op zoek naar je eigen identiteit door het schoonheidsideaal na te streven', *eoswetenschap.eu* 7 mei 2019.

⁹⁴ A. Zegers, N. Schillemans, 'Plastische chirurgie onder jongeren: een groeiende rage', *onderzoeksredactie.fhj.nl* 24 april 2020.

⁹⁵ A. Zegers, N. Schillemans, 'Plastische chirurgie onder jongeren: een groeiende rage', *onderzoeksredactie.fhj.nl* 24 april 2020.

de cosmetische ingrepen en een groter publiekelijk bewustzijn van plastische chirurgie door (sociale) media.⁹⁶ Evenzeer is er een verband tussen de verhoogde mediaconsumptie en de interesseverhoging in cosmetische ingrepen. Zo blijkt uit onderzoek dat langere blootstelling aan sociale media de overweging naar plastische chirurgie vergroot.⁹⁷ “Stel je twijfelt over of je vollere lippen wilt of niet, en je ziet op Instagram dat je rolmodel het ook heeft gedaan, dan is de stap om naar een kliniek te gaan veel makkelijker.”, aldus J. van Zessen.⁹⁸ Wetenschappers Maltby en Day ondersteunen dit idee met hun onderzoek dat plaatsvond onder 137 jongeren die een parasociale relatie hadden met een mediapersoonlijkheid. Uit de resultaten kwam naar voren dat wanneer proefpersonen het lichaam van hun rolmodel idealiseren, zij een grotere bereidheid tonen voor cosmetische ingrepen met als doel hun rolmodel te kopiëren.⁹⁹

Dit gedrag kan zich als problematisch voordoen, gezien het feit dat cosmetische ingrepen niet zijn terug te draaien. Deze (vaak impulsieve) keuze wordt beïnvloed door de ongelijke ontwikkeling van het emotionele hersengedeelte, de amygdala, en het rationele hersengedeelte, de neocortex. Tijdens de pubertijd zorgt een overvloedige productie aan hormonen voor meer prikkels aan de amygdala.¹⁰⁰ Neurowetenschappers stellen dat deze disbalans als gevolg heeft dat jongeren tot het 25e levensjaar niet altijd in staat zijn om de consequenties van hun daden te bevatten. De behoefte om onafhankelijke keuzes te maken over het eigen lichaam ten opzichte van de bereidheid om plastische chirurgie te ondergaan, loopt dus niet gelijk met de toerekeningsvatbaarheid van jongeren.¹⁰¹

Uit de bovenstaande tekst valt te concluderen dat de tienerhersenen gedurende de pubertijd het sterkst ontwikkelen in de emotionele hersengebieden. Het identiteitsproces begint zich te ontwikkelen en hoewel dit een langdurig proces is, worden jongeren vanaf de vroege puberjaren geconfronteerd met belangrijke keuzes, zoals: het kiezen van vrienden en hoe zij zich willen vertonen ten opzichte van anderen. Deze beslissingen dragen bij aan de identiteitsvorming van pubers. Actoren zoals ouders en vrienden spelen een rol in de beïnvloeding van de identiteitsvorming. Ook parasociale relaties spelen een grote rol in de identiteitsvorming. Zo bleek uit onderzoek dat rolmodellen door middel van parasociale interactie de denk- en gedragswijze van de kijker op een negatieve manier kunnen beïnvloeden. Bovendien vormen rolmodellen door middel van parasociale relaties en interacties een negatieve invloed op het lichaamsbeeld dat jongeren van zichzelf hebben. Het delen van onrealistische en gefilterde foto's en reclamespotjes die gebruik maken van gratis schoonheidsmiddelen of cosmetische ingrepen, zorgen voor normalisering

⁹⁶ Jung, J., Hwang, C.S, 'Associations between attitudes toward cosmetic surgery, celebrity worship, and body image among South Korean and US female college students', *Fash Text* 2016/3 afl. 17.

⁹⁷ Jung, J., Hwang, C.S, 'Associations between attitudes toward cosmetic surgery, celebrity worship, and body image among South Korean and US female college students', *Fash Text* 2016/3 afl. 17.

⁹⁸ A. Zegers, N. Schillemans, 'Plastische chirurgie onder jongeren: een groeiende rage', *onderzoeksredactie.fhj.nl* 24 april 2020

⁹⁹ Jung, J., Hwang, C.S, 'Associations between attitudes toward cosmetic surgery, celebrity worship, and body image among South Korean and US female college students', *Fash Text* 2016/3 afl. 17.

¹⁰⁰ Hersenstichting, 'Puberhersen', *herzenstichting.nl* z.d.

¹⁰¹ A. Zegers, N. Schillemans, 'Plastische chirurgie onder jongeren: een groeiende rage', *onderzoeksredactie.fhj.nl* 24 april 2020.

van een onrealistisch schoonheidsideaal. De normalisering van cosmetische ingrepen kan negatieve gevolgen hebben zoals: schade op de identiteitsvorming en het lichaamsbeeld, druk om bepaalde onrealistische schoonheidsidealen na te bootsen en het (vaak impulsief) besluiten om het eigen lichaam te modificeren door middel van deze procedures. Cosmetische ingrepen zijn niet terug te draaien, het blijft daarom maar de vraag of jongeren later nog achter hun besluit staan om plastische chirurgie te ondergaan.

Ten slotte kan worden geconcludeerd dat de hypothese voor de derde deelvraag overeenkomt met de resultaten. De verwachting was dat de media een sterke invloed kan tonen op tieners, doordat het tienerbrein zeer gevoelig is voor emotionele prikkels tijdens de puberjaren. Uit de onderzoeksresultaten kwam naar voren dat dit juist is: rolmodellen kunnen door middel van parasociale interactie de denk- en gedragswijze evenzeer het lichaamsbeeld van de kijker op een positieve en/of negatieve manier beïnvloeden.

HET ONDERZOEK

Nu de begrippen parasociale relaties en parasociale interacties zijn verhelderd, is het tijd om de theorie toe te passen op het onderzoek. Om de deelvragen en de hoofdvraag van dit profielwerkstuk te beantwoorden zullen er twee onderzoeken worden afgenomen, zowel een kwantitatief als kwalitatief onderzoek. Hierbij is gekozen voor een enquête en een interview. De hoofdvraag van dit profielwerkstuk luidt: *In hoeverre wordt de identiteitsvorming van 12 tot en met 18-jarigen beïnvloed door parasociale relaties bij de leerlingen van de RGO Middelharnis?*

3.1 De enquête

Voor het kwantitatieve onderzoek is gekozen voor het afnemen van een enquête. Om zo nauwkeurig mogelijk de resultaten vast te stellen zal de enquête worden afgenomen met het gebruik van een *likert schaal*. Dit is een meetmethode waarbij de respondent antwoord kan geven aan de hand van een serie antwoordopties. De schaal heeft een spectrum van vijf opties, waaronder 'sterk mee oneens', 'oneens', 'niet mee oneens maar ook niet mee eens', 'eens' en 'sterk mee eens'. Deze antwoordopties geven de respondent genoeg vrijheid om hun mening te geven en daarnaast bevordert deze manier de efficiënte van het afnemen van de enquêtes.¹⁰² Om het onderzoek voldoende representatief te maken, zullen de docenten worden benaderd met de vraag of zij de enquête kunnen delen met de leerlingen. De validiteit en betrouwbaarheid van dit onderzoek worden gewaarborgd door middel van een representatieve steekproef en door het voorzien van alle benodigde informatie voor de respondenten tijdens het invullen van de enquête.¹⁰³

3.1.1 De enquêtevragen

De enquête bestaat uit 22 vragen. Bij iedere vraag staat een toelichting over de relevantie van de vraag voor mijn onderzoek.

1. Hoe oud ben je?

Met deze vraag wordt gecontroleerd of de respondent in de 12 tot en met 18-jarige categorie valt. Indien de respondent buiten deze leeftijdsgroep valt, wordt hij/zij uitgesloten van het onderzoek. De mogelijke antwoordopties zijn: '11 jaar of jonger', '12 tot en met 18 jaar' of '19 jaar of ouder'.

2. Ben je een leerling van de RGO Middelharnis?

Met deze vraag wordt gecontroleerd of de respondent een leerling is van de RGO Middelharnis. Indien de respondent buiten deze leeftijdsgroep valt, wordt hij/zij uitgesloten van het onderzoek. De mogelijke antwoordopties zijn: 'Ja' of 'Nee'.

¹⁰² Onderzoekdoen, '5-punts en 7-punts likert schaal, waarom kiezen voor welke likert schaal?', *onderzoekdoen.nl* 1 juli 2017.

¹⁰³ L. Benders, 'Validiteit en betrouwbaarheid vaststellen in je scriptie', *scribbr.nl* 14 mei 2021.

3. Ben je bekend met het begrip 'Parasociale Relatie'?

Met deze vraag wordt duidelijk hoeveel leerlingen van de RGO Middelharnis de term al kennen. Met de resultaten kunnen we concluderen hoeveel leerlingen na de enquête bekend zijn geworden met dit concept. De mogelijke antwoordopties zijn: 'Ja' of 'Nee'.

Na deze vraag wordt de term parasociale relatie uitgelegd door middel van een theoriestuk. De tekst luidt: "Een parasociale relatie is een eenzijdige relatie die individuen zich voorstellen met fictieve- of mediapersoonlijkheden. Bijvoorbeeld: je bent een grote fan van zangeres Ariana Grande en steekt veel tijd in het beluisteren van haar muziek, bekijken van haar sociale media of het lezen van artikelen over haar. Tegelijkertijd is er een erg grote kans dat Ariana Grande jou niet kent. Deze eenzijdige relatie wordt een parasociale relatie genoemd." Hierna wordt de enquête voortgezet.

4. Denk je dat je een parasociale relatie hebt?

Met deze vraag wordt duidelijk hoeveel leerlingen een parasociale relatie denkt te hebben. Met de resultaten kunnen we concluderen of de leerlingen van de RGO Middelharnis bewuster zijn geworden met dit concept. De mogelijke antwoordopties zijn: 'Ja', 'Misschien' of 'Nee'.

5. Met welke groep heb jij een parasociale relatie?

Met deze vraag wordt duidelijk welke groep van mediapersoonlijkheden de grootste hoeveelheid aanhangers heeft in de leeftijdscategorie van 12 tot en met 18 jaar van de RGO Middelharnis. De mogelijke antwoordopties zijn: 'sociale media influencer (YouTuber, TikToker, etc.)', 'acteur/actrice', 'zanger(es)/band', 'realityshow ster', 'fictief karakter (bijvoorbeeld uit een boek of film)', 'geen', of de optie 'anders' waarbij de respondent zelf een antwoord kan invullen.

Na deze vraag wordt de volgende informatie aan de respondenten gegeven: "De volgende vragen gaan over het hebben van een parasociale relatie. Bij 'mijn rolmodel' vul je in een eigen rolmodel in. Indien je geen rolmodel hebt, hoeft je deze vragen niet te beantwoorden."

6. Ik herken mijzelf in mijn rolmodel.

Met deze stelling wordt duidelijk in hoeverre de leerlingen een parasociale relatie hebben gevormd met hun rolmodel. Deze stelling helpt ons om een antwoord op deelvraag 2.2 te formuleren. De mogelijke antwoordopties zijn: 'Sterk mee oneens', 'Oneens', 'Niet mee oneens maar ook niet mee eens', 'Eens', of 'Sterk mee eens'.

7. *Mijn rolmodel inspireert mij.*

Met deze stelling wordt duidelijk in hoeverre de leerlingen zich identificeren met hun rolmodel. Met de resultaten kunnen we concluderen of de leerlingen zich herkennen in hun rolmodel. Deze stelling helpt ons om een antwoord op deelvraag 2.2 te formuleren. De mogelijke antwoordopties zijn: 'Sterk mee oneens', 'Oneens', 'Niet mee oneens maar ook niet mee eens', 'Eens', of 'Sterk mee eens'.

8. *Ik zou mijn rolmodel willen ontmoeten.*

9. *Mijn rolmodel voelt aan als een goede vriend.*

Met deze stellingen wordt duidelijk in welke mate de leerlingen een parasociale relatie hebben met hun rolmodel. Het verlangen naar verbinding wordt hier getoetst. Deze stelling helpt ons om een antwoord op deelvraag 2.2 te formuleren. De mogelijke antwoordopties zijn: 'Sterk mee oneens', 'Oneens', 'Niet mee oneens maar ook niet mee eens', 'Eens', of 'Sterk mee eens'.

10. *Ik voel mij tijdens het bekijken van een video van mijn rolmodel deel van het gesprek.*

11. *Ik mis mijn rolmodel als hij/zij op vakantie gaat.*

Met deze stellingen wordt duidelijk hoe afhankelijk de leerlingen zijn van hun rolmodel. Met de resultaten kunnen we concluderen in hoeverre de leerlingen positieve en/of negatieve gevolgen ondervinden. Hierbij gaat het om positieve gevolgen zoals: een verhoogd zelfbeeld, pijnstillende werkingen en een hoge productie aan gamma-golven. De negatieve gevolgen betreffen: mediaverslaving, afhankelijkheid en extreme obsessies voor mediapersoonlijkheden. Deze stelling helpt ons om een antwoord op deelvraag 2.2 te formuleren. De mogelijke antwoordopties zijn: 'Sterk mee oneens', 'Oneens', 'Niet mee oneens maar ook niet mee eens', 'Eens', of 'Sterk mee eens'.

12. *Ik ben het vaak eens met de uitspraken van mijn rolmodel.*

Met deze stelling wordt duidelijk in hoeverre de leerlingen verlangen naar een binding met hun rolmodel. Met de resultaten kunnen we concluderen of rolmodellen door middel van parasociale interactie de denk- en gedragswijze van de leerlingen kunnen beïnvloeden. Deze stelling helpt ons om een antwoord op deelvraag 2.3 te formuleren. De mogelijke antwoordopties zijn: 'Sterk mee oneens', 'Oneens', 'Niet mee oneens maar ook niet mee eens', 'Eens', of 'Sterk mee eens'.

13. *Ik gebruik vaak het advies dat mijn rolmodel geeft.*

Met deze stelling wordt duidelijk in hoeverre rolmodellen door middel van parasociale interactie de denk- en gedragswijze van de leerlingen kunnen beïnvloeden. Deze stelling helpt ons om een antwoord op deelvraag 2.3 te formuleren. De mogelijke antwoordopties zijn: 'Sterk mee oneens', 'Oneens', 'Niet mee oneens maar ook niet mee eens', 'Eens', of 'Sterk mee eens'.

14. Ik word verdrietig wanneer mijn rolmodel iets vervelends overkomt.

Met deze stelling wordt duidelijk in hoeverre de emoties van het rolmodel worden overgedragen aan de leerlingen. Met de resultaten kunnen we concluderen of rolmodellen door middel van parasociale interactie de denk- en gedragswijze van de leerlingen kunnen beïnvloeden. Deze stelling helpt ons om een antwoord op deelvraag 2.3 te formuleren. De mogelijke antwoordopties zijn: 'Sterk mee oneens', 'Oneens', 'Niet mee oneens maar ook niet mee eens', 'Eens', of 'Sterk mee eens'.

15. Ik spendeer liever tijd aan mijn rolmodel dan aan vrienden en familie.

Met deze stelling wordt duidelijk in hoeverre de leerling bereid is om zijn/haar rolmodel als prioriteit te bestempelen en alle aandacht daaraan te vestigen. Des te meer tijd een leerling wilt spenderen met het rolmodel, des te meer invloed het rolmodel kan uiten op de leerling. Deze stelling helpt ons om een antwoord op deelvraag 2.3 te formuleren. De mogelijke antwoordopties zijn: 'Sterk mee oneens', 'Oneens', 'Niet mee oneens maar ook niet mee eens', 'Eens', of 'Sterk mee eens'.

16. Ik kijk op naar de karaktereigenschappen van mijn rolmodel.

17. Ik kopieer graag het gedrag van mijn rolmodel.

Met deze stellingen wordt duidelijk in hoeverre de leerlingen verlangen naar een binding met hun rolmodel. Met de resultaten kunnen we concluderen in hoeverre rolmodellen door middel van parasociale interactie de denk- en gedragswijze van de kijkers kunnen beïnvloeden. Deze stelling helpt ons om een antwoord op deelvraag 2.3 te formuleren. De mogelijke antwoordopties zijn: 'Sterk mee oneens', 'Oneens', 'Niet mee oneens maar ook niet mee eens', 'Eens', of 'Sterk mee eens'.

18. Ik vind mijn rolmodel aantrekkelijk.

19. Ik heb overwogen om plastische chirurgie te ondergaan om op mijn rolmodel te lijken.

20. Ik schaf producten aan die mijn rolmodel gebruikt of promoot.

21. Ik voel mij soms onzeker dat ik niet op mijn rolmodel lijkt.

Met deze stellingen wordt duidelijk of rolmodellen het lichaams- en zelfbeeld van de leerlingen beïnvloeden en in hoeverre dit positief of negatief is. Deze stelling helpt ons om een antwoord op deelvraag 2.3 te formuleren. De mogelijke antwoordopties zijn: 'Sterk mee oneens', 'Oneens', 'Niet mee oneens maar ook niet mee eens', 'Eens', of 'Sterk mee eens'.

22. Indien je niet bekend was met de term 'Parasociale Relatie', is de term nu duidelijk?

Met deze vraag wordt duidelijk hoeveel leerlingen van de RGO Middelharnis de term kennen na het afnemen van de enquête. De mogelijke antwoordopties zijn: 'Ja', 'Nee' of 'Ik was al bekend met de term'.

3.2 Het interview

Voor het kwalitatieve onderzoek is gekozen voor het afnemen van een *semi-gestructureerd* interview bij de leerlingen van de RGO Middelharnis. Een semi-gestructureerd interview maakt gebruik van algemeen geformuleerde vragen die de interviewer de mogelijkheid biedt af te wijken van de standaardvragen om meer gedetailleerde informatie te verkrijgen.¹⁰⁴ Bovendien zal het interview casuïstisch worden afgenomen bij leerlingen van verschillende leeftijdsgroepen om de validiteit van het onderzoek te waarborgen. Een casuïstisch interview zal zich richten op de persoonlijke ervaringen van parasociale relaties in het leven van de leerlingen. Alle interviews worden anoniem verwerkt.

Deze onderzoeksmethode gaat in op de percepties en onderliggende uitdrukkingen van de respondenten. Dit maakt het mogelijk nieuwe theorieën te creëren, argumenten van het onderzoek te onderbouwen en de validiteit van het eerdere literatuuronderzoek te controleren.¹⁰⁵ Alle interviews zijn opgenomen in audiovorm, hierbij is toestemming verkregen van alle geïnterviewden. Voor het analyseren van de interviews wordt gebruik gemaakt van woordelijk transcriberen. Bij deze methode worden aarzelingen, stopwoordjes en stotteren weggelaten en interpunctie toegevoegd om de leesbaarheid te verbeteren.¹⁰⁶ Ten slotte zullen de interviewresultaten worden vergeleken met de enquêteresultaten om antwoorden op de deelvragen te formuleren.

3.2.1 De interviewvragen

Het interview bestaat uit 5 algemene vragen. Er wordt soms afgeweken om meer gedetailleerde informatie te verkrijgen. Voorafgaand het interview wordt het begrip parasociale relatie uitgelegd. Alle interviews zijn op 4 februari 2022 afgenomen op de RGO Middelharnis. Alle geïnterviewden zijn leerlingen van de RGO Middelharnis.

1. *Met wie denk jij een parasociale relatie te hebben?*

Met deze vraag wordt onderzocht met wie de geïnterviewde denkt een parasociale relatie gevormd te hebben. Aan de hand van het antwoord op deze vraag wordt het mogelijk het interview te leiden. Het antwoord van de respondent wordt te allen tijde gevolgd met de vraag 'waarom denk je dat?'.

2. *Waarom voel jij je verbonden met dit rolmodel?*

Met deze vraag wordt onderzocht wat de oorzaken zijn voor het leggen van een parasociale relatie met zijn/haar rolmodel. Bovendien wordt duidelijk in welke mate de leerlingen een parasociale relatie hebben met hun rolmodel. Het verlangen naar binding wordt hier getoetst. Deze vraag helpt ons om een antwoord op deelvraag 2.2 te formuleren.

3. *Raak je geïnspireerd of gemotiveerd door je rolmodel?*

¹⁰⁴ K. Dingemanse, 'Soorten interviews: voor- en nadelen', *scribbr.nl* 12 november 2021.

¹⁰⁵ Allesovermarktonderzoek, 'Kwalitatief onderzoek - Onderzoeksmethoden', *allesovermarktonderzoek.nl* 5 mei 2021.

¹⁰⁶ L. Smits, 'Transcriberen van een interview (software en voorbeelden)', *scribbr.nl* 23 december 2021.

Met deze vraag wordt onderzocht in hoeverre de leerlingen zich identificeren met hun rolmodel. Bovendien wordt duidelijk of rolmodellen door middel van parasociale interactie de denk- en gedragswijze van de leerlingen kunnen beïnvloeden. Deze vraag helpt ons om een antwoord op deelvraag 2.2 te formuleren.

4. Heb jij je wel eens onzeker gevoeld door je rolmodel? Denk aan uiterlijk of het behalen van bepaalde mijlpalen.

Met deze vraag wordt onderzocht of het rolmodel het lichaams- en zelfbeeld van de leerlingen beïnvloedt en in hoeverre dit positief of negatief is. Deze vraag helpt ons om een antwoord op deelvraag 2.3 te formuleren.

5. Word je verdrietig wanneer er iets vervelends overkomt met je rolmodel?

Met deze vraag wordt onderzocht in hoeverre de emoties van het rolmodel worden overgedragen aan de leerlingen. Met de resultaten kunnen we concluderen of rolmodellen door middel van parasociale interactie de denk- en gedragswijze van de leerlingen kunnen beïnvloeden. Deze vraag helpt ons om een antwoord op deelvraag 2.3 te formuleren.

ANALYSE VAN DE ONDERZOEKSRESULTATEN

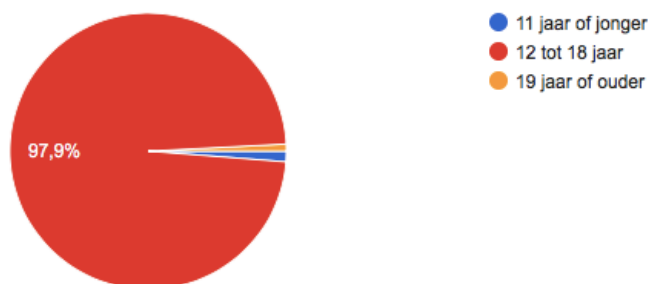
4.1 De enquêtegegevens

In het schooljaar 2021-2022 telt de RGO Middelharnis 1.188 leerlingen.¹⁰⁷ De enquête is ingevuld door 242 leerlingen. In dit hoofdstuk worden de resultaten van de enquête en de afgenomen interviews geanalyseerd en worden conclusies getrokken op basis van deze resultaten.

Vraag 1

Hoe oud ben je?

242 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

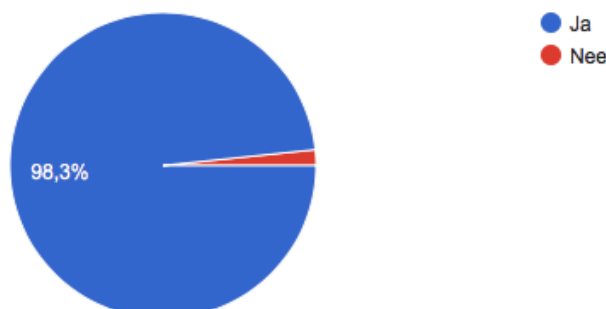
11 jaar of jonger	= 1,2%	3 antwoorden
12 tot en met 18 jaar	= 97,9%	237 antwoorden
19 jaar of ouder	= 0,9%	2 antwoorden

Uit de gegevens van vraag 1 valt te concluderen dat 97,9%, ofwel 237 respondenten, in de 12 tot en met 18-jarige categorie valt. De respondenten die buiten deze leeftijdsgroep vallen, worden vanaf vraag 3 uitgesloten van het onderzoek.

Vraag 2

Ben je een leerling van de RGO Middelharnis?

242 antwoorden



¹⁰⁷ Scholenopdekaart, 'RGO College (vwo - havo - mavo)', *scholenopdekaart.nl* 2021

De resultaten zijn als volgt:

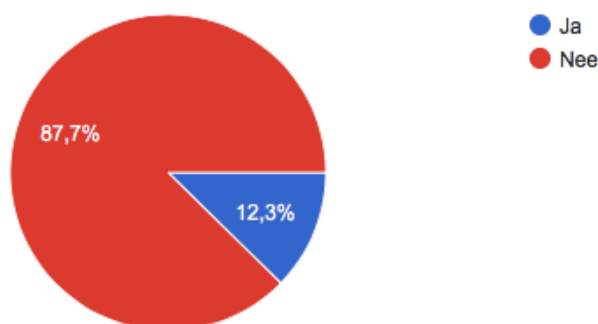
Ja	= 98,3%	238 antwoorden
Nee	= 2,7%	4 antwoorden

Uit de gegevens van vraag 2 valt te concluderen dat 238 respondenten (98,3%) leerling zijn van de RGO Middelharnis. Dit is opvallend, omdat de enquête alleen kan worden ingevuld indien de respondent is ingelogd op het schoolaccount. De enquête is niet toegankelijk voor mensen die niet tot het domein van de RGO Middelharnis behoren. De respondenten die aangeven geen leerling te zijn van de RGO Middelharnis, worden vanaf vraag 3 uitgesloten van het onderzoek.

Vraag 3

Ben je bekend met het begrip 'Parasociale Relatie'?

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

Ja	= 12,3%	29 antwoorden
Nee	= 87,7%	206 antwoorden

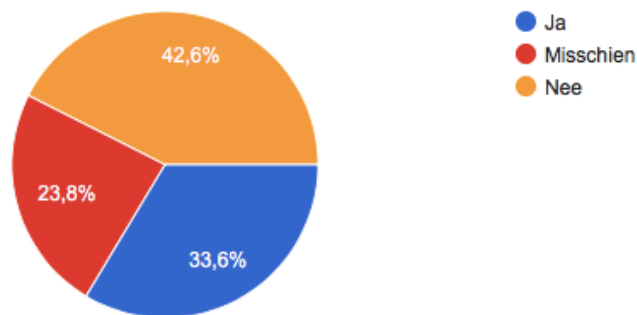
Uit de gegevens van vraag 3 valt te concluderen dat 87,7% van de respondenten niet bekend is met het begrip 'Parasociale Relatie'. Met deze resultaten kunnen we concluderen hoeveel leerlingen na de enquête bekend zijn geworden met dit concept.

Na deze vraag wordt de term parasociale relatie uitgelegd door middel van een theoriestuk. De tekst luidt: "Een parasociale relatie is een eenzijdige relatie die individuen zich voorstellen met fictieve- of mediapersoonlijkheden. Bijvoorbeeld: je bent een grote fan van zangeres Ariana Grande en steekt veel tijd in het beluisteren van haar muziek, bekijken van haar sociale media of het lezen van artikelen over haar. Tegelijkertijd is er een erg grote kans dat Ariana Grande jou niet kent. Deze eenzijdige relatie wordt een parasociale relatie genoemd." Hierna wordt de enquête voortgezet.

Vraag 4

Denk je dat je een parasociale relatie hebt?

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

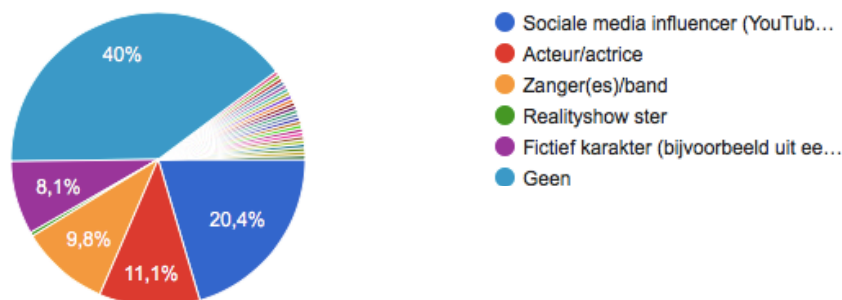
Ja	= 33,6%	79 antwoorden
Misschien	= 23,8%	56 antwoorden
Nee	= 42,6%	100 antwoorden

Uit de gegevens van vraag 4 blijkt dat 42,6% van de leerlingen momenteel denkt geen parasociale relatie te hebben. Dit resultaat is niet verrassend, gezien in vraag 3 de meerderheid van de respondenten aangaf het begrip 'parasociale relatie' niet te kennen.

Vraag 5

Met welke groep heb jij een parasociale relatie?

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

Sociale media influencer	= 20,4%	48 antwoorden
Acteur/Actrice	= 11,1%	26 antwoorden
Zanger(es)/band	= 9,8%	23 antwoorden
Realityshow ster	= 0,4%	1 antwoord
Fictief karakter	= 8,1%	19 antwoorden
Geen	= 40%	94 antwoorden
Anders...	= 10,2%	24 antwoorden

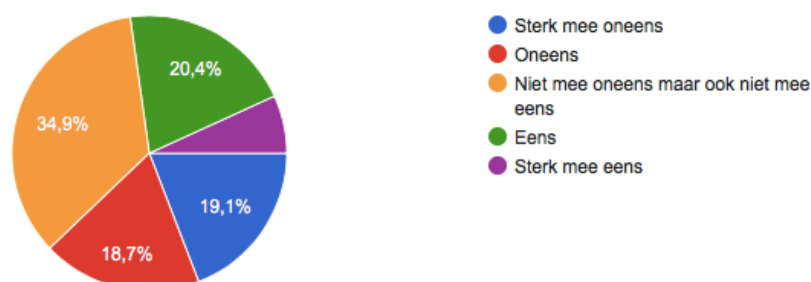
Uit de gegevens van vraag 5 valt te concluderen dat een grote groep leerlingen (40%) denkt momenteel geen parasociale relatie te hebben. De grootste groep leerlingen die wel aangeven een parasociale relatie te hebben, vormen deze met een sociale media influencer (20,4%). Een kleiner percentage denkt een parasociale relatie te hebben met een acteur of actrice of een fictief karakter. 10,2% van de leerlingen vulden het kopje 'anders' in. Enkele voorbeelden van de respondenten zijn: F1 coureurs, zoals Max Verstappen en Lando Norris (twee keer benoemd), fictieve karakters uit een animatieserie en sporters. Opvallend aan deze resultaten is dat 66,4% van de respondenten in vraag 4 aangaf misschien/geen parasociale relatie te hebben, maar dit percentage bij vraag 5 daalt naar 40% wanneer er opties worden gegeven. Dit betekent dat 26,4% van de leerlingen toch wel een parasociale relatie denkt te hebben bij het zien van deze opties.

Na deze vraag wordt de volgende informatie aan de respondenten gegeven: "De volgende vragen gaan over het hebben van een parasociale relatie. Vul in gedachte bij 'mijn rolmodel' je eigen rolmodel in. Indien je geen rolmodel hebt, hoef je deze vragen niet te beantwoorden."

Vraag 6

Ik herken mijzelf in mijn rolmodel.

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

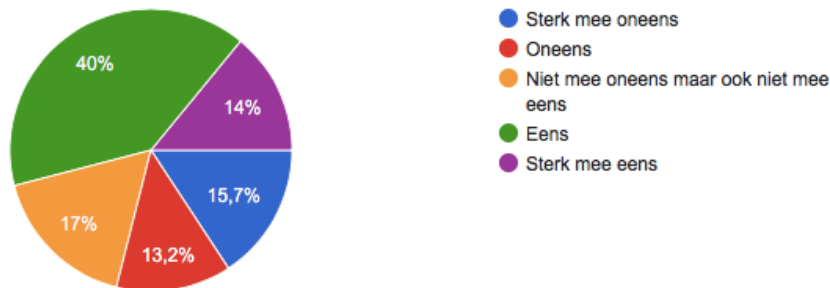
Sterk mee oneens	= 19,1%	45 antwoorden
Oneens	= 18,7%	44 antwoorden
Niet mee oneens maar ook niet mee eens	= 34,9%	82 antwoorden
Eens	= 20,4%	48 antwoorden
Sterk mee eens	= 6,8%	16 antwoorden

Het respondentenaantal is hetzelfde gebleven. Hieruit kunnen we concluderen dat eenieder die de vragenlijst verder heeft ingevuld een rolmodel heeft. Niet is van belang wie die rolmodel is. Uit de gegevens van vraag 6 valt te concluderen dat een grote groep leerlingen (34,9%) zichzelf enigermate in hun rolmodel herkent. Het is opvallend dat 37,8% van de leerlingen het oneens is met de stelling in vergelijking tot de 27,2% die het eens is met de stelling, omdat een binding met een rolmodel vaak wordt gevormd door gemeenschappelijke karaktereigenschappen en/of uiterlijke kenmerken.

Vraag 7

Mijn rolmodel inspireert mij.

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

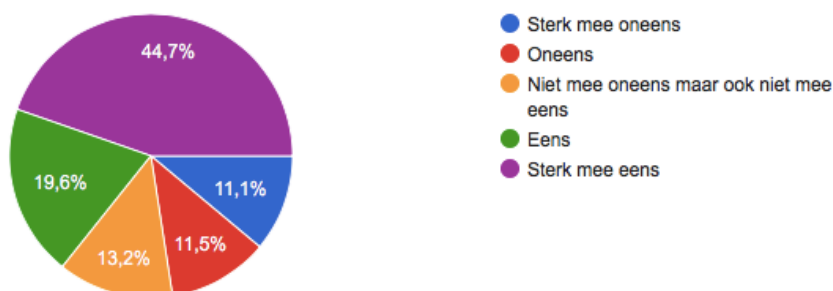
Sterk mee oneens	= 15,7%	37 antwoorden
Oneens	= 13,2%	31 antwoorden
Niet mee oneens maar ook niet mee eens	= 17%	40 antwoorden
Eens	= 40%	94 antwoorden
Sterk mee eens	= 14%	33 antwoorden

Uit de gegevens van vraag 7 valt te concluderen dat de meerderheid van de leerlingen (54%) zich geïnspireerd voelt door zijn/haar rolmodel. De leerlingen voelen zich dus in grote mate identificeerbaar met hun rolmodel. Het is opvallend dat 29,8% het oneens is met de stelling en 17% neutraal blijft. Dit brengt de vraag naar voren: waarom hebben de respondenten die voor de optie oneens of neutraal kozen, hun rolmodel gekozen als rolmodel? Een mogelijke oorzaak is dat het rolmodel is gekozen op basis van entertainment en niet als bron voor motivatie of inspiratie.

Vraag 8

Ik zou mijn rolmodel willen ontmoeten.

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

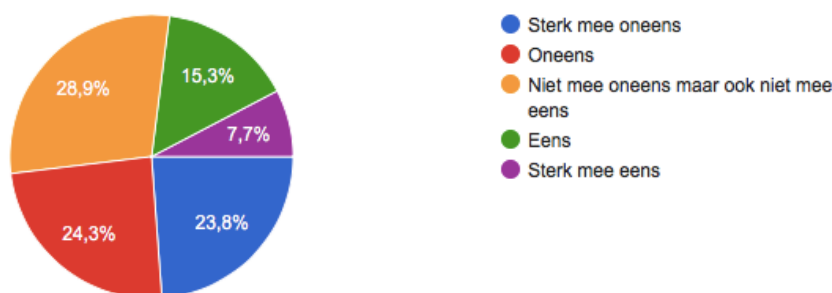
Sterk mee oneens	= 11,1%	26 antwoorden
Oneens	= 11,5%	27 antwoorden
Niet mee oneens maar ook niet mee eens	= 13,2%	31 antwoorden
Eens	= 19,6%	46 antwoorden
Sterk mee eens	= 44,7%	105 antwoorden

Uit de gegevens van vraag 8 valt te concluderen dat een meerderheid van de leerlingen (64,3%) een zeer sterk verlangen voelt om een binding te vormen met hun rolmodel. Daarentegen staat dat 13,2% neutraal blijft en 22,6% het oneens is met deze stelling. Een mogelijke oorzaak is dat mensen het ongemakkelijk vinden hun rolmodel te ontmoeten of hier simpelweg geen behoefte aan hebben.

Vraag 9

Mijn rolmodel voelt aan als een goede vriend.

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

Sterk mee oneens	= 23,8%	56 antwoorden
Oneens	= 24,3%	57 antwoorden
Niet mee oneens maar ook niet mee eens	= 28,9%	68 antwoorden
Eens	= 15,3%	36 antwoorden
Sterk mee eens	= 7,7%	18 antwoorden

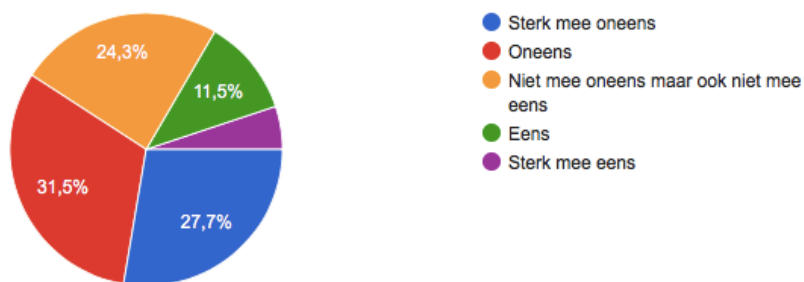
Uit de gegevens van vraag 9 valt te concluderen dat een grote groep leerlingen het oneens (48,1%) is met deze stelling. Dit is een hoog percentage in vergelijking tot de 23% die het eens is met de stelling. Als we deze informatie koppelen aan de theorie, dan blijkt dat indien het rolmodel aanvoelt als een goede vriend, er een hoge mate van parasociale relatie optreedt. Hieruit valt te concluderen dat het niveau van parasociale relaties niet hoog ligt bij de leerlingen. Dit is opmerkelijk, omdat Generatie Z in de maatschappij door oudere generaties wordt gelabeld als een 'obsessieve' generatie.¹⁰⁸ Echter, dit blijkt uit het onderzoek niet naar voren te komen. Dit is een interessante waarneming die zal worden meegenomen in de discussie.

¹⁰⁸ R. Chojnacki, 'Guide to Gen Z: Debunking the Myths of Our Youngest Generation', *npd.com* 23 september 2021.

Vraag 10

Ik voel mij tijdens het bekijken van een video van mijn rolmodel deel van het gesprek.

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

Sterk mee oneens	= 27,7%	65 antwoorden
Oneens	= 31,5%	74 antwoorden
Niet mee oneens maar ook niet mee eens	= 24,3%	57 antwoorden
Eens	= 11,5%	27 antwoorden
Sterk mee eens	= 5,1%	12 antwoorden

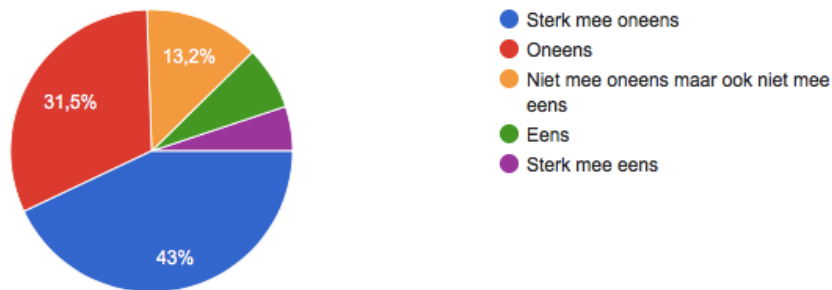
Uit de gegevens van vraag 10 valt te concluderen dat de meerderheid van de leerlingen (59,2%) zich geen onderdeel van het gesprek voelt bij het kijken van zijn/haar rolmodel. 24,3% blijft neutraal en slechts 16,6% is het eens met de stelling. Dit komt overeen met de resultaten uit vraag 5 waar 20,4% van de leerlingen aangaf een parasociale relatie te hebben met een sociale media influencer. Bij de optie 'anders' werden tevens youTubers en vloggers genoemd. Deze influencers nemen de kijkers direct mee in het dagelijks leven, doordat zij ieder aspect van hun leven filmen en dit rechtstreeks communiceren met de kijker. Hierbij moet worden vermeld dat de antwoorden van de correspondenten niet geheel objectief zijn, omdat ze zijn gebaseerd vanuit hun oogpunt. Hun omgeving kan dit dus anders ervaren.

Uit deze resultaten blijkt dus dat de kijkers van de RGO Middelharnis zich niet zo betrokken voelen met hun rolmodel. Als we deze informatie koppelen aan de theorie dan blijkt dat de leerlingen niet in hoge mate afhankelijk zijn van hun rolmodel. Consequent ervaren de leerlingen weinig negatieve gevolgen zoals mediaverslaving, afhankelijkheid en extreme obsessies voor mediapersoonlijkheden, of positieve gevolgen zoals een verhoogd zelfbeeld, pijnstillende werkingen en een grote productie van gamma-golven door hun rolmodel.

Vraag 11

Ik mis mijn rolmodel als hij/zij op vakantie gaat. (Afwezigheid)

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

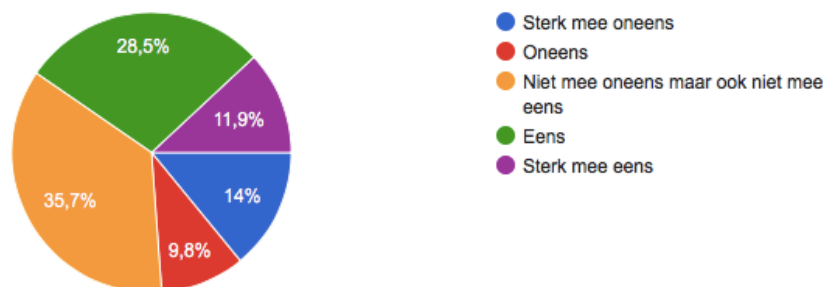
Sterk mee oneens	= 43%	101 antwoorden
Oneens	= 31,5%	74 antwoorden
Niet mee oneens maar ook niet mee eens	= 13,2%	31 antwoorden
Eens	= 7,2%	17 antwoorden
Sterk mee eens	= 5,1%	12 antwoorden

Uit de gegevens van vraag 11 valt te concluderen dat een meerderheid van de leerlingen, zo'n 74,5% het (sterk) oneens is met deze stelling ten opzichte van de 12,3% die het eens is met de stelling. Slechts 13,2% van de leerlingen blijft neutraal. Er is een groot verschil tussen de leerlingen die het eens of oneens zijn met de stelling. Dit toont aan dat de afwezigheid van het rolmodel voor veel leerlingen geen grote gevolgen heeft. Als we deze resultaten koppelen aan de theorie, dan kunnen we concluderen dat rolmodellen met hun afwezigheid een minder grote invloed hebben op het dagelijks leven van de leerlingen.

Vraag 12

Ik ben het vaak eens met de uitspraken van mijn rolmodel.

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

Sterk mee oneens	= 14%	33 antwoorden
Oneens	= 9,8%	23 antwoorden
Niet mee oneens maar ook niet mee eens	= 35,7%	84 antwoorden
Eens	= 28,5%	67 antwoorden
Sterk mee eens	= 11,9%	28 antwoorden

De opties 'eens' en 'sterk mee eens' zijn met 40,4% de meest gekozen antwoorden. Uit de theorie valt te herleiden dat dit een logisch resultaat is, omdat rolmodellen juist vanwege opvallende uitspraken hun bekendheid verwerven. Daarnaast valt te concluderen dat de leerlingen een band hebben met hun rolmodel en gevoelig zijn voor de invloed die het rolmodel via parasociale interactie op hun denken en gedrag kan uitoefenen.

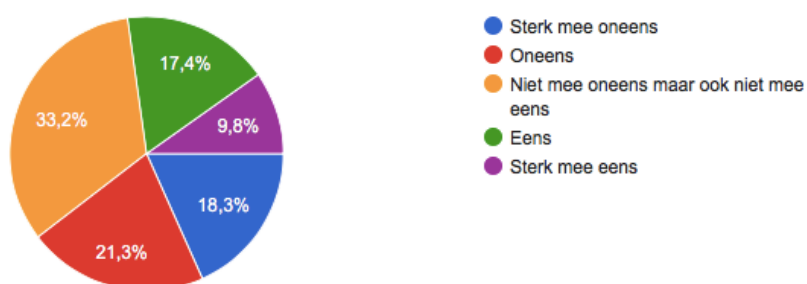
Daarnaast is het opvallend dat 23,8% van de leerlingen het vaak (sterk) oneens is met de uitspraken van het rolmodel. Deze resultaten zijn te vergelijken met vraag 7 en brengt de vraag naar voren: waarom hebben de respondenten wie voor de optie oneens kozen, hun rolmodel gekozen als rolmodel? Een mogelijke oorzaak kan zijn dat het rolmodel is gekozen op basis van uiterlijke kenmerken of het hebben van talenten, zoals zingen, acteren en dergelijke in vergelijking tot personaliteit, karaktereigenschappen of het behalen van mijlpalen die zij ook willen bereiken.

Tot slot staan we stil bij de neutrale groep van 35,7% die aangeeft geen partij te kiezen. Dit resultaat kan komen doordat de betreffende rolmodellen geen openbare uitspraken doen. Denk hierbij aan fictieve personages uit een film of boek of een acteur die zijn persoonlijke leven gescheiden houdt.

Vraag 13

Ik gebruik vaak het advies dat mijn rolmodel geeft.

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

Sterk mee oneens	= 18,3%	43 antwoorden
Oneens	= 21,3%	50 antwoorden
Niet mee oneens maar ook niet mee eens	= 33,2%	78 antwoorden
Eens	= 17,4%	41 antwoorden
Sterk mee eens	= 9,8%	23 antwoorden

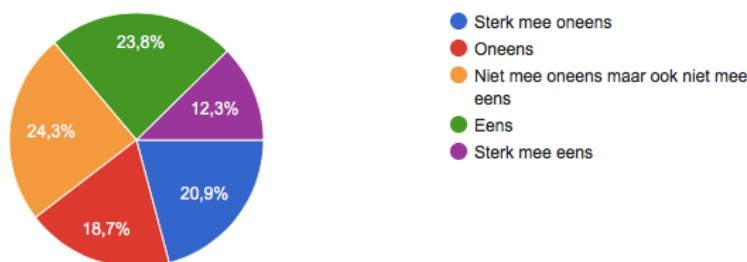
De opties 'oneens' en 'sterk mee oneens' vormen samen 39,6% van de antwoorden. Het is opvallend dat de resultaten van deze stelling sterk verschillen met de resultaten van vraag 12, terwijl beide vragen betrekking hebben op deelvraag 2.3. Een mogelijke oorzaak hiervan kan zijn dat hun gekozen rolmodel nauwelijks of geen adviezen geeft. Een andere oorzaak is dat het rolmodel adviezen geeft over producten of onderwerpen die niet voortkomen of van toepassing zijn op deze leeftijdscategorie. Denk hierbij aan adviezen over het ouderschap of het kopen van een huis.

Uit de resultaten valt te concluderen dat de leerlingen eerder geneigd zijn de uitspraken van hun rolmodel te accepteren dan het daadwerkelijk in de praktijk te brengen. Dit toont aan dat zij minder gevoelig zijn voor de invloed die het rolmodel via parasociale interactie op hun denken en gedrag kan uitoefenen, dan bij vraag 12 werd geconcludeerd.

Vraag 14

Ik word verdrietig wanneer mijn rolmodel iets vervelends overkomt.

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

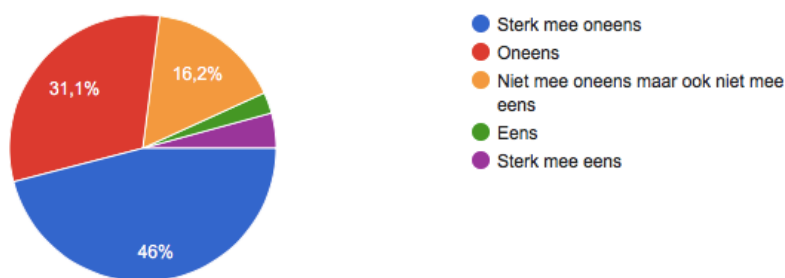
Sterk mee oneens	= 20,9%	49 antwoorden
Oneens	= 18,7%	44 antwoorden
Niet mee oneens maar ook niet mee eens	= 24,3%	57 antwoorden
Eens	= 23,8%	56 antwoorden
Sterk mee eens	= 12,3%	29 antwoorden

Uit de resultaten van vraag 14 komen unieke gegevens naar voren. Ten eerste geeft 36,1% van de leerlingen aan *wel* verdrietig te worden, dit ten opzichte van de 39,6% die aangeeft *niet* verdrietig te worden. Het verschil tussen deze opties bestaat uit slechts 3,5% waarbij een grotere groep leerlingen aangeeft *niet* verdrietig te worden wanneer hun rolmodel iets vervelends overkomt. Ten tweede geeft 24,3% van de leerlingen aan *neutraal* te blijven. Deze resultaten kunnen het gevolg zijn van weinig empathisch vermogen van de leerling of omdat het gekozen rolmodel geen vervelende gebeurtenissen publiekelijk maakt. Denk hierbij aan fictieve personages of rolmodellen die hun privé en zakelijk leven gescheiden houden. Het zijn opvallende resultaten die te vergelijken zijn met de resultaten van de vragen 7, 10 en 12. Een andere mogelijkheid is dat de leerlingen zijn/haar rolmodel ziet als iemand waar hij/zij naar opkijkt voor de behaalde mijlpalen en niet vanwege het persoonlijke leven. Denk aan economische rolmodellen zoals Jeff Bezos en Elon Musk.

Vraag 15

Ik spendeer liever tijd aan mijn rolmodel dan aan vrienden en familie.

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

Sterk mee oneens	= 46%	108 antwoorden
Oneens	= 31,1%	73 antwoorden
Niet mee oneens maar ook niet mee eens	= 16,2%	38 antwoorden
Eens	= 2,6%	6 antwoorden
Sterk mee eens	= 4,3%	10 antwoorden

Uit de gegevens van vraag 15 valt te concluderen dat een duidelijke meerderheid van de leerlingen (77,1%) het (sterk) oneens is met de stelling tegenover een minderheid van leerlingen (6,9%) die wel liever tijd spendeert aan hun rolmodel dan aan vrienden en familie.

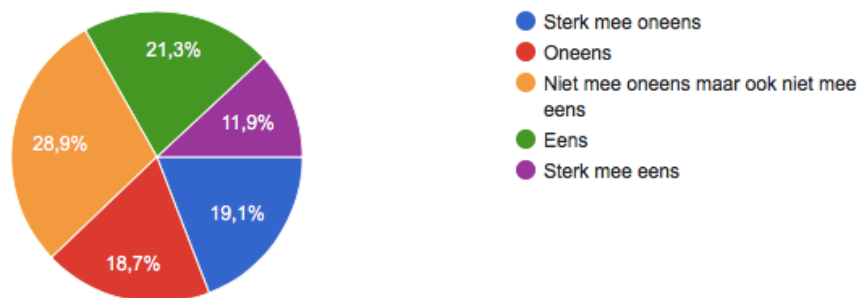
We kunnen concluderen dat slechts een kleine groep leerlingen bereid is hun directe omgeving te parkeren en daarbij liever tijd spendeert met zijn/haar rolmodel. Zowel de thuissituatie en schoolsituatie als de wilskracht van de leerling spelen hierbij een belangrijke rol. Een leerling die zich in een onaangename thuissituatie bevindt, zal sneller geneigd zijn zich te isoleren en daardoor meer tijd te spenderen met een rolmodel via digitale middelen. Dit kan ook op school afspelen, wanneer een leerling weinig vrienden heeft of zich buitengesloten voelt. Deze leerlingen kunnen via hun mobiele device gezelschap van hun rolmodel opzoeken.

Echter, de resultaten hoeven niet tot de conclusie te leiden dat leerlingen *meer* tijd met hun familie en vrienden spenderen dan met hun rolmodel. Deze vraagstelling kan namelijk door leerlingen op verschillende wijzen geïnterpreteerd worden. Tot slot kan de directe omgeving van de leerling dit anders ervaren. De ouder van een leerling kan juist van mening zijn dat zijn/haar kind meer tijd spendeert met het rolmodel dan dat de leerling zich bewust van is. Gezien deze vraag beantwoord is vanuit het oogpunt van de leerling, kunnen we deze resultaten niet objectief beschouwen, maar slechts een beeld krijgen van de denkwijze van de leerlingen.

Vraag 16

Ik kijk op naar de karaktereigenschappen van mijn rolmodel.

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

Sterk mee oneens	= 19,1%	45 antwoorden
Oneens	= 18,7%	44 antwoorden
Niet mee oneens maar ook niet mee eens	= 28,9%	68 antwoorden
Eens	= 21,3%	50 antwoorden
Sterk mee eens	= 11,9%	28 antwoorden

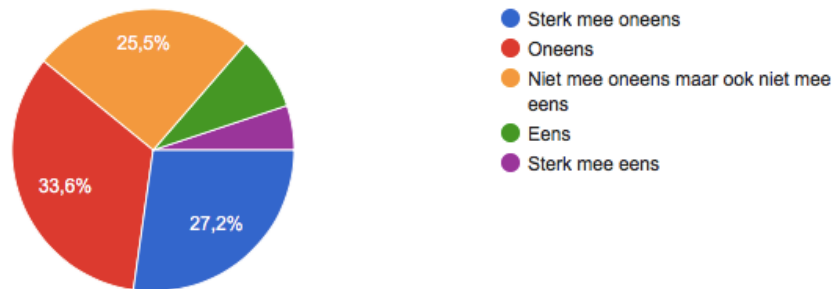
Uit de gegevens van vraag 16 komt naar voren dat een grote groep leerlingen (37,8%) het oneens is met de stelling en dat 28,9% neutraal blijft. Dit samen betekent dat 66,7% van de leerlingen niet overtuigd opkijkt naar zijn/haar rolmodel. Daarentegen is 33,2% van de leerlingen het wel eens met de stelling. De resultaten kunnen het gevolg zijn van de type rolmodellen die leerlingen gekozen hebben. Denk hierbij aan de autocoureur Max Verstappen die vooral vanwege zijn mijlpalen als bekendheid en rolmodel is gekomen. Daartegenover staan vloggers zoals EnzoKnol en Monica Geuze die vooral vanwege hun persoonlijkheid een groot bereik hebben.

Desalniettemin kijkt één op de drie leerlingen van de RGO Middelharnis op naar zijn/haar rolmodel. Als we deze informatie koppelen aan de theorie, dan kunnen we concluderen dat 1/3 van de leerlingen ook meer kwetsbaar is voor de uitspraken van zijn/haar rolmodel en dat de invloed van die rolmodellen op de leerlingen groter is.

Vraag 17

Ik kopieer graag het gedrag van mijn rolmodel.

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

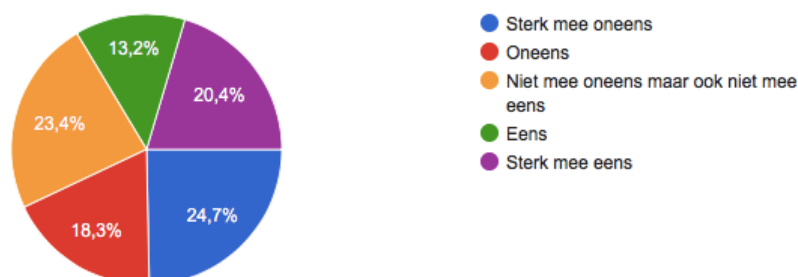
Sterk mee oneens	= 27,2%	64 antwoorden
Oneens	= 33,6%	79 antwoorden
Niet mee oneens maar ook niet mee eens	= 25,5%	60 antwoorden
Eens	= 8,5%	20 antwoorden
Sterk mee eens	= 5,1%	12 antwoorden

Uit de gegevens van vraag 17 valt te concluderen dat de meerderheid van de leerlingen (60,8%) het gedrag van zijn/haar rolmodel liever niet kopieert. De minderheid van de leerlingen (13,6%) geeft aan dat hij/zij wel graag het gedrag van zijn/haar rolmodel kopieert. De vraag is in hoeverre de wens van de leerling overeenkomt met de werkelijkheid van zijn/haar gedrag. Uit de theorie komt namelijk naar voren dat kijkers onbewust het gedrag van het rolmodel kopiëren. Een andere mogelijkheid kan zijn dat de leerlingen van mening zijn dat hun rolmodel niet het (gewenste) gedrag vertoont om na te bootsen. Denk hierbij aan negatieve karaktereigenschappen zoals jaloezie. Dit toont aan dat het rolmodel bij de groep leerlingen vanuit hun oogpunt een kleine rol speelt in de beïnvloeding van de denk- en gedragswijze van de leerlingen.

Vraag 18

Ik vind mijn rolmodel aantrekkelijk.

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

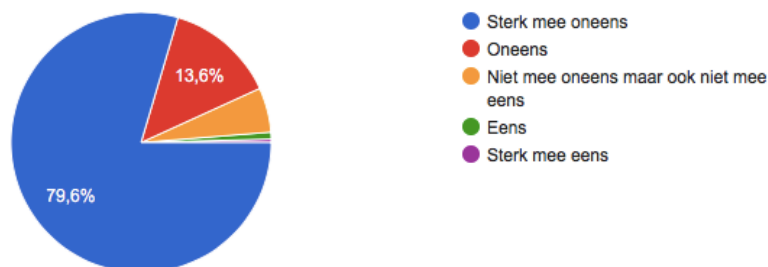
Sterk mee oneens	= 24,7%	58 antwoorden
Oneens	= 18,3%	43 antwoorden
Niet mee oneens maar ook niet mee eens	= 23,4%	55 antwoorden
Eens	= 13,2%	31 antwoorden
Sterk mee eens	= 20,4%	48 antwoorden

Uit de gegevens van vraag 18 valt te concluderen dat een grote groep leerlingen (43%) het oneens is met de stelling, tegenover de 33,6% die het eens is met de stelling. De resterende 23,4% van de leerlingen blijft neutraal. Deze resultaten komen overeen met de resultaten van de vragen 7, 10, 12 en 14. Zoals eerder is genoemd zijn de mogelijke oorzaken hiervan dat de leerlingen meer belangstelling hebben voor bepaalde karaktereigenschappen van het rolmodel, dan het uiterlijk van het betreffende rolmodel. Uit de theorie blijkt dat rolmodellen die aantrekkelijk worden gevonden vaak meer invloed hebben op het lichaamsbeeld van de kijker dan wanneer dit niet zo is. Bij de meeste leerlingen van de RGO Middelharnis heeft het rolmodel dus weinig invloed op het lichaamsbeeld van de leerlingen.

Vraag 19

Ik heb overwogen om plastische chirurgie te ondergaan om op mijn rolmodel te lijken.

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

Sterk mee oneens	= 79,6%	187 antwoorden
Oneens	= 13,6%	32 antwoorden
Niet mee oneens maar ook niet mee eens	= 5,5%	13 antwoorden
Eens	= 0,9%	2 antwoorden
Sterk mee eens	= 0,4%	1 antwoord

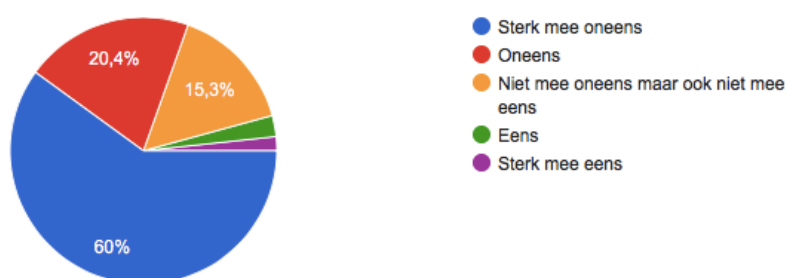
Uit de gegevens van vraag 19 valt te concluderen dat een duidelijke meerderheid van de leerlingen (93,2%) het (sterk) oneens is met de stelling. Slechts drie leerlingen zijn het eens met de stelling en de resterende 5,5% blijft neutraal. Dit geeft aan dat rolmodellen in de meeste gevallen weinig of geen invloed hebben op het lichaamsbeeld en zelfbeeld van leerlingen.

De resterende 13 studenten (5,5%) hebben een neutrale optie gekozen. Dit kan het gevolg zijn van schaamte bij de leerlingen of doordat zij hier niet eerder over nagedacht hebben. Dit betekent dat deze leerlingen de optie van plastische chirurgie (nog) niet geheel uitsluiten, of dat zij hun rolmodel net als bij de resultaten van de vragen 7, 10, 12, 14 en 18 geen belangstelling hebben voor het uiterlijk van het rolmodel, maar voor bepaalde karaktereigenschappen en/of mijlpalen van het rolmodel. Het rolmodel heeft dus in de meeste gevallen geen/weinig invloed op het lichaamsbeeld van de leerlingen.

Vraag 20

Ik schaf producten aan die mijn rolmodel gebruikt of promoot.

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

Sterk mee oneens	= 60%	141 antwoorden
Oneens	= 20,4%	48 antwoorden
Niet mee oneens maar ook niet mee eens	= 15,3%	36 antwoorden
Eens	= 2,6%	6 antwoorden
Sterk mee eens	= 1,7%	4 antwoorden

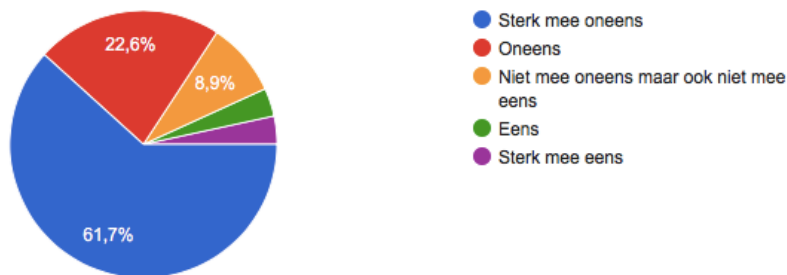
Uit de gegevens van vraag 20 valt te concluderen dat een duidelijke meerderheid van de leerlingen (80,4%) het (sterk) oneens is met de stelling. Een kleine minderheid van slechts 4,3% is het (sterk) eens met de stelling en 15,3% blijft neutraal. Het is opmerkelijk dat een grote hoeveelheid leerlingen het er sterk mee oneens is, omdat influencers veel geld verdienen aan het promoten van producten. Uit dit onderzoek blijkt dat deze marketing niet aanslaat op de leerlingen van de RGO Middelharnis, omdat slechts 4,3% daadwerkelijk bereid is om deze producten aan te schaffen.

Net als bij vraag 15 is het van belang om te vermelden dat de financiële situatie van een leerling invloed kan hebben op zijn/haar gekozen antwoord. Leerlingen die zich in een krappe financiële situatie verkeren, zullen minder snel geneigd zijn om geld te spenderen aan hun rolmodel. Dat wil niet zeggen dat zij niet beïnvloed worden door de promoties van het rolmodel.

Vraag 21

Ik voel mij soms onzeker dat ik niet op mijn rolmodel lijk.

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

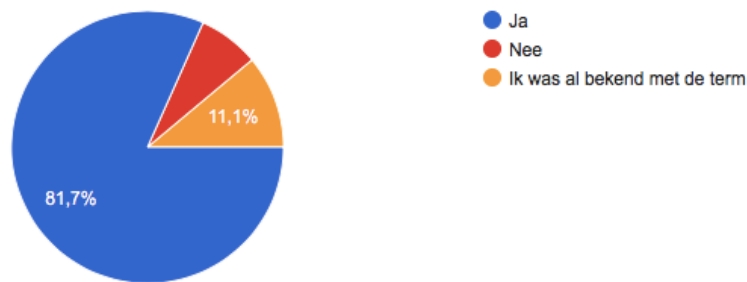
Sterk mee oneens	= 61,7%	145 antwoorden
Oneens	= 22,6%	53 antwoorden
Niet mee oneens maar ook niet mee eens	= 8,9%	21 antwoorden
Eens	= 3,4%	8 antwoorden
Sterk mee eens	= 3,4%	8 antwoorden

Uit de gegevens van vraag 21 valt te concluderen dat een duidelijke meerderheid van de leerlingen (84,3%) het (sterk) oneens is met de stelling. Een kleine minderheid van slechts 6,8% is het (sterk) eens met de stelling en 8,9% blijft neutraal. Deze resultaten kunnen we vergelijken met de resultaten van vragen 18 en 19. Bij vraag 18 gaf 33,6% van de leerlingen aan zijn/haar rolmodel aantrekkelijk te vinden. Bij vraag 19 gaf 1,3% van de leerlingen aan over te gaan tot plastische chirurgie om op zijn/haar rolmodel te lijken. Dit betekent dat een grote groep leerlingen zijn/haar rolmodel aantrekkelijk vindt, een kleinere groep onzeker wordt van zijn/haar rolmodel, maar slechts 1,3% van de leerlingen bereid is plastische chirurgie te ondergaan om op zijn/haar rolmodel te lijken. Dit betekent dat 5,5% ($= 6,8 - 1,3$) van de leerlingen ondanks zijn/haar onzekerheid niet bereid is over te gaan tot plastische chirurgie.

Vraag 22

Indien je niet bekend was met de term 'Parasociale Relatie', is de term nu duidelijk?

235 antwoorden



De resultaten zijn als volgt:

Nee	= 7,2%	17 antwoorden
Ja	= 81,7%	192 antwoorden
Ik was al bekend met de term	= 11,1%	26 antwoorden

Uit de gegevens van vraag 22 komt naar voren dat 81,7% van de respondenten het begrip *Parasociale Relatie* heeft begrepen, in vergelijking tot vraag 3 waarbij 87,7% van de respondenten aangaf niet bekend te zijn met dit begrip. Dit betekent dat na het invullen van de enquête onder 235 leerlingen er 163 leerlingen bekend zijn geworden met het concept *Parasociale Relatie*. Dit is een groei van 462 procent. Tot slot dient opgemerkt te worden dat bij vraag 3 een percentage van 12,3% van de leerlingen aangaf het begrip *Parasociale Relatie* te kennen, maar dat bij vraag 22 blijkt dat 11,1% van de leerlingen het begrip is gaan begrijpen. Dit betekent dat een kleine groep leerlingen (1,2%) het begrip alleen oppervlakkig kende en het nu beter is gaan begrijpen, of dat zij het juist onduidelijker zijn gaan vinden. Een andere mogelijkheid is dat zij dachten dat de term een andere betekenis/lading had.

4.2 De interviewgegevens

Het afnemen van de interviews heeft mij een duidelijker beeld gegeven van hoe parasociale relaties het dagelijks leven van leerlingen beïnvloeden. Voor het interview zijn zes leerlingen benaderd met de vraag of zij een gesprek met mij wilden voeren over het begrip parasociale relaties. De leerlingen reageerden enthousiast, omdat zij allen de enquête hadden ingevuld en dus al bekend waren met het begrip. Ieder interview duurde 5 à 10 minuten. Wat mij meteen opviel is dat de gekozen rolmodellen zeer divers zijn en niet allemaal even bekend zijn in de media. Een voorbeeld hiervan is koningin Rania van Jordanië.

De resultaten van de interviews kwamen redelijk overeen met de resultaten van de enquête. Desondanks ben ik blij dat ik een persoonlijk 1 op 1 gesprek heb gevoerd met de leerlingen, nadat ik mij zo verdiept had in het onderwerp. De interviews zijn naar kleur gecodeerd. Hieronder volgt een legenda van de kleuren met de koppeling aan de theorie.

-  Herkenning van parasociale relaties en parasociale interacties. Dit heeft betrekking op theoriestuk 2.2
-  Beïnvloeding van denk- en gedragswijze. Dit heeft betrekking op theoriestuk 2.2
-  Positieve en/of negatieve invloed op lichaams- en zelfbeeld. Dit heeft betrekking op theoriestuk 2.3
-  Overdragen van de emoties van het rolmodel naar de leerling. Dit heeft betrekking op theoriestuk 2.3

Leerling 1, 16 jaar

Geïnterviewde: Leerling 1 (L1)

Interviewer: Maria Daniljan (M)

M: Met wie denk jij een parasociale relatie te hebben?

L1: Ik denk dat ik een parasociale relatie heb met Johnny Depp.

M: Waarom voel jij je verbonden met Johnny Depp?

L1: In mijn brein heb je twee soorten mensen: mensen die je zou willen daten en mensen die je zou willen zijn. Johnny Depp is wat betreft mijn rolmodel, door de manier waarop hij omgaat met de wereld. Als ik kijk naar hoe hij omgaat met de mensen om hem heen, dan is dat wel een persoon die ik zou willen zijn. Hij inspireert mij vooral om een beter persoon te zijn.

Wishful
Identification

Beïnvloeding
denk- en
gedragswijze

M: Raak je geïnspireerd of gemotiveerd door je rolmodel?

L1: Zeker. Een van de dingen waar Johnny Depp het meest bekend om staat zijn de *Pirates of the Caribbean* films. Hij ging regelmatig na het filmen in kostuum langs kinderverziekenhuizen, om kinderen op te vrolijken met hun favoriete piraat. Hij geeft ook geld weg aan goede doelen en ik denk dat dat wel iets is waar we allemaal een voorbeeld aan kunnen nemen. Er zijn natuurlijk wel meer bekende mensen die dat doen, maar Johnny Depp heeft toch wel een speciaal plekje in mijn hart.

Beïnvloeding
gedragswijze

Hoge mate PR
en verlangen
naar binding

M: Heb jij je wel eens onzeker gevoeld door je rolmodel? Denk aan uiterlijk of het behalen van bepaalde mijlpalen.

L1: Nee, niet per sé. Natuurlijk denk ik soms, het zou cool zijn om een filmster te zijn, maar ik voel mij niet jaloers of onzeker. Ik beseft me wel dat hij heel ver is gekomen als persoon en dat ik dat [mogelijk] ook zou kunnen.

Beïnvloeding
denkwijze

Positieve
invloed op
zelfbeeld

M: Denk je dat Johnny Depp dan juist positieve invloed heeft gehad op jouw gedrags- en denkwijze?

L1: Ja, ik denk het wel. Ik denk door de manier waarop hij ondanks zijn bekendheid, omgaat met mensen. Dat heeft mij geleid om, net als hem, het goede in mensen te zien en mensen ook goed te behandelen.

Beïnvloeding
denkwijze

Verlangen naar
binding

M: Word je verdrietig wanneer er iets vervelends overkomt met je rolmodel?

L1: Ja, maar dat heeft niet per sé iets te maken met Johnny Depp. Wanneer er vervelende dingen gebeuren met iemand, dan denk ik altijd: dat mocht in de Pandora's Box blijven zitten. Een stukje teveel empathie denk ik.

Enigermate van
overdragen
emoties

Leerling 2, 17 jaar

Geïnterviewde: Leerling 2 (L2)

Interviewer: Maria Daniljan (M)

M: Met wie denk jij een parasociale relatie te hebben?

L2: Ik denk een parasociale relatie te hebben met Harry Styles en Niall Horan, omdat ik verschillende momenten van de dag aan hun denk, naar hun muziek luister of videos kijk op TikTok en YouTube.

Hoge mate PR
en verlangen
naar binding

M: Waarom voel jij je verbonden met Harry Styles en Niall Horan?

L2: Ik vind hun muziek heel leuk en de boodschap die ze afgeven [vind ik] heel belangrijk en mooi. Ze zijn erg open naar iedereen. Het maakt voor hen niet uit wie je bent of wat je doet, als je maar gewoon bestaat.

Oorzaak
verlangen naar
binding

Beïnvloeding
denkwijze

M: Wat is de boodschap die zij naar voren brengen en raak je hierdoor geïnspireerd of gemotiveerd?

L2: Ik denk dat van Harry Styles "wees wie je bent en doe aardig tegen andere mensen," en Niall Horan heeft bijvoorbeeld een liedje gemaakt over [voor] mensen die zich niet mooi vinden. Hij zegt daarin dat je er gewoon mag zijn en dat het [je uiterlijk] allemaal niks uitmaakt. Dat motiveert mij om positiviteit in de wereld te brengen en mensen te accepteren zoals ze zijn.

Positieve
invloed op
lichaamsbeeld

Beïnvloeding
denk- en
gedragswijze

M: Heb jij je wel eens onzeker gevoeld door je rolmodel? Denk aan uiterlijk of het behalen van bepaalde mijlpalen.

L2: Nee, omdat ik het idee heb dat het ook maar gewoon mensen zijn. Als ik naar ze luister of ze zie, bij een concert of iets dergelijks, ziet het er allemaal heel open en vrij uit. Ik weet dat zij ook heel hard werken voor alles dat zij hebben bereikt. Dan kijk ik er meer naar op als een soort voorbeeld, van: als je hard werkt dan kan je alles wat je wil bereiken.

Identificatie
met zichzelf

Beïnvloeding
denkwijze

Positieve
invloed op
zelfbeeld

M: Word je verdrietig wanneer er iets vervelends overkomt met je rolmodel?

L2: Ja, niet per sé verdrietig, maar dan denk ik toch van ja... dat is voor hun ook niet fijn.

Enigermate van
overdragen
emoties

Leerling 3, 17 jaar

Geïnterviewde: Leerling 3 (L3)

Interviewer: Maria Daniljan (M)

M: Met wie denk jij een parasociale relatie te hebben?

L3: Ik denk Dylan O'Brien, omdat ik hem een hele leuke acteur vind. Hij is heel erg grappig en ik vind hem knap. Ik heb dus een soort celebrity crush op hem.

overdragen van emoties

M: Waarom voel jij je verbonden met Dylan O'Brien?

L3: Hij deelt op Twitter berichten over #BlackLivesMatter en andere zaken zoals over het klimaat. Daar maakt hij hele goede statements [uitspraken] en om die reden ben ik closer [grotere fan] geworden met hem.

Beïnvloeding denkwijze

Oorzaak verlangen naar binding

M: Denk jij dat je een binding met hem zoekt juist omdat jij je identificeert met zijn uitspraken?

L3: Ja. Nadat ik zijn berichten had gelezen werd ik geïnspireerd om meer aandacht eraan [aan de genoemde onderwerpen] te besteden. Want eerst was ik zo van ja oké, maar nadat ik zijn berichten had gelezen stuurde ik naar een vriendin van: o kijk, hij steunt dit ook.

Beïnvloeding gedragswijze

M: Denk jij dat je dagelijkse denk- of gedragswijze aanpast doordat hij jouw rolmodel is?

L3: Ik gebruik soms quotes van hem. In films zegt hij soms hele grappige dingen zoals in *Teen Wolf* en ik heb een vriendin die ook erg fan is van hem. We gebruiken dan die quotes met elkaar, of dan vraag ik aan een vriendin van "wat vind je van hem?"

overdragen van emoties
Sterk verlangen naar binding
Beïnvloeding gedragswijze

M: Word je verdrietig wanneer er iets vervelends overkomt met je rolmodel?

L3: Ja, maar ik heb best snel medelijden met mensen. Dus als het iemand is waar ik om geef dan vind ik dat best treurig. Ik ga dan op het internet dingen erover opzoeken, hoe het echt zit enzo. En ik ga dan zijn Twitter stalken.

Enigermate van overdragen emoties
Sterk verlangen naar binding

M: Denk je dat je bewust tijd in je dag vrij maakt om tijd aan Dylan O'Brien te spenderen?

L3: Dat heb ik een tijdje gedaan, maar toen besepte ik dat het best wel ongezond is om aan een normaal mens, die net als wij is, zoveel aandacht te geven. Aan de ene kant dacht ik, waarom besteden mensen zoveel aandacht en geld aan zangeressen of YouTubers, maar met hem had ik het gevoel dat hij goede dingen doet en er hard voor werkt. Maar alsnog komt het weer op hetzelfde neer. Ookal heb ik die tijd en heeft hij hele goede kwaliteiten, je hoeft niet zo'n obsessie met iemand te hebben.

Onbewust verlangen naar binding

Leerling 4, 18 jaar

Geïnterviewde: Leerling 4 (L4)

Interviewer: Maria Daniljan (M)

M: Met wie denk jij een parasociale relatie te hebben?

L4: Ik denk met niemand, ik heb niet iemand waar ik naar opkijk. Niet meer in ieder geval.

M: Wat denk je dat de oorzaak is dat je geen rolmodel meer hebt?

L4: Wanneer je zelf ouder bent geworden dan heb je meer het idee dat je zelf alles wel aankan, zonder dat je iemand nodig hebt waar je naar opkijkt.

Gebrek van
wishful
identification

M: Denk je dat het niet hebben van een rolmodel invloed heeft op de inspiratie en motivatie die jij dagelijks ervaart?

L4: Ik denk dat het wel degelijk invloed kan hebben, maar het heeft op mijn motivatie geen invloed. Ik heb mijn eigen gebruiken en gewoonten op deze leeftijd al gepersonaliseerd. Ik neem zelf van niemand echt een voorbeeld aan, maar ik geloof dat het een hele grote invloed kan hebben op iemands leven. Je kijkt er *constant* naar op [het rolmodel] en je bent er constant mee bezig, hetzelfde als dat je constant met iemand bezig bent van wie je veel houdt. Diegene zit dan veel in je hoofd en ik denk dat dat op dezelfde manier uitspeelt.

Beïnvloeding
denk- en
gedragswijze

Verlangen naar
binding

M: Waarom denk je dat velen bindingen zoeken met bekende mensen?

L4: Ik denk dat het een beetje komt door leeftijd. Naar mate je ouder word zal je dat minder hebben, want je bent minder beïnvloedbaar. Als je in lagere klassen gaat kijken dat je daar veel meer van dat soort mensen tegenkomt [die dat wel hebben]. Dus als jij wat jonger bent, [dan] ben je meer beïnvloedbaar en zal je sneller een parasociale relatie aangaan.

Mogelijke
oorzaak voor
beïnvloeding
van denk- en
gedragswijze

M: Denk je dat jongeren die tijdens hun identiteitsontwikkeling deze relaties aangaan positieve of negatieve eigenschappen overnemen van hun rolmodel?

L4: Ik denk dat zeker, zowel positief als negatief. Het kan iemand zijn die jou inspireert om je best te doen op school en in je sport, maar het kan ook iemand zijn die wat negatieve effecten op jou heeft. Zoals wat ander taalgebruik of iemand die jou juist meer aanspoort om wat vrijer te leven en dus minder je best te doen op school.

Positieve /
negatieve
invloed op
zelfbeeld en
gedragswijze

M: Denk je dat rolmodellen iemand onzeker kunnen maken over zijn/haar eigen uiterlijk of prestaties?

L4: Ja. Stel je vergelijkt jezelf met iemand van dezelfde leeftijd die hoger zit qua rang of iets in die strekking, dan denk je van "oh dat had ik ook wel kunnen halen" of "misschien ben ik niet zo goed" of dat soort dingen. Maar tegelijkertijd kan het iemand ook inspireren juist beter zijn best te doen.

Positieve /
negatieve
invloed op
zelfbeeld en
lichaamsbeeld

Leerling 5, 16 jaar

Geïnterviewde: Leerling 5 (L5)

Interviewer: Maria Daniljan (M)

M: *Met wie denk jij een parasociale relatie te hebben?*

L5: Ik denk met Ariana Grande.

M: *Waarom voel jij je verbonden met Ariana Grande?*

L5: Ze kan mooi zingen en ze komt heel erg lief over.

M: *Raak je geïnspireerd of gemotiveerd door je rolmodel?*

L5: Ja, ik vind haar haren heel mooi en probeer mijn haren ook zo te doen, of haar make-up vind ik ook erg leuk. Maar ook dat ze last had van anxiety [angststoornis], daar had ik ook last van, dus we waren een beetje hetzelfde en ik ging kijken hoe zij daar mee omging.

Nabootsen
uiterlijk (WI)
en binding via
gemeenschappelijke
ervaringen

M: *Heb jij je wel eens onzeker gevoeld over je eigen uiterlijk doordat Ariana Grande jouw rolmodel is?*

L5: Ik heb me wel eens onzeker gevoeld, omdat zij wel een ideaal lichaam heeft. Soms zie je dat ze iets heeft bewerkt [op de foto's] of dat ze iets aan haar gezicht heeft gedaan, maar dan liegt ze daarover. Ze durft zo'n [bewerkte] foto te posten terwijl ze jonge volgers heeft. Dat maakt mij soms gefrustreerd, want ik kijk heel erg naar haar op en ze zegt vaak jullie [de fans] moeten niet onzeker zijn over jezelf. Dan denk ik: nu doe je eigenlijk het tegenovergestelde.

Negatieve
invloed op
lichaamsbeeld

Toont
verwachtingen
van haar
rolmodel

M: *Denk je dat deze onzekere gevoelens invloed hebben op jou in je dagelijks leven?*

L5: Zeker wel. Ik heb daardoor ook naar andere celebrities gekeken die ook schuldig waren van het bewerken van hun foto's. Toen kwam ik erachter dat je niet zo onzeker hoeft te zijn over jezelf, omdat niet alles wat je ziet echt is. Toch denk ik wanneer ik hun foto's voorbij zie komen, ze krijgen veel likes omdat ze er zo uitzien. Ook als je het bewerkt, mensen houden dus van zo'n soort lichaam en dat maakt je toch wel onzeker.

Negatieve
invloed op
lichaamsbeeld

M: *Denk je dat deze gevoelens ervoor hebben gezorgd dat je minder naar haar opkijkt?*

L5: De bewerkte foto's kan ik niet vergeven en daar heb ik negatieve gevoelens van overgehouden, maar aan de andere kant heeft ze wel een terroristische aanval tijdens haar concert gehad en haar ex-vriend is overleden. Dan denk ik: ze is best wel sterk dat ze met al die dingen zo kan omgaan. Ik heb ook veel nare dingen meegemaakt zoals oorlog, dus dan voel ik een beetje hoe zij [haar] voelt. Daarom heb ik wel veel respect voor haar, dat ze na zoveel dingen [nare gebeurtenissen] gewoon opstaat en zo sterk in haar schoenen staat.

Beïnvloeding
denkwijze
Binding via
gemeenschappelijke
ervaringen
Positieve
invloed op
zelfbeeld

Leerling 6, 18 jaar

Geïnterviewde: Leerling 6 (L6)

Interviewer: Maria Daniljan (M)

M: *Met wie denk jij een parasociale relatie te hebben?*

L6: Ik denk dat ik zo'n relatie heb met koningin Rania van Jordanië.

M: *Waarom voel jij je verbonden met koningin Rania?*

L6: Nou zij heeft een best wel hoge positie in haar land en op heel de wereld. Ze heeft een leuke kledingstijl, ze is heel slim en ze is een goede moeder en een goede vrouw.

Wishful
Identification

M: *Raak je geïnspireerd of gemotiveerd door je rolmodel?*

L6: Zeker, elke keer als ik een video zie waarin zij praat dan denk ik gewoon: ik wil mijn studie afmaken en net zo goed worden als zij, of misschien beter. Dus ik wil mezelf altijd verbeteren wanneer ik naar een gesprek luister of een video bekijk waarin zij aanwezig is.

Beïnvloeding
denkwijze
Wishful
Identification
Positieve
invloed op
zelfbeeld

M: *Denk jij dat je haar karaktereigenschappen overneemt en die gebruikt in je dagelijks leven?*

L6: Zeker. Ik merk heel erg dat ik dat overneem. [Zoals] netjes praten, letten op de woorden die je gebruikt en je netjes kleden. Daar is zij de bron van inspiratie van.

Beïnvloeding
gedragswijze

M: *Denk je dat het hebben van haar als rolmodel negatieve gevolgen met zich mee kan brengen?*

L6: Nou het hangt heel erg af wat je rolmodel doet. Mijn rolmodel die doet niet hele gekke dingen en je moet zelf ook verantwoordelijkheid nemen. Als zij iets zou doen wat ik niet oké zou vinden, dan zou ik haar niet na willen doen.

Bewuste
parasociale
relatie

M: *Heb jij je wel eens onzeker gevoeld door je rolmodel? Denk aan uiterlijk of het behalen van bepaalde mijlpalen.*

L6: Nee, want ik denk dat iedereen anders is en dat is alleen maar fijn. Ik kan haar als voorbeeld nemen, maar dat wil niet zeggen dat ik alles nadoe wat zij doet. En ik vind dat het innerlijk veel belangrijker is dan het uiterlijk. Ik neem haar als rolmodel omdat zij zo goed is. Ik vind het natuurlijk wel leuk om te kijken naar wat zij draagt, maar ik vind het belangrijker om te zien wie zij is. Ten minste, wat de buitenwereld van haar krijgt te zien.

Lage mate van
beïnvloeding
Identificatie
wegens
karaktereigenschappen
Belang voor
positieve
invloed op
zelfbeeld

M: *Word je verdrietig wanneer er iets vervelends overkomt met je rolmodel?*

L6: Zeker, want ik hou ontzettend veel van haar. Als zij iets ergs zou meemaken dan zou ik dat heel erg jammer vinden.

Sterke
overdragen van
emoties

M: *Denk je dat deze emoties versterkt worden juist omdat je diegene als je rolmodel ziet?*

L6: Ik denk het wel, want ik zou verdrietiger worden als er iets met haar gebeurt dan wanneer er iets met een klasgenoot zou gebeuren. Het klinkt misschien gemeen maar dat is niet zo bedoeld.

Hoge mate van
parasociale
relatie

CONCLUSIE

Bij de eindconclusie worden de deelvragen en de hoofdvraag van dit profielwerkstuk beantwoord.

5.1 De deelvragen

De deelvragen van dit onderzoek zijn als volgt:

2.1 Wat is een parasociale relatie?

2.2 Hoe reageert het brein op een parasociale relatie?

2.3 Wat is de invloed van de media op de identiteitsvorming van 12-18 jarigen?

Het antwoord op de eerste deelvraag is volgens de verzamelde informatie als volgt: een parasociale relatie is een eenzijdige relatie die individuen zich voorstellen met fictieve- of mediapersoonlijkheden. Dit fenomeen is verbonden met wishful identification, een psychologisch verlangen om het gedrag of de overtuigingen van de mediapersoonlijkheid na te bootsen. De eerste deelvraag is beantwoord.

Het antwoord op de tweede deelvraag is volgens de verzamelde informatie als volgt: een parasociale relatie heeft zowel positieve als negatieve invloed op het brein. Deze negatieve gevolgen zijn onder andere: een negatieve invloed op de zelfperceptie, agressiviteit, problemen bij relaties die zich in het echte leven plaatsvinden, mediaverslaving, afhankelijkheid en extreme obsessies voor mediapersoonlijkheden. Positieve gevolgen zijn onder meer; een verhoogd zelfbeeld, pijnstillende werking en een grote productie van gamma-golven. In zowel het negatieve als positieve aspect speelt wishful identification een rol voor de zelfperceptie van jongeren. De hersenen reageren op dezelfde manier op sociale als parasociale interacties. De tweede deelvraag is beantwoord.

Het antwoord op de derde deelvraag is volgens de verzamelde informatie als volgt: tijdens de puberjaren neemt de ontwikkeling van de emotionele hersengebieden het sterkste toe. Het gevolg hiervan is dat het identiteitsproces zich sterk begint te ontwikkelen. Hoewel dit op zichzelf een langdurig proces is, worden jongeren vanaf de vroege puberjaren geconfronteerd met beslissingen zoals het kiezen van vrienden en hoe zij zich willen vertonen ten opzichte van anderen. Deze beslissingen dragen bij aan de identiteitsvorming van pubers. Actoren zoals ouderen en vrienden spelen een rol in de beïnvloeding van de identiteitsvorming.

Ook parasociale relaties spelen een grote rol in de identiteitsvorming. Zo bleek uit onderzoek dat rolmodellen door middel van parasociale interactie de denk- en gedragswijze eveneens het lichaamsbeeld en zelfimago van de kijker op een negatieve manier kunnen beïnvloeden. Het delen van onrealistische en gefilterde foto's en reclamespotjes die gebruik maken van gratis schoonheidsmiddelen of cosmetische ingrepen, zorgen voor normalisering van een

onrealistisch schoonheidsideaal. De normalisering van cosmetische ingrepen kan negatieve gevolgen hebben, zoals schade op de identiteitsvorming en het lichaamsbeeld, druk om bepaalde onrealistische schoonheidsidealen na te bootsen en het (vaak impulsief) besluiten om het eigen lichaam te modificeren door middel van deze procedures. De derde deelvraag is beantwoord.

5.2 De hoofdvraag

De hoofdvraag van dit profielwerkstuk luidt als volgt: In hoeverre wordt de identiteitsvorming van 12 tot en met 18-jarigen beïnvloed door parasociale relaties bij de leerlingen van de RGO Middelharnis?

Ondanks alle verwachtingen in, luidt het antwoord op de hoofdvraag: De identiteitsvorming van de leerlingen op de RGO Middelharnis wordt in zeer geringe mate beïnvloed door parasociale relaties. Deze conclusie kan worden getrokken na het afnemen van de enquête en de interviews. Bij het literaire onderzoek was de verwachting ontstaan dat leerlingen in grote mate beïnvloed worden door hun rolmodel. Achteraf gezien blijkt dit dus niet zo te zijn.

Ten eerste kwam uit de enquête naar voren dat slechts 6,8 procent van de leerlingen zich onzeker voelt doordat hij/zij niet op het rolmodel lijkt. Dit is een aanzienlijk laag percentage. Wat betekent dat het rolmodel in de meeste gevallen geen tot weinig negatieve invloed heeft op het lichaamsbeeld en zelfbeeld van de leerlingen. Deze resultaten worden ondersteund door de antwoorden van vraag 19 waarbij naar voren komt dat ruim 90 procent van de leerlingen van de RGO Middelharnis niet heeft overwogen om plastische chirurgie te ondergaan om op zijn/haar rolmodel te lijken. Ten tweede kwam uit de enquête naar voren dat ruim 80 procent van de leerlingen aangeeft geen producten aan te willen schaffen die zijn/haar rolmodel promoot. Dit betekent dat rolmodellen weinig tot geen invloed uitoefenen op de betalingsbereidheid van de leerlingen. Ten derde volgt uit vraag 13 dat slechts 27 procent van de leerlingen aangeeft de gegeven adviezen van zijn/haar rolmodel bewust op te volgen. Tot slot volgt uit vraag 10 van de enquête dat bijna 60 procent van de leerlingen zich niet betrokken voelt bij de video's van hun rolmodel. Schijnbaar is er een bepaalde afstand tussen de leerlingen en hun rolmodel, waardoor zij zich niet dusdanig verbonden voelen.

Uit de resultaten van de interviews blijkt dat de leerlingen van de RGO Middelharnis de realiteit kunnen onderscheiden van hetgeen wat zij op sociale media te zien krijgen. Door middel van analyses en vergelijkingen wordt aangetoond dat de leerlingen vanuit hun oogpunt niet diep geraakt worden of beïnvloed worden door hun rolmodel. Bij de persoonlijke interviews kon ik de sfeer proeven van de manier waarop leerlingen spraken over hun rolmodel. De leerlingen waren zich bewust van de parasociale relaties en de consequenties hiervan. Verder was het opvallend dat zij zich vooral focussen op de positieve effecten van de parasociale relaties. Het zelfbeeld werd bij vijf op de zes leerlingen niet negatief aangetast. Hierna zullen we kort ingaan op de interviews en de uitspraken van de leerlingen die van belang waren voor de beantwoording van de hoofdvraag.

Bij leerling 1 komt naar voren dat hij/zij zich door het rolmodel vooral geïnspireerd voelt om een beter persoon te zijn. Hij/zij gebruikt hierbij het voorbeeld van een gebeurtenis waarbij het rolmodel regelmatig in kostuum bij kinderziekenhuizen op bezoek gaat om de kinderen op te vrolijken. Dezelfde leerling gaf aan zich niet onzeker te voelen, maar dat het rolmodel hem/haar heeft geleid om het goede in mensen te zien en mensen ook goed te behandelen. Vervolgens geeft leerling 2 aan dat hij/zij zich door het rolmodel gemotiveerd voelt om meer positiviteit in de wereld te brengen en mensen te accepteren zoals ze zijn. Vervolgens geeft deze leerling aan zich niet onzeker te voelen omdat hij/zij zich ervan bewust is dat de rolmodellen ook maar gewoon mensen zijn en hard hebben gewerkt voor hetgeen dat ze bereikt hebben. Leerling 3 gaf aan dat hij/zij een periode lang veel tijd maakte voor het rolmodel, maar hiermee gestopt is, omdat het ongezond voelde. Leerling 4 gaf aan geen rolmodel te hebben, omdat hij/zij gelooft geen rolmodel nodig te hebben voor zijn/haar ontwikkeling. Leerling 5 gaf aan veel positieve invloeden te hebben van het rolmodel, doordat hij/zij leerde omgaan met angststoornissen die hij/zij deelde met het rolmodel. Vervolgens gaf deze leerling aan zich wel eens onzeker te voelen over zijn/haar lichaam door het rolmodel. Leerling 6 gaf aan het rolmodel als voorbeeld te zien: hij/zij wil zijn/haar studie afmaken en zo goed worden als het rolmodel. Daarnaast neemt hij/zij het nette taalgebruik van het rolmodel over en ziet hij/zij het rolmodel als een bron van inspiratie.

Mij is een bijzondere uitspraak van een leerling over zijn/haar rolmodel bijgebleven. In deze situatie was het rolmodel de koningin Rania van Jordanië.

“Ik kan haar als voorbeeld nemen, maar dat wil niet zeggen dat ik alles nadoe wat zij doet. En ik vind dat het innerlijk veel belangrijker is dan het uiterlijk. Ik neem haar als rolmodel omdat zij zo goed is. Ik vind het natuurlijk wel leuk om te kijken naar wat zij draagt, maar ik vind het belangrijker om te zien wie zij is. Ten minste, wat de buitenwereld van haar krijgt te zien.”

5.3 de hypothesen

De hypothesen voor de deelvragen gingen als volgt:

Hypothese 2.1: een parasociale relatie is een relatie tussen een individu en een bekendheid, waarbij de bekendheid zich wel bewust is van zijn kijkers, maar hen niet op persoonlijk niveau kent.

De aanname voor de eerste hypothese was correct: de verwachting was dat een parasociale relatie een relatie is tussen een individu en een bekendheid, waarbij de bekendheid zich wel bewust is van de kijkers, maar hen niet op persoonlijk niveau kent. Deze hypothese is juist, omdat de theorie overeenkomt met de stelling.

Hypothese 2.2: het brein zal anders reageren op sociale interacties dan op parasociale interacties, omdat er geen direct contact plaatsvindt tussen het individu en de media persona.

De aanname voor de tweede hypothese was incorrect: de verwachting was dat het brein anders reageert op sociale interacties dan op parasociale interacties, omdat er geen direct contact plaatsvindt tussen het individu en de media persona. Uit de conclusie valt te concluderen dat dit onjuist is, omdat de hersenen op dezelfde manier reageren op een sociale als een parasociale interactie.

Hypothese 2.3: de media zal een sterke invloed hebben op de identiteitsvorming van 12-18 jarigen, omdat het tienerbrein zeer gevoelig is voor emotionele prikkels en de media kan hierop inspelen.

De aanname voor de derde hypothese was correct: de verwachting was dat de media een sterke invloed kan tonen op tieners, doordat het tienerbrein zeer gevoelig is voor emotionele prikkels tijdens de puberjaren. Uit de onderzoeksresultaten kwam naar voren dat dit juist is: rolmodellen kunnen door middel van parasociale interactie de evenzeer de denk- en gedragswijze en het lichaamsbeeld van de kijker op een positieve en/of negatieve manier beïnvloeden.

De hypothese voor de hoofdvraag luidt: een parasociale relatie zal de identiteitsvorming van de leerlingen op de RGO Middelharnis zeer sterk beïnvloeden op zowel een positieve als een negatieve manier.

De aanname voor de hypothese van de hoofdvraag was onjuist: de verwachting was dat was dat een parasociale relatie de identiteitsvorming van de leerlingen op de RGO Middelharnis zeer sterk zou beïnvloeden op zowel een positieve als negatieve manier. Deze hypothese is onjuist omdat uit het onderzoek bleek dat deze invloed in zeer geringe mate plaatsvindt bij de leerlingen van de RGO Middelharnis.

DISCUSSIE

Tijdens het schrijven van het profielwerkstuk kwamen verschillende vragen en gedachten in mij op. Deze vragen en gedachten zullen we hierna nader bespreken. Dit kan worden gezien als een soort zijstapje en verdiepende opgave waarin het onderwerp ‘parasociale relatie’ een breder podium krijgt.

Ten eerste moet worden opgemerkt dat de antwoorden van de enquête en de interviews vanuit het gezichtspunt van de leerlingen wordt beschreven. Het is de vraag hoe de directe omgeving van de leerling de band van de leerling met het rolmodel ervaart. Wanneer een leerling aangeeft geen of weinig tijd te spenderen met het rolmodel, is dit niet een geheel objectief gegeven. Het kan namelijk zo zijn dat de ouder of een goede vriend het obsessieve gedrag van de leerling ziet of herkent. Het is daarom de vraag in hoeverre de antwoorden van het onderzoek overeenkomen met de realiteit.

Ten tweede is van belang dat men bij het lezen van dit onderzoek zich beseft dat de wereld van rolmodellen zeer dynamisch is en om de dag kan verschillen. Een actueel voorbeeld hiervan zijn de schandalen bij The Voice Kids. Een zanger als Marco Borsato kan als rolmodel worden gezien, maar na een verdenking en strafrechtelijk onderzoek, kan hiervan worden afgeweken. Het is mogelijk dat, indien dezelfde studie op een later tijdstip opnieuw wordt uitgevoerd, de resultaten kunnen verschillen van de huidige. Dit komt mede doordat de mediacultuur dynamisch is en actuele gebeurtenissen dit tevens kunnen beïnvloeden.

Ten derde kunnen omgevingsfactoren en geografische liggingen een rol spelen bij de mate van beïnvloeding en binding van leerlingen met hun rolmodellen. De leerlingen van de RGO Middelharnis wonen in de meeste gevallen in een dorp op het platteland. Aangezien de meeste rolmodellen in de stad wonen, kan het voor de leerling een ver-van-mijn-bed-show worden. Het is de vraag wat het resultaat zou zijn als dit onderzoek in een stad werd uitgevoerd, zoals Rotterdam of Amsterdam.

Tot slot kan er een discussie worden gevoerd over de factoren: cultuur en nationaliteit. Over het algemeen is bekend dat Nederlanders een vrij nuchter karakter hebben in vergelijking tot bijvoorbeeld Amerikanen. Deze nuchterheid kan het onderzoek beïnvloeden omdat leerlingen de vragen op nuchtere wijze beantwoorden. Uit de interviews kwam dit ook al een aantal keer naar voren doordat leerlingen zeiden: "hij/zij is ook maar een mens." De vraag is in hoeverre de resultaten van een soortgelijk onderzoek in Amerika zouden verschillen van dit onderzoek.

NAWOORD

Allereerst wil ik mijn zus Dajana Daniljan bedanken voor de emotionele steun bij het schrijven van dit profielwerkstuk. Vervolgens wil ik mijn docent, mevrouw Van der Zandt, bedanken voor het ondersteunen en begeleiden van mijn profielwerkstuk. Evenzeer wil ik mevrouw Alsemgeest bedanken voor de ondersteuning bij het afnemen van de enquêtes. Ten slotte wil ik alle betrokken leerlingen en docenten van de RGO Middelharnis bedanken voor de medewerking en bijdrage.

Het schrijven van dit profielwerkstuk was een tijdrovende en intensieve klus die ik met al te veel plezier heb gedaan. Het onderwerp is gekozen door intrinsieke interesses en dit maakte het eenvoudig om veel uren onderzoek te verrichten. Bij het literatuuronderzoek is vooral gebruik gemaakt van Engelse bronnen, omdat er weinig tot geen Nederlandse bronnen zijn gepubliceerd. Dit onderwerp vormde een enorme uitdaging, vanwege het het begrijpen, vertalen en verwoorden van de Engelse databronnen. Ik heb zeker plezier gevonden in de interessante ontdekkingen van dit vakgebied. Daarnaast heb ik veel geleerd over (sociale) media, hersenactiviteiten en parasociale relaties en interacties.

Over dit onderwerp zijn talloze psychologische onderzoeken verricht. Het was soms een uitdaging om de juiste informatie te koppelen aan mijn onderzoek, omdat de context waarin het onderzoek plaatsvond moet overeenkomen met het onderzoek dat ik heb uitgevoerd. Gezien de omstandigheid dat ik alle informatie zeer interessant vond om door te nemen, voelde het niet altijd aan als huiswerk, maar ook als persoonlijke groei.

Maria Daniljan

7 februari 2022

BIJLAGE

A. De enquêtevragen

Hoe oud ben je? *

- ☐ 11 jaar of jonger
- ☐ 12 tot 18 jaar
- ☐ 19 jaar of ouder

Ben je een leerling van de RGO Middelharnis? *

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Ben je bekend met het begrip 'Parasociale Relatie'? *

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Een parasociale relatie is een eenzijdige relatie die individuen zich voorstellen met fictieve- of mediapersoonlijkheden. Bijvoorbeeld: je bent een grote fan van zangeres Ariana Grande en steekt veel tijd in het beluisteren van haar muziek, bekijken van haar sociale media of het lezen van artikelen over haar. Tegelijkertijd is er een erg grote kans dat Ariana Grande jou niet kent. Deze eenzijdige relatie wordt een parasociale relatie genoemd.

Denk je dat je een parasociale relatie hebt? *

- ☐ Ja
- ☐ Misschien
- ☐ Nee

Met welke groep heb jij een parasociale relatie? *

- ☐ Sociale media influencer (YouTuber, TikToker, etc.)
- ☐ Acteur/actrice
- ☐ Zanger(es)/band
- ☐ Realityshow ster
- ☐ Fictief karakter (bijvoorbeeld uit een boek of film)
- ☐ Geen
- ☐ Anders: _____

De volgende vragen gaan over het hebben van een parasociale relatie. Vul in gedachte bij 'mijn rolmodel' je eigen rolmodel in. Indien je geen rolmodel hebt, hoef je deze vragen niet te beantwoorden.

Ik herken mijzelf in mijn rolmodel. *

- ☐ Sterk mee oneens
- ☐ Oneens
- ☐ Niet mee oneens maar ook niet mee eens
- ☐ Eens
- ☐ Sterk mee eens

Mijn rolmodel inspireert mij. *

- ☐ Sterk mee oneens
- ☐ Oneens
- ☐ Niet mee oneens maar ook niet mee eens
- ☐ Eens
- ☐ Sterk mee eens

Ik zou mijn rolmodel willen ontmoeten. *

- ☐ Sterk mee oneens
- ☐ Oneens
- ☐ Niet mee oneens maar ook niet mee eens
- ☐ Eens
- ☐ Sterk mee eens

Mijn rolmodel voelt aan als een goede vriend. *

- ☐ Sterk mee oneens
- ☐ Oneens
- ☐ Niet mee oneens maar ook niet mee eens
- ☐ Eens
- ☐ Sterk mee eens

Ik voel mij tijdens het bekijken van een video van mijn rolmodel deel van het gesprek. *

- ☐ Sterk mee oneens
- ☐ Oneens
- ☐ Niet mee oneens maar ook niet mee eens
- ☐ Eens
- ☐ Sterk mee eens

Ik mis mijn rolmodel als hij/zij op vakantie gaat. (Afwezigheid) *

- ☐ Sterk mee oneens
- ☐ Oneens
- ☐ Niet mee oneens maar ook niet mee eens
- ☐ Eens
- ☐ Sterk mee eens

Ik ben het vaak eens met de uitspraken van mijn rolmodel. *

- ☐ Sterk mee oneens
- ☐ Oneens
- ☐ Niet mee oneens maar ook niet mee eens
- ☐ Eens
- ☐ Sterk mee eens

Ik gebruik vaak het advies dat mijn rolmodel geeft. *

- ☐ Sterk mee oneens
- ☐ Oneens
- ☐ Niet mee oneens maar ook niet mee eens
- ☐ Eens
- ☐ Sterk mee eens

Ik word verdrietig wanneer mijn rolmodel iets vervelends overkomt. *

- ☐ Sterk mee oneens
- ☐ Oneens
- ☐ Niet mee oneens maar ook niet mee eens
- ☐ Eens
- ☐ Sterk mee eens

Ik spendeer liever tijd aan mijn rolmodel dan aan vrienden en familie. *

- ☐ Sterk mee oneens
- ☐ Oneens
- ☐ Niet mee oneens maar ook niet mee eens
- ☐ Eens
- ☐ Sterk mee eens

Ik kijk op naar de karaktereigenschappen van mijn rolmodel. *

- ☐ Sterk mee oneens
- ☐ Oneens
- ☐ Niet mee oneens maar ook niet mee eens
- ☐ Eens
- ☐ Sterk mee eens

Ik kopieer graag het gedrag van mijn rolmodel. *

- ☐ Sterk mee oneens
- ☐ Oneens
- ☐ Niet mee oneens maar ook niet mee eens
- ☐ Eens
- ☐ Sterk mee eens

Ik vind mijn rolmodel aantrekkelijk. *

- ☐ Sterk mee oneens
- ☐ Oneens
- ☐ Niet mee oneens maar ook niet mee eens
- ☐ Eens
- ☐ Sterk mee eens

Ik heb overwogen om plastische chirurgie te ondergaan om op mijn rolmodel te lijken. *

- ☐ Sterk mee oneens
- ☐ Oneens
- ☐ Niet mee oneens maar ook niet mee eens
- ☐ Eens
- ☐ Sterk mee eens

Ik schaf producten aan die mijn rolmodel gebruikt of promoot. *

- ☐ Sterk mee oneens
- ☐ Oneens
- ☐ Niet mee oneens maar ook niet mee eens
- ☐ Eens
- ☐ Sterk mee eens

Ik voel mij soms onzeker dat ik niet op mijn rolmodel lijk. *

- ☐ Sterk mee oneens
- ☐ Oneens
- ☐ Niet mee oneens maar ook niet mee eens
- ☐ Eens
- ☐ Sterk mee eens

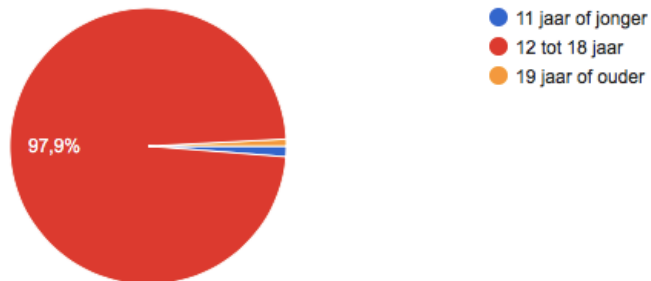
Indien je niet bekend was met de term 'Parasociale Relatie', is de term nu duidelijk? *

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Ik was al bekend met de term

B. De enquêtegegevens

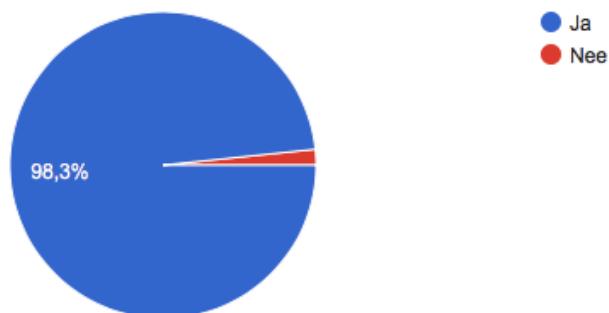
Hoe oud ben je?

242 antwoorden



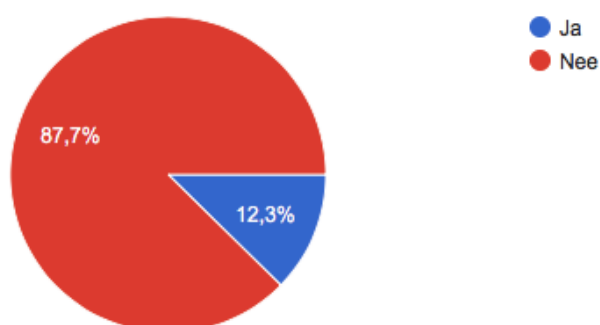
Ben je een leerling van de RGO Middelharnis?

242 antwoorden



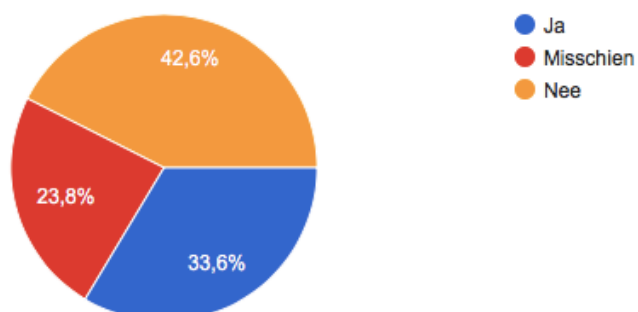
Ben je bekend met het begrip 'Parasociale Relatie'?

235 antwoorden



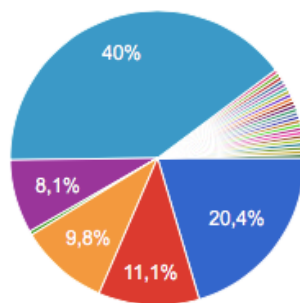
Denk je dat je een parasociale relatie hebt?

235 antwoorden



Met welke groep heb jij een parasociale relatie?

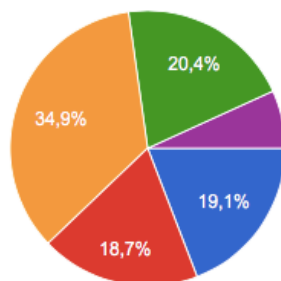
235 antwoorden



- Sociale media influencer (YouTub...
- Acteur/actrice
- Zanger(es)/band
- Realityshow ster
- Fictief karakter (bijvoorbeeld uit ee...
- Geen

Ik herken mijzelf in mijn rolmodel.

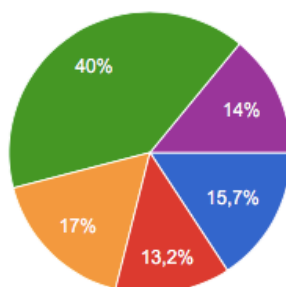
235 antwoorden



- Sterk mee oneens
- Oneens
- Niet mee oneens maar ook niet mee eens
- Eens
- Sterk mee eens

Mijn rolmodel inspireert mij.

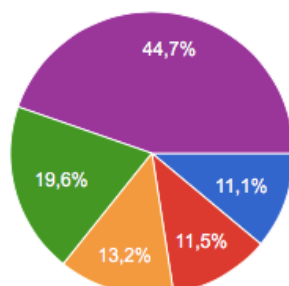
235 antwoorden



- Sterk mee oneens
- Oneens
- Niet mee oneens maar ook niet mee eens
- Eens
- Sterk mee eens

Ik zou mijn rolmodel willen ontmoeten.

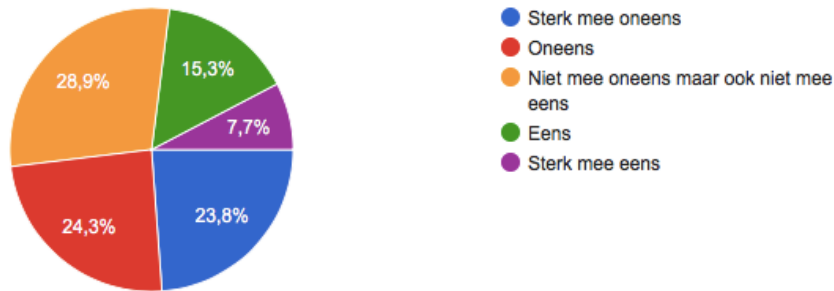
235 antwoorden



- Sterk mee oneens
- Oneens
- Niet mee oneens maar ook niet mee eens
- Eens
- Sterk mee eens

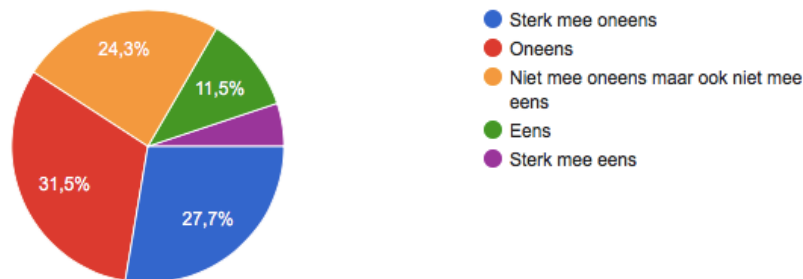
Mijn rolmodel voelt aan als een goede vriend.

235 antwoorden



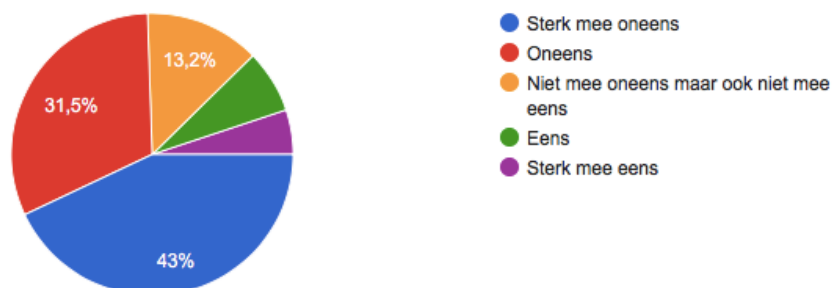
Ik voel mij tijdens het bekijken van een video van mijn rolmodel deel van het gesprek.

235 antwoorden



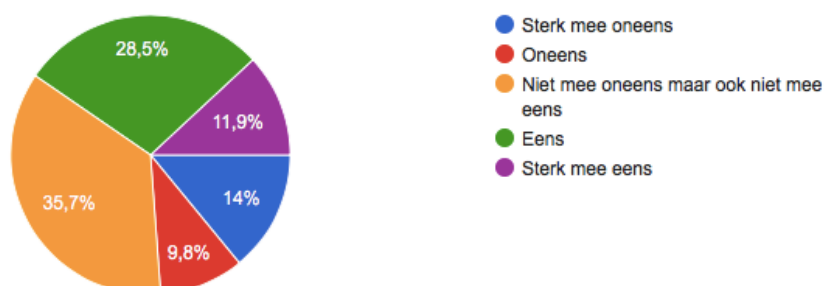
Ik mis mijn rolmodel als hij/zij op vakantie gaat. (Afwezigheid)

235 antwoorden



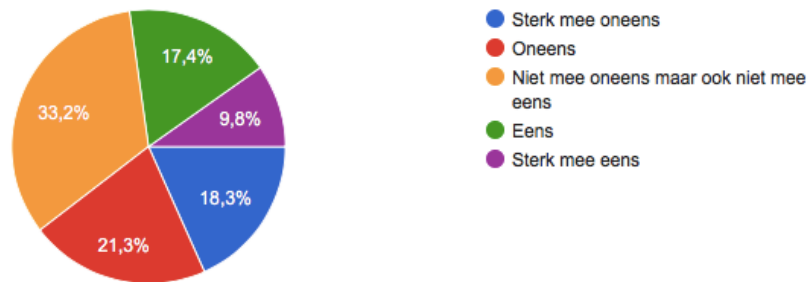
Ik ben het vaak eens met de uitspraken van mijn rolmodel.

235 antwoorden



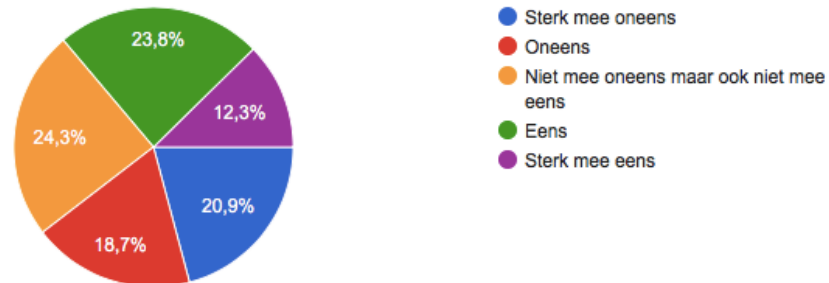
Ik gebruik vaak het advies dat mijn rolmodel geeft.

235 antwoorden



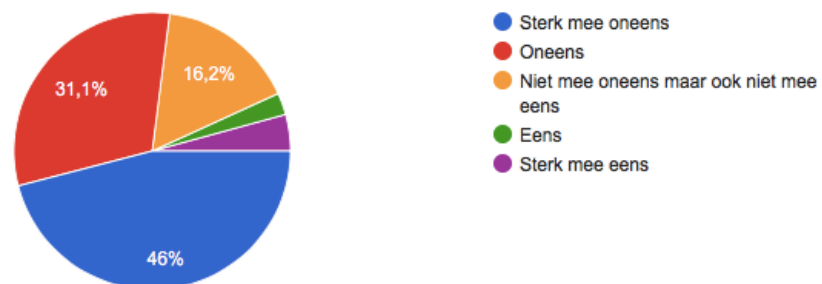
Ik word verdrietig wanneer mijn rolmodel iets vervelends overkomt.

235 antwoorden



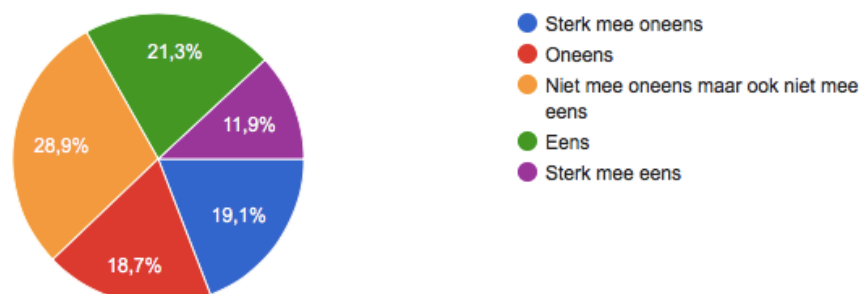
Ik spendeer liever tijd aan mijn rolmodel dan aan vrienden en familie.

235 antwoorden



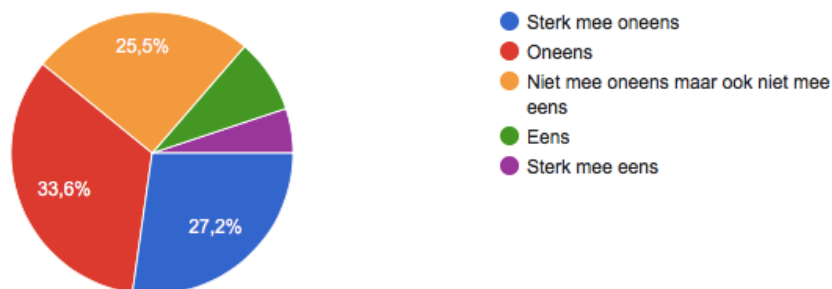
Ik kijk op naar de karaktereigenschappen van mijn rolmodel.

235 antwoorden



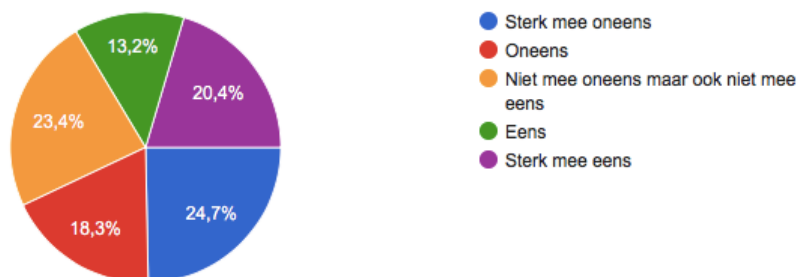
Ik kopieer graag het gedrag van mijn rolmodel.

235 antwoorden



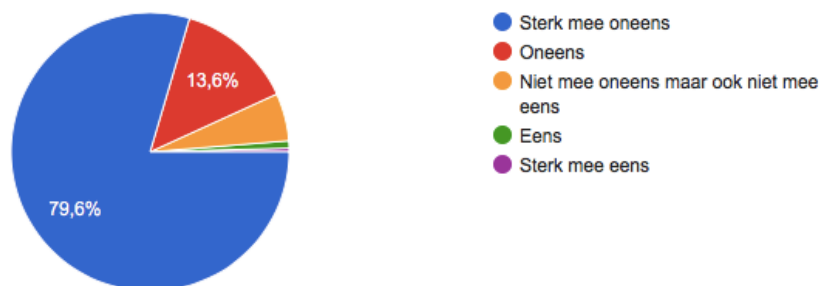
Ik vind mijn rolmodel aantrekkelijk.

235 antwoorden



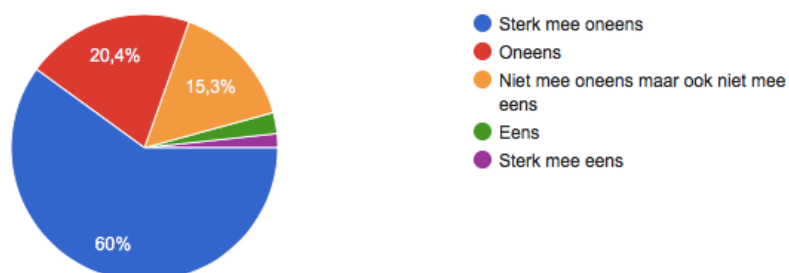
Ik heb overwogen om plastische chirurgie te ondergaan om op mijn rolmodel te lijken.

235 antwoorden



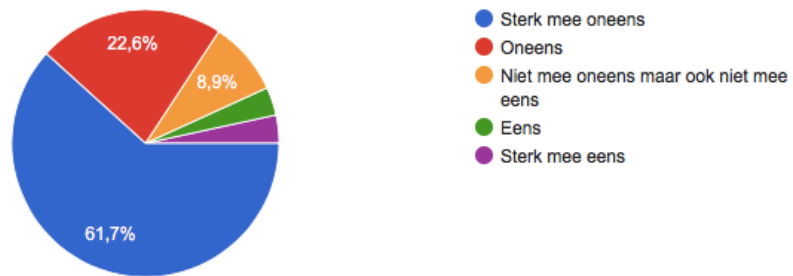
Ik schaf producten aan die mijn rolmodel gebruikt of promoot.

235 antwoorden



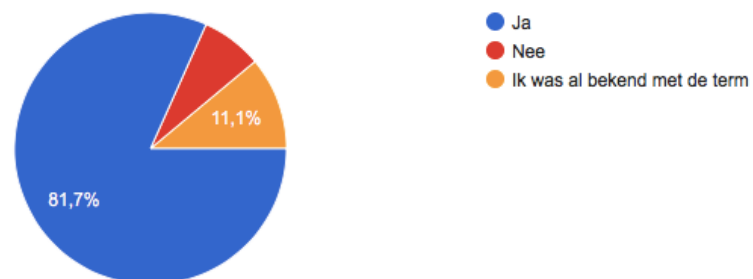
Ik voel mij soms onzeker dat ik niet op mijn rolmodel lijk.

235 antwoorden



Indien je niet bekend was met de term 'Parasociale Relatie', is de term nu duidelijk?

235 antwoorden



C. De interviews zonder codering

Leerling 1, 16 jaar

Geïnterviewde: Leerling 1 (L1)

Interviewer: Maria Daniljan (M)

M: *Met wie denk jij een parasociale relatie te hebben?*

L1: Ik denk dat ik een parasociale relatie heb met Johnny Depp.

M: *Waarom voel jij je verbonden met Johnny Depp?*

L1: In mijn brein heb je twee soorten mensen: mensen die je zou willen daten en mensen die je zou willen zijn. Johnny Depp is wat betreft mijn rolmodel, door de manier waarop hij omgaat met de wereld. Als ik kijk naar hoe hij omgaat met de mensen om hem heen, dan is dat wel een persoon die ik zou willen zijn. Hij inspireert mij vooral om een beter persoon te zijn.

M: *Raak je geïnspireerd of gemotiveerd door je rolmodel?*

L1: Zeker. Een van de dingen waar Johnny Depp het meest bekend om staat zijn de *Pirates of the Caribbean* films. Hij ging regelmatig na het filmen in kostuum langs kindziekenhuizen, om kinderen op te vrolijken met hun favoriete piraat. Hij geeft ook geld weg aan goede doelen en ik denk dat dat wel iets is waar we een allemaal een voorbeeld aan kunnen nemen. Er zijn natuurlijk wel meer bekende mensen die dat doen, maar Johnny Depp heeft toch wel een speciaal plekje in mijn hart.

M: *Heb jij je wel eens onzeker gevoeld door je rolmodel? Denk aan uiterlijk of het behalen van bepaalde mijlpalen.*

L1: Nee, niet persé. Natuurlijk denk ik soms, het zou cool zijn om een filmster te zijn, maar ik voel mij niet jaloers of onzeker. Ik besef me wel dat hij heel ver is gekomen als persoon en dat ik dat [mogelijk] ook zou kunnen.

M: *Denk je dat Johnny Depp dan juist positieve invloed heeft gehad op jouw gedrags- of denkwijze?*

L1: Ja, ik denk het wel. Ik denk door de manier waarop hij ondanks zijn bekendheid, omgaat met mensen. Dat heeft mij geleid om, net als hem, het goede in mensen te zien en mensen ook goed te behandelen.

M: *Word je verdrietig wanneer er iets vervelends overkomt met je rolmodel?*

L1: Ja, maar dat heeft niet persé iets te maken met Johnny Depp. Wanneer er vervelende dingen gebeuren met iemand, dan denk ik altijd: dat mocht in de Pandora's Box blijven zitten. Een stukje teveel empathie denk ik.

Leerling 2, 17 jaar

Geïnterviewde: Leerling 2 (L2)

Interviewer: Maria Daniljan (M)

M: *Met wie denk jij een parasociale relatie te hebben?*

L2: Ik denk een parasociale relatie te hebben met Harry Styles en Niall Horan, omdat ik verschillende momenten van de dag aan hun denk, naar hun muziek luister of videos kijk op TikTok en YouTube.

M: *Waarom voel jij je verbonden met Harry Styles en Niall Horan?*

L2: Ik vind hun muziek heel leuk en de boodschap die ze afgeven [vind ik] heel belangrijk en mooi. Ze zijn erg open naar iedereen. Het maakt voor hen niet uit wie je bent of wat je doet, als je maar gewoon bestaat.

M: *Wat is de boodschap die zij naar voren brengen en raak je hierdoor geïnspireerd of gemotiveerd?*

L2: Ik denk dat van Harry Styles “wees wie je bent en doe aardig tegen andere mensen,” en Niall Horan heeft bijvoorbeeld een liedje gemaakt over mensen die zich niet mooi vinden. Hij zegt daarin dat je er gewoon mag zijn en dat het [je uiterlijk] allemaal niks uitmaakt. Dat motiveert mij om positiviteit in de wereld te brengen en mensen te accepteren zoals ze zijn.

M: *Heb jij je wel eens onzeker gevoeld door je rolmodel? Denk aan uiterlijk of het behalen van bepaalde mijlpalen.*

L2: Nee, omdat ik het idee heb dat het ook maar gewoon mensen zijn. Als ik naar ze luister of ze zie, bij een concert of iets dergelijks, ziet het er allemaal heel open en vrij uit. Ik weet dat zij ook heel hard werken voor alles dat zij hebben bereikt. Dan kijk ik er meer naar op als een soort voorbeeld, van: als je hard werkt dan kan je alles wat je wil bereiken.

M: *Word je verdrietig wanneer er iets vervelends overkomt met je rolmodel?*

L2: Ja, niet persé verdrietig, maar dan denk ik toch van ja... dat is voor hun ook niet fijn.

Leerling 3, 17 jaar

Geïnterviewde: Leerling 3 (L3)

Interviewer: Maria Daniljan (M)

M: *Met wie denk jij een parasociale relatie te hebben?*

L3: Ik denk Dylan O'Brien, omdat ik hem een hele leuke acteur vind. Hij is heel erg grappig en ik vind hem knap. Ik heb dus een soort celebrity crush op hem.

M: *Waarom voel jij je verbonden met Dylan O'Brien?*

L3: Hij deelt op Twitter berichten over #BlackLivesMatter en andere zaken zoals over het klimaat. Daar maakt hij hele goede statements [uitspraken] en om die reden ben ik closer [grotere fan] geworden met hem.

M: *Denk jij dat je een binding met hem zoekt juist omdat jij je identificeert met zijn uitspraken?*

L3: Ja. Nadat ik zijn berichten had gelezen werd ik geïnspireerd om meer aandacht eraan [aan de genoemde onderwerpen] te besteden. Want eerst was ik zo van ja oké, maar nadat ik zijn berichten had gelezen stuurde ik naar een vriendin van: o kijk, hij steunt dit ook.

M: *Denk jij dat je dagelijkse denk- of gedragswijze aanpast doordat hij jouw rolmodel is?*

L3: Ik gebruik soms quotes van hem. In films zegt hij soms hele grappige dingen zoals in *Teen Wolf* en ik heb een vriendin die ook erg fan is van hem. We gebruiken dan die quotes met elkaar, of dan vraag ik aan een vriendin van "wat vind je van hem?"

M: *Word je verdrietig wanneer er iets vervelends overkomt met je rolmodel?*

L3: Ja, maar ik heb best snel medelijden met mensen. Dus als het iemand is waar ik om geef dan vind ik dat best treurig. Ik ga dan op het internet dingen erover opzoeken, hoe het echt zit enzo. En ik ga dan zijn Twitter stalken.

M: *Denk je dat je bewust tijd in je dag vrij maakt om tijd aan Dylan O'Brien te spenderen?*

L3: Dat heb ik een tijdje gedaan, maar toen besepte ik dat het best wel ongezond is om aan een normaal mens, die net als wij is, zoveel aandacht te geven. Aan de ene kant dacht ik, waarom besteden mensen zoveel aandacht en geld aan zangeressen of YouTubers, maar met hem had ik het gevoel dat hij goede dingen doet en er hard voor werkt. Maar alsnog komt het weer op hetzelfde neer. Ookal heb ik die tijd en heeft hij hele goede kwaliteiten, je hoeft niet zo'n obsessie met iemand te hebben.

Leerling 4, 18 jaar

Geïnterviewde: Leerling 5 (L5)

Interviewer: Maria Daniljan (M)

M: *Met wie denk jij een parasociale relatie te hebben?*

L4: Ik denk met niemand, ik heb niet iemand waar ik naar opkijk. Niet meer in ieder geval.

M: *Wat denk je dat de oorzaak is dat je geen rolmodel meer hebt?*

L4: Wanneer je zelf ouder bent geworden dan heb je meer het idee dat je zelf alles wel aankan, zonder dat je iemand nodig hebt waar je naar opkijkt.

M: *Denk je dat het niet hebben van een rolmodel invloed heeft op de inspiratie en motivatie die jij dagelijks ervaart?*

L4: Ik denk dat het wel degelijk invloed kan hebben, maar het heeft op mijn motivatie geen invloed. Ik heb mijn eigen gebruiken en gewoonten op deze leeftijd al gepersonaliseerd. Ik neem zelf van niemand echt een voorbeeld aan, maar ik geloof dat het een hele grote invloed kan hebben op iemands leven. Je kijkt er *constant* naar op [het rolmodel] en je bent er constant mee bezig, hetzelfde als dat je constant met iemand bezig bent van wie je veel houdt. Diegene zit dan veel in je hoofd en ik denk dat dat op dezelfde manier uitspeelt.

M: *Waarom denk je dat velen bindingen zoeken met bekende mensen?*

L4: Ik denk dat het een beetje komt door leeftijd. Naar mate je ouder word zal je dat minder hebben, want je bent minder beïnvloedbaar. Als je in lagere klassen gaat kijken dat je daar veel meer van dat soort mensen tegenkomt [die dat wel hebben]. Dus als jij wat jonger bent, [dan] ben je meer beïnvloedbaar en zal je sneller een parasociale relatie aangaan.

M: *Denk je dat jongeren die tijdens hun identiteitsontwikkeling deze relaties aangaan positieve of negatieve eigenschappen overnemen van hun rolmodel?*

L4: Ik denk dat zeker, zowel positief als negatief. Het kan iemand zijn die jou inspireert om je best te doen op school en in je sport, maar het kan ook iemand zijn die wat negatieve effect op jou heeft. Zoals wat ander taalgebruik of iemand die jou juist meer aanspoort om wat vrijer te leven en dus minder je best te doen op school.

M: *Denk je dat rolmodellen iemand onzeker kunnen maken over zijn/haar eigen uiterlijk of prestaties?*

L4: Ja. Stel je vergelijkt jezelf met iemand van dezelfde leeftijd die hoger zit qua rang of iets in die strekking, dan denk je van “oh dat had ik ook wel kunnen halen” of “misschien ben ik niet zo goed” of dat soort dingen. Maar tegelijkertijd kan het iemand ook inspireren juist beter zijn best te doen.

Leerling 5, 16 jaar

Geïnterviewde: Leerling 5 (L5)

Interviewer: Maria Daniljan (M)

M: *Met wie denk jij een parasociale relatie te hebben?*

L5: Ik denk met Ariana Grande.

M: *Waarom voel jij je verbonden met Ariana Grande?*

L5: Ze kan mooi zingen en ze komt heel erg lief over.

M: *Raak je geïnspireerd of gemotiveerd door je rolmodel?*

L5: Ja, ik vind haar haren heel mooi en probeer mijn haren ook zo te doen, of haar make-up vind ik ook erg leuk. Maar ook dat ze last had van anxiety [angststoornis], daar had ik ook last van, dus we waren een beetje hetzelfde en ik ging kijken hoe zij daar mee omging.

M: *Heb jij je wel eens onzeker gevoeld over je eigen uiterlijk doordat Ariana Grande jouw rolmodel is?*

L5: Ik heb me wel eens onzeker gevoeld, omdat zij wel een ideaal lichaam heeft. Soms zie je dat ze iets heeft bewerkt [op de foto's] of dat ze iets aan haar gezicht heeft gedaan, maar dan liegt ze daarover. Ze durft zo'n [bewerkte] foto te posten terwijl ze jonge volgers heeft. Dat maakt mij soms gefrustreerd, want ik kijk heel erg naar haar op en ze zegt vaak jullie [de fans] moeten niet onzeker zijn over jezelf. Dan denk ik: nu doe je eigenlijk het tegenovergestelde.

M: *Denk je dat deze onzekere gevoelens invloed hebben op jou in je dagelijks leven?*

L5: Zeker wel. Ik heb daardoor ook naar andere celebrities gekeken die ook schuldig waren voor het bewerken van hun foto's. Toen kwam ik erachter dat je niet zo onzeker hoeft te zijn over jezelf, omdat niet alles wat je ziet echt is. Toch denk ik wanneer ik hun foto's voorbij zie komen, ze krijgen veel likes omdat ze er zo uitzien. Ook als je het bewerkt, mensen houden dus van zo'n soort lichaam en dat maakt je toch wel onzeker.

M: *Denk je dat deze gevoelens ervoor hebben gezorgd dat je minder naar haar opkijkt?*

L5: De bewerkte foto's kan ik niet vergeven en daar heb ik negatieve gevoelens van overgehouden, maar aan de andere kant heeft ze wel een terroristische aanval tijdens haar concert gehad en haar ex-vriend is overleden. Dan denk ik: ze is best wel sterk dat ze met al die dingen zo kan omgaan. Ik heb ook veel nare dingen meegemaakt zoals oorlog, dus dan voel ik een beetje hoe zij [haar] voelt. Daarom heb ik wel veel respect voor haar, dat ze na zoveel dingen [nare gebeurtenissen] gewoon opstaat en zo sterk in haar schoenen staat.

Leerling 6, 18 jaar

Geïnterviewde: Leerling 6 (L6)

Interviewer: Maria Daniljan (M)

M: *Met wie denk jij een parasociale relatie te hebben?*

L6: Ik denk dat ik zo'n relatie heb met koningin Rania van Jordanië.

M: *Waarom voel jij je verbonden met koningin Rania?*

L6: Nou zij heeft een best wel hoge positie in haar land en op heel de wereld. Ze heeft een leuke kledingstijl, ze is heel slim en ze is een goede moeder en een goede vrouw.

M: *Raak je geïnspireerd of gemotiveerd door je rolmodel?*

L6: Zeker, elke keer als ik een video zie waarin zij praat dan denk ik gewoon: ik wil mijn studie afmaken en net zo goed worden als zij, of misschien beter. Dus ik wil mezelf altijd verbeteren wanneer ik naar een gesprek luister of een video bekijk waarin zij aanwezig is.

M: *Denk jij dat je haar karaktereigenschappen overneemt en die gebruikt in je dagelijks leven?*

L6: Zeker. Ik merk heel erg dat ik dat overneem. [Zoals] netjes praten, letten op de woorden die je gebruikt en je netjes kleden. Daar is zij de bron van inspiratie van.

M: *Denk je dat het hebben van haar als rolmodel negatieve gevolgen met zich mee kan brengen?*

L6: Nou het hangt heel erg af wat je rolmodel doet. Mijn rolmodel die doet niet hele gekke dingen en je moet zelf ook verantwoordelijkheid nemen. Als zij iets zou doen wat ik niet oké zou vinden, dan zou ik haar niet na willen doen.

M: *Heb jij je wel eens onzeker gevoeld door je rolmodel? Denk aan uiterlijk of het behalen van bepaalde mijlpalen.*

L6: Nee, want ik denk dat iedereen anders is en dat is alleen maar fijn. Ik kan haar als voorbeeld nemen, maar dat wil niet zeggen dat ik alles nadoe wat zij doet. En ik vind dat het innerlijk veel belangrijker is dan het uiterlijk. Ik neem haar als rolmodel omdat zij zo goed is. Ik vind het natuurlijk wel leuk om te kijken naar wat zij draagt, maar ik vind het belangrijker om te zien *wie* zij is. Ten minste, wat de buitenwereld van haar krijgt te zien.

M: *Word je verdrietig wanneer er iets vervelends overkomt met je rolmodel?*

L6: Zeker, want ik hou ontzettend veel van haar. Als zij iets ergs zou meemaken dan zou ik dat heel erg jammer vinden.

M: *Denk je dat deze emoties versterkt worden juist omdat je diegene als je rolmodel ziet?*

L6: Ik denk het wel, want ik zou verdrietiger worden als er iets met haar gebeurd dan wanneer er iets met een klasgenoot zou gebeuren. Het klinkt misschien gemeen maar dat is niet zo bedoeld.

LOGBOEK

Werkzaamheden	Werkuren	Datum
- Onderwerp vastgelegd; - Voorblad en inhoudsopgave gemaakt; - Hoofdvraag geformuleerd; - Deelvragen geformuleerd; - Hoofdconcepten en kernconcepten gekozen; - Plan van aanpak gemaakt; - Conceptueel model gemaakt; - Literatuurstudie.	6 uren	22 mei 2021
- Hypothese opgesteld; - Inleiding afgerond; - Gewerkt aan deelvraag 1.	4 uren	24 mei 2021
- Aanleiding, representatie, validiteit en betrouwbaarheid, kwalitatief en kwantitatief, voor- en nadelen toegevoegd (inleiding); - Gewerkt aan deelvraag 1.	3 uren	26 mei 2021
- Inleiding aangepast; - Gewerkt aan deelvraag 1.	4 uren	3 juni 2021
- Gewerkt aan deelvraag 2.	3 uren	9 juni 2021
- PWS inleiding middag.	1 uur	10 juni 2021
- Aanpassingen en afronden deelvraag 1; - Gewerkt aan deelvraag 2.	4 uren	12 juni 2021
- Gewerkt aan deelvraag 2.	6 uren	14 juni 2021
- Gewerkt aan deelvraag 2.	3 uren	16 juni 2021
- Gewerkt aan deelvraag 2; - Gewerkt aan deelvraag 3.	6 uren	17 juni 2021
- Gewerkt aan deelvraag 2; - Gewerkt aan deelvraag 3.	8 uren	19 juni 2021
- Deelvraag 2 afgerond; - Gewerkt aan deelvraag 3.	6 uren	20 juni 2021
- PWS inloop dag,	4 uren	8 juli 2021
- PWS inleiding middag; - Gewerkt aan deelvraag 3.	7 uren	31 augustus 2021
- Deelvraag 3 afgerond; - Voorwoord toegevoegd; - Samenvatting toegevoegd.	5 uren	2 september 2021

Werkzaamheden	Werkuren	Datum
- Onderzoeksopzet afgerond; - Enquête vragen geformuleerd; - Enquête gemaakt via Google Formulieren.	6 uren	30 december 2021
- Afnemen enquêtes.	2 uren	10 januari 2022
- Enquêteresultaten analyseren; - Interview vragen geformuleerd.	10 uren	26 januari 2022
- Interviews afgenomen; - Interviews transcriberen en coderen.	10 uren	4 februari 2022
- Enquêteresultaten en interviewresultaten afgerond.	5 uren	5 februari 2022
- Conclusie afgerond; - Discussie afgerond; - Nawoord afgerond; - Bijlage afgerond; - Literatuurlijst toegevoegd; - Anti-plagiaatverklaring toegevoegd; - Laatste puntjes op de i gezet.	8 uren	6 februari 2022
- PWS uitprinten, inbinden en inleveren.	0,5 uur	7 februari 2022

Totaal aantal werkuren: 111,5 uren

Totaal aantal woorden: 23.494 woorden

ANTI-PLAGIAATVERKLARING

Hierbij verklaar ik bovenstaande tekst gelezen en begrepen te hebben en dat dat ik het bijgevoegde profielwerkstuk zelfstandig en zonder gebruik van andere dan de toegestane en door mij aangegeven bronnen en hulpmiddelen hebben gemaakt. Alle passages in het werkstuk die ik letterlijk of inhoudelijk uit gepubliceerde en niet gepubliceerde teksten heb overgenomen, heb ik kenbaar gemaakt door middel van bronvermeldingen in het werkstuk, in de noten of in de literatuurlijst.

Dit werkstuk is nog niet eerder door een ander dan mijzelf ter beoordeling aangeboden.

Maria Daniljan

A6b

7 februari 2022



LITERATUURLIJST

A. ONLINE BRONNEN

1. A. McGuire 'A Theme for 2020: High Expectations, Pt. 2', *medium.com* 22 januari 2020.
2. A. N. Tolbert, K. L. Drogos, 'Tweens' Wishful Identification and Parasocial Relationships With YouTubers', *Front. Psychol.* DD 2019, par. 4.
3. A. Owens, R. Bressler, 'Tell Me All I Need to Know About Oxytocin', *psychom.net* 18 mei 2021.
4. A. Verstraete, 'More popular than Jesus: John Lennon zet de VS in vuur en vlam', *vrt.be* 4 maart 2016.
5. A. Zegers, N. Schillemans, 'Plastische chirurgie onder jongeren: een groeiende rage', *onderzoeksredactie.fhj.nl* 24 april 2020.
6. Allesovermarktonderzoek, 'Kwalitatief onderzoek - Onderzoeksmethoden', *allesovermarktonderzoek.nl* 5 mei 2021.
7. B. Janse, 'Interpersoonlijke relaties', *toolshero.nl*, 2019.
8. B. Neurink, 'Jongeren & online media: appen, swipen en bingewatchen', *frankwatching.com* 30 augustus 2017.
9. C. Flora, 'Seeing by Starlight: Celebrity Obsession', *psychologytoday.com* 1 juli 2004.
10. C. Hoffner, M. Buchanan, 'Young adults' wishful identification with television characters. The role of perceived similarity and character attributes', *J. Media Psychol.* 2005/7, afl. 4, 325-351.
11. C. L. Jarzyna, 'Parasocial Interaction, the COVID-19 Quarantine, and Digital Age Media', *Hu Arenas* DD 2020, doi.org/10.1007/s42087-020-00156-0.
12. C. Lang, 'Just Guess How Quickly Rihanna's Latest Puma Sneakers Sold Out Online', *time.com* 27 mei 2016.
13. C. Phelps, *Parasocial relationships and social media usage*, New York: Rochester Institute of Technology 2011, *scholarworks.rit.edu* (online publiek).
14. Centraal Bureau voor de Statistiek, 'Wie gebruikt het vaakst sociale media?', *longreads.cbs.nl* 18 december 2020.
15. Centraal Bureau voor de Statistiek, 'Wie gebruikt het vaakst sociale media?', *longreads.cbs.nl* 18 december 2020.
16. D. Horton, R. R. Wohl, 'Mass communication and para-social interaction', *Psychiatry* 1956/19, afl. 3, 215-229.
17. D. Yuhas, 'Mirror Neurons Can Reflect Hatred. Mirror neurons distinguish between those we like and those we do not', *scientificamerican.com* 1 maart 2013.
18. E. Andrews, 'Beatlemania Sweeps the United States', *history.com* 7 februari 2014.
19. Examenblad, 'Syllabus maatschappijwetenschappen HAVO', *examenblad.nl* 3 juni 2018.
20. Examenblad, 'Syllabus maatschappijwetenschappen VWO', *examenblad.nl* juni 2019, versie 2.
21. F. Luton, 'Archaic', *FrithLuton.com*, z.d.

22. Friso RaeMaekers, 'Zelfperceptie', *friso.blog* 1 september 2020.
23. G. Schaaijk, *Praktijkgericht juridisch onderzoek. 2de editie*, Den Haag: Boom juridisch 2015.
24. G. Stever, 'Parasocial Theory in Communication', *oxfordbibliographies.com* 29 augustus 2019.
25. G. Stever, 'Parasocial Theory in Communication', *oxfordbibliographies.com* 29 augustus 2019.
26. Gezondheid BE, 'Over de ontwikkeling van jongeren. De Apenjaren?', *gezondheid.be* maart 2017.
27. Hersenstichting, 'Puberhersen', *hersenstichting.nl* z.d.
28. I. Forrester, 'The Science of Influencer Marketing and its Impact on Influencer Measurement', *talkinginfluence.com* 19 september 2019.
29. J. Arends-Tóth, 'Jongeren en internetgebruik', *longreads.cbs.nl* 2019.
30. J. Kim, J. L. Sintas, 'Social TV viewers' symbolic parasocial interactions with media characters. A topic modelling analysis of viewers' comments', *SSHOC 2021/3*, afl. 1, p. 100-129
31. J. R. Turner, 'Interpersonal and psychological predictors of parasocial interaction with different television performers', *Communication Quarterly* 1993/41, afl. 4, p. 443-453.
32. J. Rijks, 'Spiegelneuronen', *eenzaamheid.info* z.d.
33. JouwGGD, 'Rolmodellen', *jouwggd.nl* z.d.
34. Jung, J., Hwang, C.S, 'Associations between attitudes toward cosmetic surgery, celebrity worship, and body image among South Korean and US female college students', *Fash Text* 2016/3 afl. 17.
35. K. Cura, 'She Loves You: The Beatles and Female Fanaticism', *Nota Bene: Canadian Undergraduate Journal of Musicology* 2009/2, afl. 1, art. 8.
36. K. Dingemanse, 'Soorten interviews: voor- en nadelen', *scribbr.nl* 12 november 2021.
37. K. Harrison, 'Does interpersonal attraction to thin media personalities promote eating disorders?', *J. Broadcast. Electron. Media* 1997/41, afl. 4, p.478-500.
38. K. Sukel, 'In Sync. How Humans are Hard-Wired for Social Relationships', *dana.org*, 13 november 2019.
39. K. Sukel, 'In Sync. How Humans are Hard-Wired for Social Relationships', *dana.org*, 13 november 2019.
40. L. Benders, 'De methodesectie (methodologie) in je scriptie', *scribbr.nl* 8 november 2021.
41. L. Benders, 'Validiteit en betrouwbaarheid vaststellen in je scriptie', *scribbr.nl* 14 mei 2021.
42. L. Braddock, 'Psychological identification, imagination and psychoanalysis', *Philosophical Psychology* 2011/23, afl. 5, 639-657.
43. L. Casaló, C. Flavián, M. Guinalú, 'The impact of participation in virtual brand communities on consumer trust and loyalty. The case of free software', *Emerald Group Publishing Limited* 2007/31, afl. 6, p.775-792.
44. L. M. Ward, 'Wading Through the Stereotypes. Positive and Negative Associations Between Media Use and Black Adolescents', *Dev. Psychol.* 2004/40, afl. 2, p. 284-294.

45. L. Smits, 'Transcriberen van een interview (software en voorbeelden)', *scribbr.nl* 23 december 2021.
46. L. van Hasselt, A. van Liempt, 'De Beatles', *anderetijden.nl* 5 oktober 2000.
47. M. Allen, *The SAGE Encyclopedia of Communication Research Methods*, Thousand Oaks: Sage Publications 2017.
48. M. Karman, 'Wat zijn hersengolven?', *bemoreyou.nl* 27 september 2019.
49. N. Haider, Z. Vellani, 'Parasocial Relationships', *mediminds.org* 12 december 2020.
50. N. Haider, Z. Vellani, 'Parasocial Relationships', *mediminds.org* 12 december 2020.
51. N. Palmeroni, 'Op zoek naar je eigen identiteit door het schoonheidsideaal na te streven', *eoswetenschap.eu* 7 mei 2019.
52. N. Qureshi, 'In-depth: The rise of platforms connecting celebrities and fans', *bestmediainfo.com* 9 november 2020.
53. Nederlands Herseninstituut, 'Hersengolven', *herseninstituut.nl*, z.d.
54. Onderzoekdoen, '5-punts en 7-punts likert schaal, waarom kiezen voor welke likert schaal?', *onderzoekdoen.nl* 1 juli 2017.
55. P. Montague, G. Berns, J. Cohen, S. McClure, G. Pagnoni, M. Dhamala, M. Wiest, I. Karpov, R. King, N. Apple, R. Fisher, 'Hyperscanning: Simultaneous fMRI during linked social interactions', *NeuroImage* 2002/16, afl. 4, p.1159-1164.
56. R. Chojnacki, 'Guide to Gen Z: Debunking the Myths of Our Youngest Generation', *npd.com* 23 september 2021.
57. Right Marktonderzoek, 'Voor- en nadelen kwantitatief onderzoek', *rightmarktonderzoek.nl* 12 juli 2017.
58. S. Kinreich, A. Djalvoski, Y. Louzoun, R. Feldman 'Brain-to-Brain Synchrony during Naturalistic Social Interactions', *Sci. Rep.* 2017/7, afl. 1, p. 1-2.
59. S. Kinreich, A. Djalvoski, Y. Louzoun, R. Feldman 'Brain-to-Brain Synchrony during Naturalistic Social Interactions', *Sci. Rep.* 2017/7, afl. 1, p. 1-3.
60. S. Kinreich, A. Djalvoski, Y. Louzoun, R. Feldman 'Brain-to-Brain Synchrony during Naturalistic Social Interactions', *Sci. Rep.* 2017/7, afl. 1, p. 1-7.
61. Scholenopdekaart, 'RGO College (vwo - havo - mavo)', *scholenopdekaart.nl* 2021
62. SINC. 'Our brains synchronize during a conversation', *ScienceDaily.com*, 17 juli 2017.
63. Thoughtco, 'Parasociale relaties met beroemdheden begrijpen', *nl.peopleperproject.com* 22 maart 2020.
64. Tutor2u, 'Identification: Social Influence', *tutor2u.net*, z.d.

B. FIGUREN

Figuur 1.1 [The Blurred Lines of Parasocial Relationships] overgenomen van R. Tunstall, 2021, <https://every.to/cybernaut/the-blurred-lines-of-parasocial-relationships>.

Figuur 1.2 [Brainwaves] overgenomen van R. Burkmann, 2018, <https://www.hypnose-introspective.fr/en/brainwaves.html>

Figuur 1.3 [Resultaten van het onderzoek] overgenomen van S. Kinreich, A. Djalvoski, Y. Louzoun, R. Feldman, 2017, <https://www.nature.com/articles/s41598-017-17339-5/figures/1>.

Figuur 1.4 [Resultaten van het onderzoek] overgenomen van I. Forrester, S. Ginai, 2019, https://www.warc.com/newsandopinion/news/applying_neuroscience_to_influencer_marketing/42849S.

