

### **Mood management Theory**

Media selectie wordt gedreven door hedonistische motivaties gemoedstoestand verminderen. Genot is het hoogste goed en een gerechtvaardigd levensdoel.

### **Flow**

Een toestand waarin mensen zo opgaan in een activiteit dat niks anders er nog toe doet. De ervaring is zo plezierig dat ze kosten wat kost de activiteit willen doen.

Deze motivationele reactie vindt plaats wanneer men het gevoel heeft dat iets of iemand zijn/haar keuze wegneemt of beperkt. Het zorgt ervoor dat men een standpunt inneemt of versterkt dat tegenovergesteld is aan datgene dat ze probeert te beïnvloeden.

### **Fear appeal**

Een persuasieve boodschap die probeert angst op te wekken om zo gedrag te sturen door middel van de dreiging van mogelijk gevaar. Het toont een risico, de kwetsbaarheid voor het risico, en suggereert vervolgens een actie om het risico tegen te gaan.

### **Infotainment**

Het toepassen van entertainment in informatieve media-inhoud om zo de populariteit bij het publiek te vergroten.

### **Edutainment**

Het toepassen van educatieve boodschappen in populaire entertainment media (of andersom) om zo bewustzijn, kennis, opvattingen en/of gedrag van het publiek positief te beïnvloeden.

### **Gamification**

Het toepassen van gaming mechanismen en principes bij non-gaming-applicaties in het echte leven, om zo creativiteit, leren, participatie en motivatie te versterken.

### **Escapisme**

Een motivatie die probeert duidelijk te maken hoe media, en met name verhaallijnen in media, een tijdelijk mentaal toevluchtsoord kunnen bieden voor mensen die zich niet prettig voelen in hun echte leven en sociale omgeving.

### **Uses & Gratifications**

Toeschouwers spelen een actieve rol in het interpreteren en integreren van media in hun leven. Toeschouwers kiezen media die hun wensen en behoeftes bevredigen.

### **Hedonisme**

Mediaselectie wordt gedreven door hedonistische motivaties; mensen kiezen voor entertainmentmedia die hun positieve gemoedstoestand verbeteren of verlengen of die hun negatieve gemoedstoestand verminderen.

## **Framing**

De manier waarop media aandacht naar bepaalde onderwerpen trekken en ze plaatsen binnen een bepaald interpretatiekader, wat invloed uitoefent op de perceptie van het publiek.

## **Desenitization**

De geleidelijke afname in de emotionele reactie op een arousal-opwekkende stimulus, als gevolg van herhaaldelijke blootstelling.

Beschrijft hoe de beperkte capaciteit van mensen om informatie te verwerken hun herinnering van, en betrokkenheid bij, gemedieerde berichten beïnvloedt.

## **Elaboration Likelihood Model (ELM)**

Verklaart hoe gemedieerde stimuli worden verwerkt (via ofwel de centrale, danwel de perifere route) en hoe deze verwerking stellingname kan beïnvloeden of veranderen.

## **Parasocial Relationship**

Een eenzijdige, interpersoonlijke relatie waarbij de toeschouwer/gebruiker een mediapersoonlijkheid of -karakter kent en begrijpt.

## **Empathy**

Mensen zijn van nature geneigd om empathisch te reageren op de emoties van hoofdpersonen. Toeschouwers ervaren hierbij indirect de emoties die de hoofdpersoon vertoont. Empathie lijkt een vereiste om een hoofdpersoon leuk te vinden en een tegenspeler niet.

## **Identification**

De toeschouwer vergeet zijn of haar eigen realiteit en wordt tijdelijk het personage, daarbij het perspectief van het personage innemend.

Proces dat zich voordoet wanneer een toeschouwer zoals het personage wil zijn, en een actief verlangen ervaart om het personage na te doen.

## **Willing Suspension of Disbelief**

Rechtvaardigt het gebruik van (en het plezier aan) irrealistische fantasie-elementen in fictie. Essentieel voor het ervaren van betrokkenheid bij fictieve verhalen.

## **Verisimilitude**

Specificeren wat er nodig is om een onjuiste theorie de werkelijkheid beter te laten benaderen (en beschrijven) dan een andere onjuiste theorie. Binnen entertainment is een fictief element geloofwaardiger dan een ander fictief element. Voorbeeld met draak met knikkers.

## **Self Determination Theory**

Drie universele psychologische behoeften motiveren ons tot specifiek gedrag: de behoefte aan competentie, autonomie en verbondenheid.

## **Eudaimonia**

Het streven naar meer inzicht, zelfreflectie, de waarheid of het nadenken over wat belangrijk en betekenis heeft voor het ervaren van zielsgeluk.

### **Cultivation Theory**

De werkelijkheidsperceptie van zware mediagebruikers wordt beïnvloed door de beelden en boodschappen die ze ontvangen door de media.

### **Familiarity principle**

Mensen zijn geneigd een voorkeur te ontwikkelen voor dingen waar ze bekend mee zijn.

### **Reinforcing Spiral Theory ???**

Factoren die samenhangen met de identiteit van een persoon zijn soms zowel de voorspeller als de uitkomst van mediagebruik, elkaar versterkend in een wederkerige relatie.

### **Excitation Transfer Theory**

Lichamelijke opwinding die opgebouwd wordt tijdens het ervaren van entertainment; verdwijnt niet meteen, maar zal een daaropvolgende emotionele beleving versterken.

### **Catharsis**

De aanname dat tragedie een reinigende en helende werking kan hebben op het publiek.

### **Persuasive resistance**

Vanwege de narratieve structuur faciliteert entertainment de emotionele betrokkenheid, waardoor gebruikers minder kritisch worden en tegenargumenten voor persuasieve intenties zullen afnemen.

Een proces waarbij alle mentale systemen en capaciteiten van de gebruiker gefocust zijn op gebeurtenissen in het verhaal.

### **Theory of Planned Behavior**

De houding ten opzichte van het gedrag, samen met de subjectieve norm over dat gedrag en de mate waarin iemand denkt controle te hebben over deze gedragingen vormen samen (de neiging tot) specifiek gedrag.

### **Media addictions**

Buitensporig obsessief en impulsief mediagebruik dat niet gecontroleerd kan worden ondanks de negatieve gevolgen van de gebruiker.

### **Suspension of Judgement**

Is een structurele eigenschap van gokken, waarbij de monetaire waarde wordt verstoord, wat gokgedrag in de hand werkt (Griffiths, 1995). Door echt geld te om te zetten in een virtuele representatie van geld, wordt de veronderstelde waarde van geld gereduceerd en wordt het makkelijker om uit te geven.

### **Game Transfer Phenomena**

Het verschijnsel waarbij elementen uit een game door een speler ook in het werkelijke leven gezien worden. Knoppen lijken op knoppen uit een spel, en dingen in je omgeving zie je als cany's die je met elkaar moet verbinden.

---

## HC 1 - Introductie Entertainment

---

Wat is entertainment?

VB: Donald Trump. Politiek omgevormd tot reality show

VB: entertainment om af te leiden (distract)

Waar liggen de grenzen van entertainment: kunnen heftige nieuwsitems entertainment zijn. Kan een car crash in een film entertainment zijn?

Nixon & Kennedy debat op radio veranderde de entertainment.

Kennedy moord gebruikt in heel veel films —> is het dan entertainment

en wat als die moord voorkomt in een game —> is het dan entertainment

Waar ligt de grens.

### **Entertainment is = Entertainment /ɛntə'teɪnm(ə)nt/**

- The action of providing or being provided with amusement or enjoyment
- Latin: Inter (among) Tenere (keep)
- In our society, the opposite of entertainment is boredom; if we are not entertained, we are bored (Stromberg, 2009).
- Het hoeft niet spectaculair te zijn: openhaard dvd, airpress
  
- Painters make paintings, but it takes a representative of the art-world to make a work of art (Wollheim, 1980).
- Entertainment has been understood not so much as a product (movie, game or tv show) or as a feature of such a product (celebrities, comedy) but rather as a response to it (Zillmann & Bryant, 1994).
- Entertainment is a complex, dynamic and multi-faceted experience one goes through while being exposed to this type of media (Vorderer, 2001).

Entertainization

### **Infotainment**

Including entertainment content in information-based media content or programming in an effort to enhance popularity with audiences and consumers

### **Edutainment**

Adding educational messages to popular entertainment media (or vice versa) with the goal of positively influencing awareness, knowledge, attitudes, and/or behaviors

### **Gamification**

The method of applying game mechanics and philosophy to non- gaming applications in the real world to improve creativity, learning, participation and motivation

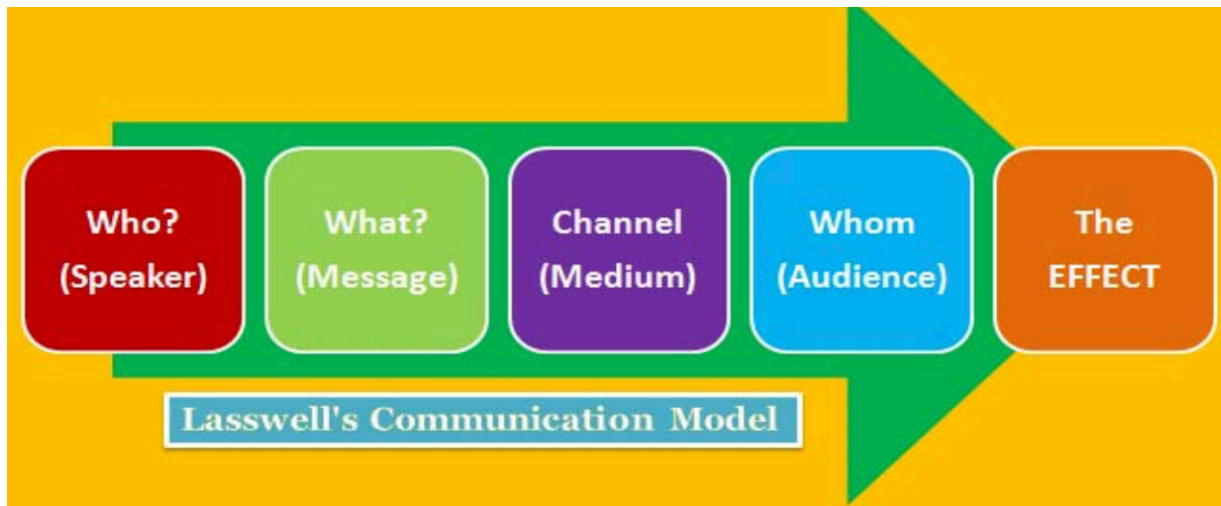
### **Popcultuur**

- Popular culture (or pop culture) is generally recognized as a set of practices, beliefs, and objects that are dominant or ubiquitous in a society at a given point in time.

- Popular culture is constantly evolving and represents a complex set of perspectives and values that influence society and its institutions in various ways

### Entertainmentindustrie

- Grote bedrijven met veel franchises



### Vorderer, Klimmt & Ritterfeld (2004)

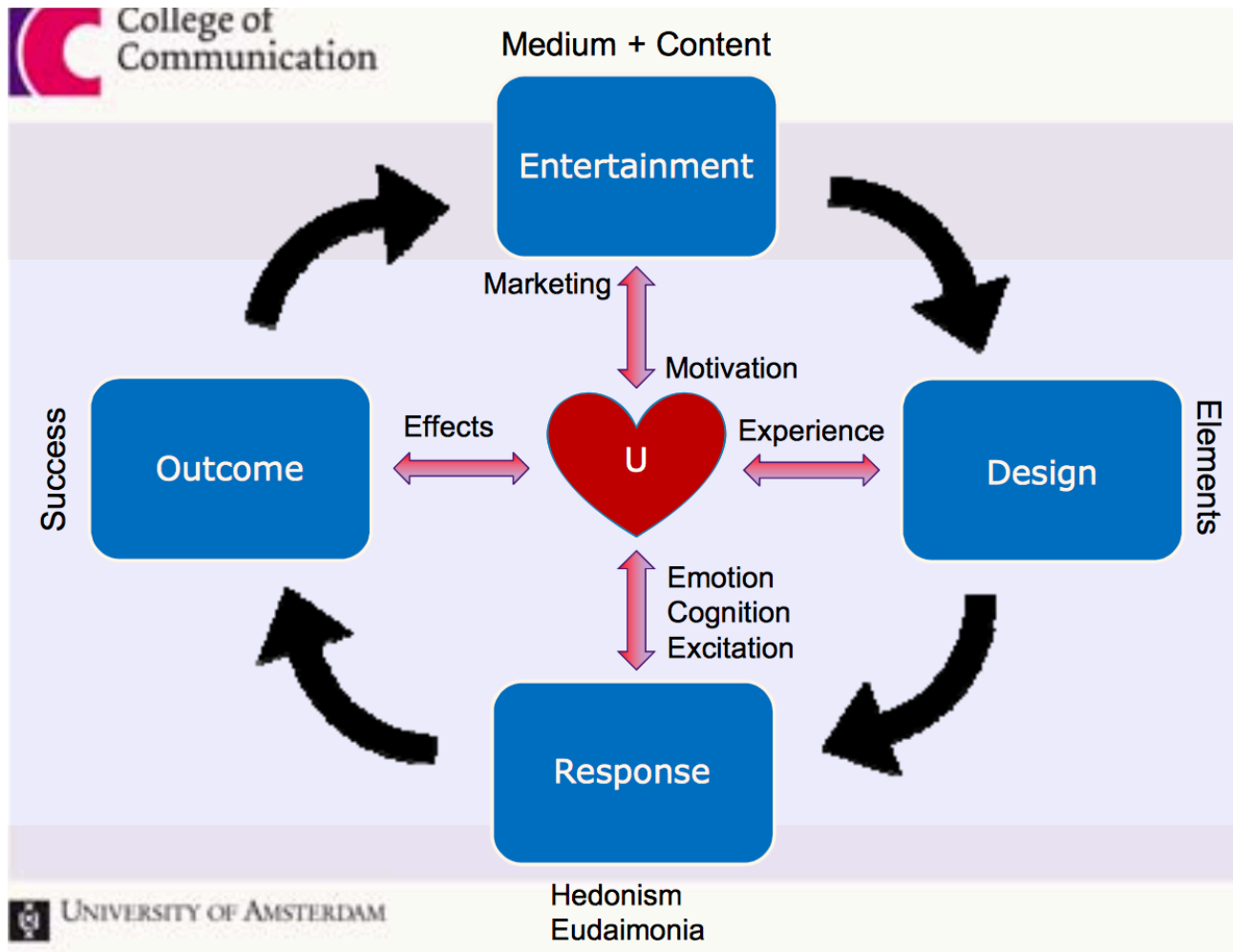
- Enjoyment is mediated voor de effecten. Alleen als je je enjoyment ervaart bij media heeft het effecten.

### DSMM (Valkenburg & Peter (2013)

- The three factors that predict children's media use (disposition, developmental level, and social environment)
- These three factors can also influence the effects that media have on knowledge, beliefs, attitudes, and behavior.
- Media effects are transactional, meaning that outcomes of media use also influence media use.

## The media entertainment cycle

- Aim is to create one model that accounts for the production, design, experience and effects of entertainment.



### ≡ USERS; in het hart van het model

#### Demografie

- Gender
- Leeftijd
- Inkomen
- Educatie
- Locatie
- Etniciteit

#### Aanleg (disposition)

- Psychologisch handelen
- Cognitieve capaciteiten
- Houding, waarden, geloof
- Mood, je staat.

#### Social

- Familie
- Vrienden
- Leeftijdgenoten
- Omgeving

## ≡ ENTERTAINMENT

### Audiovisueel medium

- Televisie
- Films
- Internet

### Content (message)

- Genre/type
- Subject
- Thema
- Setting

Beiden interactief en zowel online of offline

### Transmedia Storytelling

Elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified entertainment experience (Jenkins, 2011). AKA: Cross-Media Fertilization (Militz, 1998).

VB: startrack

### Entertainment media en jou

MARKETING = Entertainment is developed to create, keep and satisfy the customer.

- **Globalization** of entertainment: Meerdere culturen in films omdat het voor de hele wereld is. Iedereen houdt van explosies.
- **Localization** = The process of translating a(n entertainment) product into different languages or adapting a product for a specific country or region

MOTIVATIE= De wensen en behoeften van gebruikers leiden hun selectie van entertainment

### Personal control

- Escapism (Katz & Foulkes, 1962) (main motivation)
- Uses and Gratifications Theory (Palmgreen, Wenner, & Rosengren, 1985)
- Selective Exposure (Klapper, 1960)
- Mood Management (Zillmann, 1984) (hedonistisch)
- Self Determination Theory (Przybylski, Rigby, Ryan, 2010)

### Reduced control

- Media Habits (LaRose, 2010)
- Social Cognitive Theory (Bandura, 1986)
- Social Conformity (Asch, 1951):
- Nostalgia (Schindler, & Holbrook, 2003)
- Media Addictions (Griffiths, 2006)

### >verband entertainment en design

- **Entertainment** = The medium and content provide boundaries and/or guidelines for elements that are included in the design
- **Design** = Design is a combination of elements that form the language of entertainment and thereby communicate an experience to the audience
- The medium is the message (MCluhan)
- Framing (entman)

## ≡ DESIGN

Design elements are a combination of features that form the language of entertainment and thereby communicate an experience

### **Structuur**

- Cinematografie
- Editing
- Geluid
- Special effects
- Graphics

### **Narrative**

- conflict
- Plot
- Karakters
- Progressie

### **Willing suspension of Disbelief**

Justifies the use (and enjoyment) of fantastic or non- realistic elements in fiction. Suspension of disbelief is essential for engagement with any kind of fictional narrative (Schaper, 1978)

VB: draag die gummibeertje spuugt is niet meer realistisch.

### **Verisimilitude**

Articulating what it takes for one false theory to be closer to the truth than another false theory. Within entertainment; one fiction more believable than another fiction

### **Ervaren van het design**

The entertainment experience can be attributed to the interaction between characteristics of the user and the elements of the design.

### **Van jou naar het design**

- Engagement (Bandura, 2004)
- Absorption (Slater & Rouner, 2002)
- Transportation (Green & Brock, 2000)
- Presence (Witmer & Singer, 1998)

### **Van design naar jou**

- Immersion (Adams, 2004)
- Narrative Engagement (Moyer-Gusé, 2008)

### **Beiden**

- Flow

Narrative engagement

### **Parasocial Relationship**

A one-sided, interpersonal relationship in which the viewer/user knows and understands a media persona or character (Perse & Rubin, 1989).

### **Empathy**

Humans are naturally inclined to empathize with the emotions of protagonists (Cantor, 2004). Viewers hereby vicariously experience the emotions displayed by the protagonist. Empathy is considered a prerequisite for liking the protagonist and disliking the antagonist.



## Liking

Positive evaluation of a character, and some desire for a (hypothetical) friendship (Cohen, 2001)

## Identification

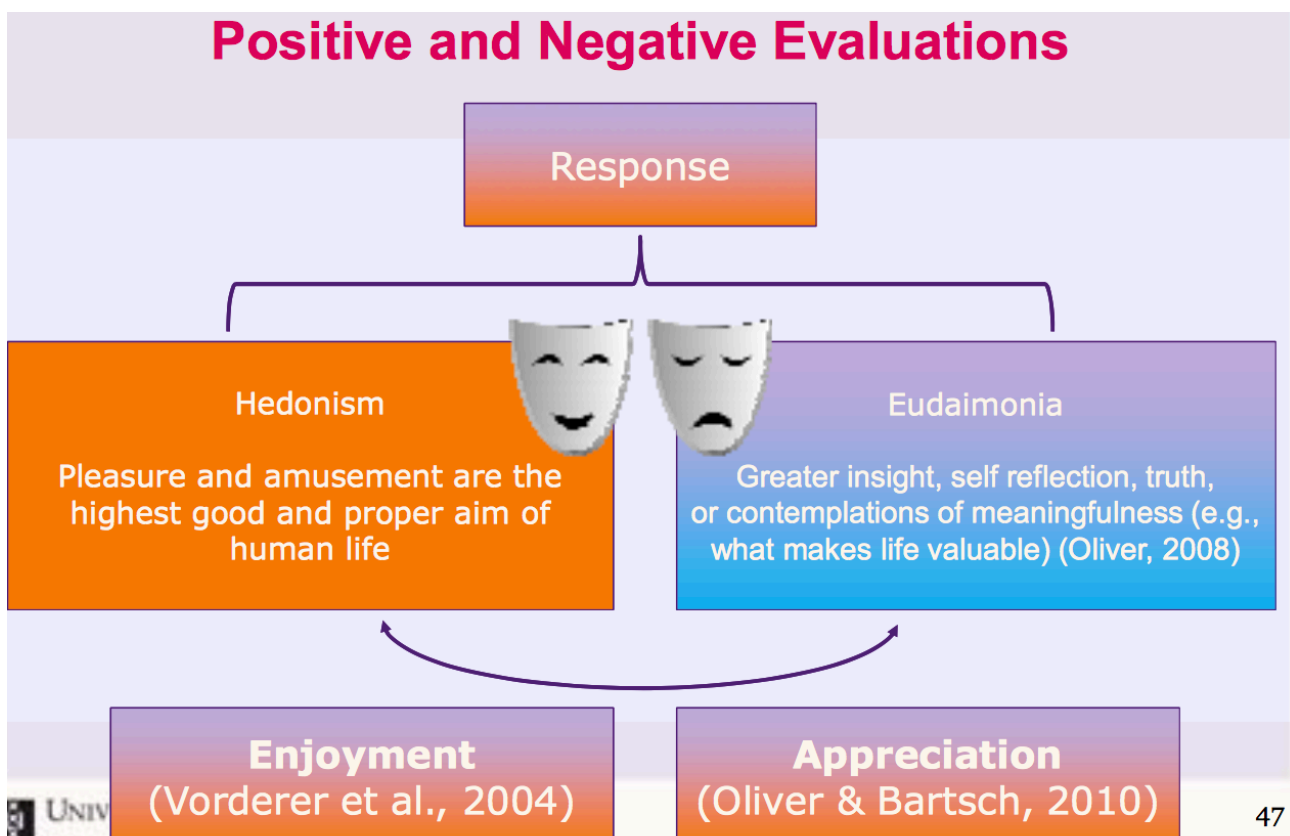
The viewer forgets about his or her own reality and temporarily becomes the character, taking on the character's perspective (Cohen, 2001). Similarly, wishful identification occurs when a viewer wants to be like the character, experiencing an active desire to emulate the figure (Giles, 2002). schietgame als werving voor het leger.

## RESPONS

- Respons = Response describes users' mental, emotional and physiological processes that occur from entertainment use
- Response describes users' mental, emotional and physiological processes that occur from entertainment use
- The user-variables have two roles: they act as predictors of media use and moderate users' responses (Valkenburg & Peter, 2013)
- **Desensitization** refers to the gradual reduction in emotional responsiveness to an arousal-eliciting stimulus as a function of repeated exposure (Carnagey, Anderson, & Bushman, 2007).

## De meest voorkomende respons = enjoyment

- Most communication researchers use the term enjoyment to describe and explain positive responses resulting from entertainment media and its contents (e.g., Miron, 2003; Raney & Bryant, 2002; Tamborini, 2003).
- Enjoyment also occurs when facing content designed to stimulate negative emotional states (de Wied et al., 1994; Oliver, 2008; Vorderer, 2003).



### >verband response en uitkomst

- The cumulative effects of individual responses (e.g., revenue, viewership, awards)

### Social learning theory, Albert Bandura

- 1977: Social learning theory: we imiteren wat we zien (bobodol)
- 1986: Social cognitive theory: Imitation of behavior is dependent on beliefs
  - Self-Efficacy
  - Outcome Expectations
  - Outcome Expectancies: wat is de kans dat

### ≡ UITKOMST

- The cumulative effect of individual responses
- Individual effect: long and short-term results of responses to specific entertainment content.

### Cultivatie theorie (gerbner)

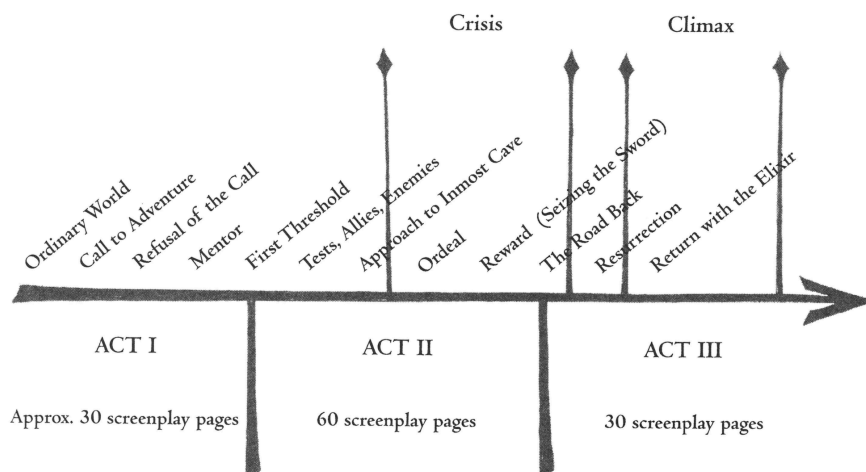
The more people watched non-fiction crime documentaries, and the local news, the more fearful they were of becoming a crime victim, the less confidence they had in the criminal justice system and the more they believed the crime rate was climbing (Jamieson & Romer, 2014)

### >verband uitkomst op entertainment

- Outcome influences the development or discontinuation of similar or subsequent entertainment (e.g., franchising, replication, sequelization).
- Als het succesvol is krijg je meer van hetzelfde. Denk aan James bond
- Mockbusters: imitaties van grote successen
- Steeds meer films gelinkt aan eerder materiaal (sprookjes, boeken etc.)

### DE HELD

- Joseph Campbell (1949) The hero with a thousand faces
- Monomyth: The Hero's Journey
- All great tales, myths and legends known to man across time, from all over the world, share the same structure
- A hero ventures forth from the world of common day into a region of supernatural wonder: fabulous forces are there encountered and a decisive victory is won: the hero comes back from this mysterious adventure with the power to bestow boons on his fellow man



## **Proloog**

Inleiding van de film. Bij Harry Potter bijvoorbeeld de avond dat Harry op de stoep bij de Dubbleys wordt gelegd. Achtergrondinformatie

### **1. Ordinary World- Akte 1**

Het normale leven van de held wordt neergezet. Dit hoeft voor ons niet per definitie normaal te zijn, maar voor de held is dit de alledaagse wereld die hij kent. Saai en bekend

### **2. Call to adventure – akte 1**

Op dit punt in de film wordt het dagelijks leven van de held niet meer voortgezet. Er gebeurt iets waardoor dit normale bestaan verandert. Het maakt daarmee ook het doel van de held bekend. Een spannende gebeurtenis. HP: uitnodiging voor Hogwarts.

### **3. Refusal of the call– akte 1**

De held wilt op dit nog niet beginnen aan het avontuur. Iets knaagt, iets twijfelt of iets houdt hem tegen. Het avontuur is gevaarlijk. Ook kan het voorkomen dat een externe factor ervoor zorgt dat de hoofdpersonage nog niet begint aan het avontuur. Kleine twijfel. HP: oom die hem tegenhoudt.

### **4. The mentor– akte 1**

Vaak is het zo dat de hoofdpersoon, de held, in een film een mentor heeft die hem of haar steun en bescherming biedt. Dit hoeft niet per definitie een persoon te zijn, maar vaak is dit wel het geval. HP: Hagrid.

### **5. The first threshold – akte 1**

Dit is het punt waar de held de bekende wereld achterlaat en de nieuwe, onbekende eventueel gevaarlijke wereld in trekt. Dit kan een fysieke grens zijn, maar dat hoeft niet altijd het geval te zijn. HP: platform 9 3/4

### **6. Tests, allies and enemies– akte 2**

De held ontmoet in dit deel van de film nieuwe vrienden, wordt blootgesteld aan vijanden en wordt getest om hem zo voor te bereiden op de climax. De eerste scene is vaak een groot contrast met de bekende wereld. Zo kan het magisch of juist gevaarlijk zijn. HP: Ron en Hermelien, de trol, de mach

### **7. The approach to the inmost cave– akte 2**

In dit deel komt de held dicht bij de kern van het verhaal/opdracht. Het vormt dan ook vaak het middelste punt in het verhaal. Het meest gevaarlijke plek in de avontuurlijke wereld. Het vormt een enge nieuwe situatie die is gerelateerd aan de essentie van het verhaal. HP: de drie honden, het donkere woud. Romantische comedies: een van de twee wilt trouwen, wel niet. Gevaarlijke nieuwe situatie waar het naartoe beweegt.

### **8. The ordeal (crisis) – akte 2**

De essentie van de tocht maar dat beseft de held nog niet. Maar hij leeft er wel van. In films is dit punt vaak het moment tussen leven of dood. De hoofdpersoon wordt door dit moment verandert. Romantische comedy: het was een weddenschap de liefde.

### **9. Reward - seizing the sword – akte 2**

De held realiseert zich op dit punt van de film iets. Er is sprake van een nieuwe ontdekking of een moment van besef. HP: Voldemort wil de steen.

### **10. The road back to the quest – akte 3**

Dit punt vormt het begin van akte 3. Vaak wordt de hoofdpersonage tijdens deze laatste tocht achtervolgt door de slechte krachten. Door de test kan de held dit doorstaan. De stijf in de kelder. De laatste confrontatie.

### **11. Resurrection (Apotheosis, climax) – akte 3**

Op dit punt van de film wordt de held de daadwerkelijke held. Het vormt de climax van de film. Dit kan de laatste meest gevaarlijke confrontatie zijn met de vijand. HP: de confrontatie met Voldemort.

### **12. Return with the elixer – akte 3**

De reden waarom de held het avontuur aan ging, wordt in dit laatste punt beschreven. De prijs wordt uitgereikt. Dit kan liefde, vriendschap of iets anders zijn.

WERKGROEP

### **Psychological Profiling**

- Psychologisch profileren is an effectieve manier van digitale massa beïnvloeding (Matza, Kosinskib, Navec, & Stillwelld, 2017).
- Deelnemers toonden positievere attitudes en sterkere aankoopintenties als de marketingboodschap was toegespitst op hun persoonlijkheid (Hirsh, Kang, Bodenhausen, 2012)

### Films

- Beweegende beelden, 24fps ervaren we als film.
- Wagon Wheel effect: het idee dat het wiel achteruit gaat draaien. Bepaalde snelheid waardoor je denkt dat de beelden de andere kant op draait
- Bij meer dan 24 fps → 48 = motion blurr → nu verdwenen. Kritiek: filmische is verdwenen. En motion blur werkt ook niet in 3D.

### Bewegende foto's

- Paard voorbeeld: benen van de grond. → eerste film?
- Pas met gloeilamp projecteren.
- oudste film: Roundhay Garden Scene

Projectors → toverlantaarn

Kinetoscope → Edison → de nies, de zoen

### Cinema

- Gebreeders lumiere → eerste bioscoopervaring → trein voorbeeld

### Georges Melies

- *Superimposition* (matte) = de beelden kunnen liegen. Bedekken van de camera waardoor je kan monteren.
- *Time-lapse*
- *Dissolve* (*cross-fade*) twee beelden die in elkaar overvloeien.
- Bekend van *le voyage dans la lune* 1902

### Edwin Porter

- Video is geen theatervoorstelling dus experimenteren met camerabewegingen
- Scene bestaat uit **shots**
- **Cross-cutting** (parralelmontage) = twee locaties aan elkaar te koppelen terwijl het niet geografie bij elkaar is. Het gevoel dat het op hetzelfde moment gebeurt.
- **On location shooting**
- **Camerabeweging** (pan)
- VB: a beast at bay; breekt de 180 graden regel; continuïteit klopt niet.

### DW Griffith (1875 - 1948)

- Establishing shot (long shot, panoramic shot)
- Close-up
- Deep Focus
- Tracks (dolly)
- Beroemd door Feature movie. een uur een een kwartier.
  - Frame > shot > scene > sequence > feature film.
- Reverse Angle
- Wipe's
- Flashbacks
- Line of Action: 180 graden

## Waarom Hollywood?

- Eerste Wereldoorlog (Amerika deed niet mee)
- Goed weer (veel zon); zon nodig om te kunnen filmen.
- Goedkoop (Belastingen laag, Land, goedkope Mexicanen)
- Diversiteit in landschap; woestijn, steden, zee, bos
- Weg van de 'beschaafde' wereld; sneller weggelopen met shit waar patent op stond.

## Studiosysteem - filmindustrie

"the American cinema, is a classical art, not only the talent of this or that filmmaker, but the genius of the system"

- Formulefilms; je wist wat je kon verwachten
- Afkeer van high culture (film = popular culture)
- Specialisatie van filmbanen: grip, focuspuller, dolleman etc.
- Massale publiciteit en advertising
- Star system - typecasting
- Controle van - samenwerking met - de pers

## Proces

Productiemaatschappij —> distributeur —> exhibitie (netflix, bioscopen)  
(Production, distribution, exhibition)

## Stop motion animation

- illusie van beweging door losse foto's achter elkaar te zetten.

## Duitsland

- Expressionisme: de eerlijke wereld laten zien
- Mise en scene: alles zien. Theater/kunstvorm maar geen commercieel succes
- Das cabinet

## Spanje

- Surrealisme
- Erg veel met symbolen werken.

## Rusland jaren 20

- Sergei Eisenstein
- Strike
- Battleship Potemkin
- Idee van symboliek: Kuleshow effect. Hij toonde aan dat je dmv montage emotie kan creëren. Niet uit het acteerwerk maar de volgorde van shots.

## Pudovkin(rusland): montagetechnieken

1. **Contrast** = twee contrasterende ideeën in beeld combineren tot maximaal effect om daarmee sterk contact aan te tonen. VB: Godfather.
2. **Parallellisme** = vorm van beelden laten terugkomen om een overgang aan te geven. VB hoed Indiana Jones, Me myself and I
3. **Symboliek** = vlaggen, teken, gezegden VB les miserabel

4. **Simultaneity** = eigenlijk parallel-montage. Twee gebeurtenissen die op verschillend plaatsen plaatsvinden versnijden met elkaar.
5. **Leitmotief** = terugkerend element wat wordt geassocieerd met idee, persoon of plaats VB: Jaws (muziek en 1st person shot elke keer als haai komt)

### **Gouden jaren Hollywood 1927 - 1941**

- 1927 The Jazz Singer
- "Wait a minute, wait a minute, you ain't heard nothin' yet"
- **Diegetisch** = binnen de film; bijv gesproken teksten.
- **Non-diegetisch** = soundtracks
- strenge regels in Hollywood. leidde tot creatieve tijd omdat mensen creatief werden om toch aan die regels te voldoen.

### **Golden age of 'hollywood**

- The Studio Era - fortification and extension of the studio system that had emerged. Specialization of labor.
- Enormous concentration of talent and economic resources dedicated to the production of film in the Los Angeles region. Economies of scale (Scott 2002).
- Mass production, mass market appeal (500 films per year) (Van Elteren 2003).
- 1938: 65% of the US population went to the movies weekly (Cook, 1996)

### **Glamorous Optimistic Escapism**

- High production value
- Sequels, serials
- Melodramas, Westerns, Avonturenfilms (indianen mocht je wel doodschieten)
- MGM – 'More stars than there are in heaven'

### **Walt Disney**

- Eerste 'animated feature': Snow White and the Seven Dwarfs (1937).
- Succes vanwege kleur en geluid

### **Propaganda**

- Hitler van onder filmen
- Amerikanen deden ook aan propaganda

### **Tweede wereld oorlog**

- Low budget (B-films): geen geld vanwege oorlog.
- Fatalisme
- Femme fatale: bedriegende vrouw
- Hard-Boiled detective romans
- Expressionisme (belichting): Duitse regisseurs vertrokken naar Hollywood als vlucht
- Voice Over
- Flashbacks

## TV

Television is the source of the most broadly-shared images and messages in history. It is the mainstream of the common symbolic environment into which our children are born and in which we all live out our lives

- Films van studios verkopen aan tv
- Nam het over van film
- Jaren zestig wilde mensen geen gelekte Hollywood films meer zien. Sex drug en rock en Rolle

### Jaren zestig

- A plot is the cause-and-effect relationship between events in a story. 'The king died and then the queen died,' is a story. 'The king died, and then the queen died of grief,' is a plot (Forster, 1927).
- Sreenivasan (2014) kwantitatief onderzoek naar de meestvoorkomende woorden in de plotbeschrijvingen van 21583 films op IMDB.

### Planting - Foreshadowing

Chekhov's gun (1911)

If you say in the first chapter that there is a rifle hanging on the wall, in the second or third chapter it absolutely must go off. If it's not going to be fired, it shouldn't be hanging there

### Plot Devices

- **MacGuffin** is a plot device in the form of some goal, desired object, or other motivator that the protagonist is willing to do and sacrifice almost anything to pursue, often with little or no narrative explanation as to why it is considered so desirable.
- NL: een doel wat het verhaal aanjaagt wat verder niet heel duidelijk of interessant is. iets wat het verhaal aanjaagt zonder dat het duidelijk is wat het doel ervan is.
- **Red herring** is a clue to the plot which is intentionally or unintentionally misleading
- NL: misleidende aanwijzing zodat je o Phet verkeerde been wordt gezet.
- **Deus ex machina** is a plot device whereby a seemingly unsolvable problem is suddenly and abruptly solved with the contrived and unexpected intervention of some new event, character, ability, or object.
- NL: Voor de schrijver voor conflict de hand van god die het komt oplossen. Niet per se God maar een hogere macht

### Sir Alfred Hitchcock

- Nog wel binnen studiosysteem. Maar binnen regels toch goed kunnen weergeven.
- Master of suspense

### WAT IS SUSPENSE?

- Suspense is defined as 'audience members acute, fearful apprehension about deplorable events that threaten liked protagonists' (Zillmann, 1996).
- NL: reactie van publiek dat wij verwachten dat er iets slechts gaat gebeuren met hoofdrolspeler.
- Suspense arouses fear in audience members about potentially disturbing outcomes (Mikos, 1996).



- Hitchcock (AFI, 1970) 'Mystery is an intellectual process, where information is withheld from the audience. Suspense is an emotional process, where information is withheld only from the characters'
- NL: personages weten dingen niet en wij wel en dat is spannend.

### **Hoe ontstaat suspense**

Het moet volgens Lehne & Koelsch (2015) die elementen bevatten.

#### **1. Instability and Uncertainty**

An event which could lead to significant, likely negative, consequences for one of the liked characters in the narrative. Evenement die kan gebeuren tot negatieve gebeurtenis voor het personage.

#### **2. Anticipation**

As the event unfolds, actions are constantly evaluated against anticipated predictions.

#### **3. Temporal Aspects**

Temporal distance between the initiating event that created the tension and the moment in which the event is resolved. Tussen uitkomst en begin van actie elementen; moet je zo lang mogelijk maken. Hierdoor kan je veel spanning creëren. VB: bom en James bond.

—> heet de maken met metacognitie.

### **Time suspense and enjoyment**

- Emotional arousal and valence lead to time distortion and subjective enjoyment (Droit-Volet & Meck, 2007).
- Cognitive absorption: focused immersion, heightened enjoyment, control, and curiosity lead to temporal dissociation (Agarwal & Karahanna, 2000)

### **Having fun when time flies (sacket)**

- De dag is voorbij gevolgen' = het was een leuke dag
- Experiment – drie groepen hetzelfde filmpje (10 minuten)
- Eerste groep werd verteld dat het filmpje 12 minuten duurde
- Tweede groep werd verteld dat het 10 minuten duurde
- Derde groep werd verteld dat het 8 minuten duurde
- Groep 1 vond het filmpje het leukst
- Metacognitie = time flies when you're having fun; because time flew by, we had fun.

### **Jaren 70**

- Opkomst Disaster Movies | Airport (1970), Earthquake (1974), Towering Inferno (1974)
- New Hollywood (American New Wave) | Spielberg, Lucas, Coppola, Scorsese, De Palma
- Hollywood: Lagere output, concentratie op 'blockbusters'
- Focus: merchandise, tie-ins

### **Jaren 80**

- Hollywood studio's worden multinationale conglomeraten
- Multiplex-bioscopen (nog grotere schermen + surround sound)
- Movie franchises (sequels = success) (Simonoff, 2006)
- Opkomst van video (VHS >1976) —> porno weg in bios, maar verhuur stijgt., films draaide korter in bios

## Jaren 90

- Zwarte cinema
- Filmproductie: Direct to video/TV
- DVD - Special Editions/Director's Cuts • Internet: opkomst piracy

## 3D

- niet effectiever in voor opwekken van emotie

## Hollywood

- American market for foreign productions has been described as 'impenetrable and unattainable' (Brunet and Gornostaeva 2006, p. 61).
- India produces more films than any other country, but it exports relatively few films. Their films obtain a higher share of their national market than any other country, with the exception of Iran.
- Hollywood studios only invest in trusted formulas rather than gamble on innovation. Focus on 1 or 2 **tentpoles** each year. Zelfde formule.
- Spreading your resources over a greater number of properties is likely to be more risky' (Elberese, 2013)

## Jaws effect

The Jaws Effect is the way in which political actors use fictional representations in film as the basis for explaining real-life

- Three elements of the Jaws Effect:
  1. Intentionality of the shark
  2. Shark attacks are fatal
  3. Killing sharks solves the problem

## ≡ WERKGROEP

### McGurk Effect

We horen wat we zien. Dit hoort bij.

### Visual Capture

Je zicht beïnvloedt de andere perceptie. Roodgekleurd water smaakt wellicht lekkerder dan blauw gekleurd water.

### Narrative Engagement

- Onze motivatie wordt beïnvloedt door de voorspelbaarheid van de hero's journey. Kijkers willen het voorspelbare pad dat de held doorloopt, omdat ze daardoor de emotionele gratificatie kunnen ervaren die ze zoeken (U&G).
- Zillmann (1996) suggereert dat kijkers tijdens het verhaal graag intense opwindning en angst (approach to the inmost cave) en emotionele stress (ordeal) doorstaan, omdat ze verwachten dat er uiteindelijk een belonging zal volgen (resurrection; return with the elixer).

## FILMS

### 1. Continuïteit

Continuïteit is een proces binnen het maken van films, waarbij specifieke shots in een bepaalde volgorde worden getoond waardoor een consistentie van tijd en locatie ontstaat.

- **180 degree rule:** Personages moeten binnen een scene altijd dezelfde links/rechts relatie houden tot de kijker.
- **Match on action:** Een ononderbroken fysieke handeling binnen een edit. De 'actie' is doorgaans het moment waarop gesneden wordt.
- **Eyeline Match:** Kijkers willen zien waarnaar het personage off screen naar kijkt. Een eyeline match begint met een personage dat dat kijkt naar iets buiten het scherm, gevolgd door een shot van hetgene waarnaar het personage kijkt.

### 2. Zoom of Dolly

- **Zoom(ing)** Zoomen naar een langere (brandpunt)afstand, geeft een 'zoom in' effect: het gefilmde object zal groter lijken en er zullen minder objecten zichtbaar zijn op film. Andersom kan je ook naar een kortere (brandpunt)afstand zoomen, wat een 'zoom out' effect geeft. Het object zal krimpen en meer objecten zullen in het zicht komen.
- **Dolly** refereert naar een camera actie waarbij de camera naar een object/subject toebeweegt of er van weg beweegt. Dit wordt meestal gedaan door middel van een losstaande dolly (ook wel vertigoshot)

### 3. Allusionism

- Bordwell (Beyond the Blockbuster, 2006) beschrijft allusionism:
- Moments when film theory or methodology suddenly turn up in the film itself, displaying traditional patterns of narrative and style, but adding a playful knowingness. The film asks viewers to appreciate its masterful use of traditional "codes"
- This started in the eighties when a new generation of filmmakers who addressed each other and a newly hip audience by 'citing' classic films.

### 4. Geluid

- **Diegetisch geluid** is het geluid dat voortkomt uit het verhaal en de acties die kijkers op dat moment zien. Het is geluid dat komt vanuit de filmwereld zelf (inclusief off- screen geluiden).
- Continuïteit in diegetisch geluid (straatgeluiden, bargeluiden) helpen bij de ervaring van de beelden als continue.
- Ook **non-diegetisch geluid** (muziek, soundtrack) kan eveneens montage verbloemen en het gevoel van continuïteit vergroten.

### Wat zijn videogames?

- Spel vindt plaats binnen een magische cirkel: Een tijdelijke wereld binnen de werkelijke wereld, bestemd voor het uitvoeren van handelingen waarbij speciale regels gelden (Huizinga, 1955).
- Gaming is een gestructureerde vorm van spel met kwantificeerbare win- en verliescondities.
- Games kunnen beschouwd worden als een uitgebreide familie. Sommige familieleden tonen sterke overeenkomsten en anderen slechts zeer zwakke (Wittgenstein, 1958).
- **Electronic-, Digital-, Computer-, or Video Games**  
Een videogame (of video game) is een elektronisch spel waarbij er sprake is van interactie en visuele feedback door middel van een video display.

### Serious Games = niet het doel om te entertainen

1. “[any] **computerized game whose chief mission is not entertainment** [including] entertainment games which can be reapplied to a different mission other than entertainment” (Sawyer, 2004)
2. **“games that do not have entertainment, enjoyment, or fun as their primary purpose”** .... this is not to say that serious games are not entertaining, enjoyable, or fun, ..... (Michael & Chen, 2006)
3. **“a mental contest**, [played with a computer] in accordance with specific rules, that **uses entertainment** to further government or corporate training, education, health, public policy, and strategic communication objectives.” (Zyda, 2005)

Bijvoorbeeld om:

#### 1. Bewustzijn creëren

Doel: werkelijke problemen aankaarten door games  
Communiceren van opinies en standpunten

#### 2. Edutainment

Doel: educatie en leerprocessen  
Vaak voor kinderen, maar niet uitsluitend

#### 3. Gezondheidszorg

Doel: psychotherapie, cognitieve training, emotionele training, oefening (exergaming),  
behandelingstrouw  
Voor patiënten, doctoren en familieleden

#### 4. Advergames (meest succesvolle recruitment tool)

Doel: het integreren van adverteren en gaming, met als doel om producten zaken of diensten te promoten

Meest succesvolle games = one person shooter games & action games.

Grootste markt = Azië

Grootste spelers binnen de markt = nintendo, EA, Apple (games van App Store) Activision

Blizzard, Playstation, Xbox, King, supercell. PDP

### Geschiedenis videogames

- The first electronic game (William Higinbotham, 1958); tennis for two
- The first computer game (Steve Russel, 1962); raketspel
- The first video game (Ralph Baer, 1972); blokjes tegen elkaar;

- The First Arcade Games; PONG —> steeds sneller het balkje verschuiven waardoor spanning
  - Atari 2600 (1977)
  - Space Invaders (1978) (top 10 lijst met; vergelijking)
  - PacMan (1980), Atari versie slecht, bij IT uiteindelijk failliet in 1982
  - Nintendo: Donkey Kong (1981); meerdere levels
  - Super Mario Bros NES (1985); powerups, manieren voor extra levens, eatereggs
  - Legend of Zelda (1987); je kon gaan waar je wil
  - PlayStation
  - Pokemon; zowel game als films

### **Gebruikers van games**

- 60% man, 40% vrouw
- Als vrouwen spelen, spelen ze minder lang.

## **≡ WAAROM SPELEN MANNEN MEER GAMES EN VROUWEN MINDER?**

### **1. Evolutionaire psychologie:**

Mannen jagen vrouwen verzorgen. Ook doden in games

### **2. Socialisatie theorieën:**

Verwachtingen van vrouwen is dat ze andere dingen doen. Games met blote vrouwen aangeprezen voor mannen.

### **3. Skills en kwaliteiten:**

Mannen beter in games dmv ballistiek; hand oog coördinatie.

- Meerdere experimenten hebben aangetoond dat mannen beter zijn in videogames dan vrouwen, ook in Pong . Ook als daarbij werd gecontroleerd voor ervaring met games en comeptitiedrang (Brown et al., 1997)

### **4. Identificatie:**

Meer mannelijke helden waardoor je je als man beter kan identificeren.

- Vrouwelijke personages worden geobjectificeerd en zijn gemarginaliseerd. Vrouwen zijn doorgaans de niet-speelbare dame in nood (Cassell & Jenkins, 1998).
- Mannelijke personages worden doorgaans sterk en gespierd weergegeven (Dill & Thill, 2007).
- De invloed van gamepersonages op de pleziërsbeleving wordt bepaald door de mate van identificatie met deze personages (Klimmt, Hefner, Vorderer, Roth & Blake, 2010).

### **5. Sexualisering**

Vrouwen altijd geportretteerd met billen borsten en sexy. Mannen juist altijd harnas.

#### ***Effecten***

- Lagere inschatting van de cognitieve vaardigheden van vrouwen
- Identificatie met geseksualiseerde personages in videogames kan onze perceptie van werkelijke genderrollen beïnvloeden (Behm-Morawitz & Mastro 2009)
- Volgens de cultivatietheorie zal langetermijnblootstelling aan media onze perceptie van de sociale werkelijkheid aantasten, waardoor deze meer zal gaan lijken op de representaties in de media. Hierdoor zullen vervolgens onze gedachten en attitudes beïnvloed worden.
- 3-jaar lange longitudinale studie in Duitsland (N = 824), Breuer, Kowert, Festl & Quandt, 2015

- Metingen van seksisme (traditionele genderrollen) bleek niet gerelateerd aan de tijdsbesteding aan games of specifieke gamegenres. Ook geen verschil tussen mannen en vrouwen.

## 6. Programmeurs

Er zijn meer mannelijke programmeurs.

## SELF DETERMINATION THEORY

### Competence – Voortdurend gevoel van vaardigheid

Op de vaardigheid van de speler toegepaste uitdagingen en positieve feedback zijn essentieel voor de behoeftevoorziening van competentie (Ryan & Deci, 2000).

### Autonomy – Voortdurend gevoel van keuzevrijheid

Autonomie wordt versterkt door game design dat een speler flexibiliteit biedt binnen de bewegingsmogelijkheden, strategieën en keuzes in de taken en doelen (Ryan & Deci, 2000).

### Relatedness – gevoel van gemeenschap en kameraadschap

Verbondenheid wordt ervaren wanneer een speler zich verbonden voelt met anderen. Dit kan een computergestuurd personage zijn, maar doorgaans betreft het interactie met andere spelers (Ryan & Deci, 2000).

Drie motivaties ervaar je aan de hand van het affect dat ze op je hebben:

**MDA FRAMEWORK =** Mechanics > Dynamics > Affect

### Mechanics

- Bepalen de acties die een speler kan uitvoeren
- Bepalen de effecten van de acties op de gamewereld

### Dynamics

- De interactie van een speler met de mechanics
- Combinatie van dynamics biedt de spelervaring

### Affect

- De emotionele positieve reactie die voortkomt uit de spelervaring
- Competence – Autonomy - Relatedness

VB Competentie: Candy crush

M = snoepjes die je kan bewegen

D = Effectief doen dan krijg je positieve feedback (sweet)

A = verhoogt gevoel van competentie

Candy crush voegt kaart toe → progressie > daarom succes.

VB Competentie: Clash royale

M = Toren van tegenstander die je moet aanvallen

D = Vernietig? Krijg je feedback

A = Gevoel van competentie verhoog

### VB Autonomie: Pokemon

- Je kan allemaal keuzes maken in welke Pokemons je gebruikt
- Intransitive relaties met asymmetrische balans
- Transitiviteit kun je tegengaan door asymmetrische balans
- Een sterk gevoel van autonomie wordt ervaren als er meerdere strategieën zijn (die een reeks aan speelstijlen ondersteunen).

### VB Relatedness: War of Warcraft

- Samenwerken binnen het team; groepen creëren, vriendschap creëren.
- Bar voorbeeld mensen zien.

Als bovenstaande allemaal goed gaat krijg je flow.

### **FLOW**

- Flow (Csíkszentmihályi, 1992) is een staat van bewustzijn waarin een persoon volledig is opgegaan in een activiteit. Deze ervaart daarbij een gevoel van energieke focus, toewijding en pleziërsbeleving.
- Om Flow te ervaren in games moeten de uitdagingen afgestemd zijn op de vaardigheden van de speler (Chumbley & Griffiths, 2006).
- Gameflow (Falstein, 2004): Uitdaging wordt voortdurend afgestemd op de ontwikkelende vaardigheden van de speler (Chumbley & Griffiths, 2006).

Uitdagingen om spelers te triggeren:

#### **Positieve feedback loop**

- Vergroot het verschil (snowballing). hoe meer je uitloopt, hoe slechter het gaat
- Moeilijker voor verliezers om te herstellen
- Beloont succes
- Vermindert onzekerheid

#### **Negatieve feedback loop**

- Vermindert het verschil (catch-up, rubber banding); als je voorop ligt ga je net iets minder hard.
- Moedigt herstel van de verliezer
- Moeilijker om een winnaar te krijgen

#### **Organic learning**

Je leert terwijl je speelt zonder dat je echt spelregels krijgt van tevoren.

Kishotenketsu veel in designs

- Ki (起): Topic introduction
- Shō (承): Follows from the introduction
- Ten (轉): Twist or new topic
- Ketsu (結): Brings story to its conclusion

VB: super Mario

- Introduce: platformen die van rood naar blauw gaan; flippen.
- Develop: veiligheidsnet weggehaald
- Twist: Bumber, nieuw element
- Conclude: geleerd van wat je moet doen kan je de vlaggenmast bereiken

VB: Zelda

- Introduce: boomerang
- Develop: Je leert gooien
- Twist: Vijanden met schild.
- Conclude: Om het schild heemgooien in eindlevel

## **EFFECTEN VAN GAMES**

- Spel in het algemeen helpt kinderen bij het ontwikkelen van menselijke interactie en het controleren van hun emoties (Ohler, 2006).
- Verbetering van visuele perceptie: doelen volgen, verandering vaststellen, reactietijden en verbeterde trefzekerheid (Dye, Green & Bavelier, 2009).
- Ervaring met games bleek niet gerelateerd aan reactietijden-taken en visuele perceptie-taken (Richardson, Powers, Bousquet, 2011)
- **Cognitieve effecten van games:** Educatieve games (Connolly et al., 2012)
  - Inhoud draagt bij aan kennis
  - Verhoogde motivatie en betrokkenheid (Egenfeldt-Nielsen et al.,
  - Game **Transfer** Phenomena (Spence, 1993) (aka: Tetris Effect): elementen uit videogames zie je terugkeren in de werkelijkheid.

## **MOBILE GAMING**

- Mobile gaming wordt gekenmerkt door korte aandachtsmomenten. Korte spelletjes van maximaal vijf minuten per keer.
- Deze 'casual games' zijn het voornaamste genre op smartphones en 'casual gamers', zijn een essentieel marktsegment binnen de game industrie (Richardson, 2011).
- Begon met snake, Angry birds, Candy Crush —> zijn allemaal

## **FREEMIUM GAMES**

- De distributie van gratis samples is een veelvoorkomend en belangrijk promotiemiddel voor talloze producten (Schultz et al. 1998).
- Freemium games hebben geen vastgesteld einddoel en kunnen daardoor potentieel eindeloos gespeeld worden.
- Freemium games bevatten commerciële strategieën die voornamelijk betrekking hebben op de relatie tussen tijd en geld. Doorgaans wordt geld verdient aan het ongeduld van de speler.
- Ze zijn onderdeel van de marketingpsychologie en omvatten uitgebreide economische en psychologische strategieën (Evans, 2016).

## **MICROTRANSACTION**

- Een essentieel onderdeel van de het verdienmodel van deze games is de interactie met externe, werkelijke economische structuren.
- Freemium games bieden de mogelijkheid om in-game geld aan te schaffen tegen betaling van werkelijk geld.
- De in-game munteenheid (coins, gold, gems etc.) wordt ook (spaarzaam) verzameld door de dynamics van het spel.



## Artificiele schaarsheid

Producten die in mindere mate beschikbaar zijn, of moeilijk verkrijgbaar zijn, zijn aantrekkelijker dan producten die veelvoorkomend zijn (Worchel et al., 1975). Koekjes experiment > pot met minste koekjes.

## Suspension of Judgement

- Is een structurele eigenschap van gokken, waarbij de monetaire waarde wordt verstoord, wat gokgedrag in de hand werkt (Griffiths, 1995).
- Door echt geld te om te zetten in een virtuele representatie van geld, wordt de veronderstelde waarde van geld gereduceerd en wordt het makkelijker om uit te geven. Niet een op een terug te rekenen.

## Resources loop

Je verliest, moet of wachten of koopt nieuwe levens.

## PACING

**Pacing:** De voortgang gaat aanvankelijk snel, waardoor de investeringsperceptie wordt opgebouwd. Als er eenmaal geïnvesteerd is, gaat de voortgang langzamer en wordt het spel moeilijker.

**Endowed Progress:** (gezegende voortgang). Als mensen in het begin een gevoel ervaren van voortgang naar een ver gelegen doel, zullen ze daar makkelijker en langer mee doorgaan en meer hun best doen vergeleken met mensen die een even moeilijk (of makkelijk) doel hebben, maar geen zetje hebben gekregen in het begin (Nunes & Dreze, 2006). VB: koffiekaart

## HEDONIC ADAPTIATION

- Als we leuke nieuwe dingen ervaren (mooi liedje, heerlijk eten, spannende nieuwe serie) willen we daarmee doorgaan. **Hedonic adaptation** (pleziersafstemming) refereert naar het feit dat we wennen aan leuke dingen, waardoor deze na verloop van tijd lang niet meer zo plezierig zijn als aanvankelijk (Nelson & Meyvis, 2009).
- Spelers willen leuke spelervaringen voortzetten (uitspelen), maar Freemium games dwingen de speler om dat gedrag uit te stellen (bijvoorbeeld door het implementeren van timers) (Hamari et al., 2016).
- Hoewel we willen bingen, kan dat niet (tenzij je betaalt). Deze afgedwongen onthouding versterkt de langetermijn aantrekkelijkheid van het spel

## Operant Conditioneren (skinner, 1930)

Rat + cocaine voorbeeld. Beloning patroonloos —> rat ging als een gek op dat pedaaltje drukken —> verslaving. BEHAVIOR > REWARD > DOPAMINE > BEHAVIOR.

Eens in de zoveel tijd belonen in de games. de **Random reinforcement**

## Post-purchase reinforcement

- Je voelt je goed nadat je iets hebt aangekocht. Potje nadat je die aankoop heb gedaan wordt je gematcht waarmee je dat wapen juist heel goed kan gebruiken.

## Klassiek conditioneren (pavlov, 1927)

- Bepaald neutrale stimulus die geen waarde heeft, maar daar ga je waarde aan hechten. VB hond, maar ook de bel bij de draak in de GrinGotts HP
- Groene knop is steeds positief starten, beginnen etc, uiteindelijk wordt groene knop kopen.

### **Psychological Reactance (Shin & Ariely, 2004)**

- Keuzevrijheid verliezen is heel vervelend.
- Psychologische weerstand: Een negatieve reactie als gevolg van reguleringsmaatregelen die ons gevoel van autonomie en keuzevrijheid inperken
- "you'll never see this again"

### **Social comparison Theory (Festinger, 1954)**

- The Frog-pond effect (Davis, 1996) beschrijft hoe individuen zichzelf beoordelen op basis van vergelijkingen met anderen in hun groep. Individuen zullen zich negatiever beoordelen als ze zich bevinden in een groep met beter presterende anderen.
- Freemium games bieden talloze manieren om de rangschikking op te delen zodat spelers zich altijd binnen een bepaalde groep bij de top bevinden. Dit verhoogt het zelfbeeld en versterkt de betrokkenheid van spelers.

**SOCIAL CONFORMITY:** conformeren aan groepsnorm

### **Benign Envy – onschuldige jaloezie**

Als een doel dat bereikt is door anderen relatief makkelijk te bereiken is, zullen gevoelens van jaloezie ons motiveren om het gat met onze tegenspoelers te dichtten (van de Ven, Zeelenberg & Pieters, 2011). Aansporen om eventuele achterstand goed te maken.

### **Reciprocity - wederkerigheid**

Inzamelingsacties bleken 35% succesvoller als ze gratis retour postzegels bijvoegden bij ieder post-verzoek (Cialdini, 2001). Wederkerigheid bleek zelfs sterker dan waardering. Als je iets krijgt wil je iets terugdoen.

### **Behoeftes aan voltrekking**

- Het **Zeigarnik Effect** is de tendens om opdringerige gedachten te ervaren als een taak niet voltoerd is (Baumeister & Bushman, 2008). VB: Ober.
- Als taken niet voltoerd zijn, ervaren we dissonantie

### **SUNK COSTS FALLACY**

- Verzonken kosten valkuil: Voortgang beargumenteren door voorgaande investeringen aan te halen als justificatie voor toekomstige investeringen, ookal zijn deze kosten verloren, onbereikbaar en niet terug te halen (Arkes & Blumer, 1985)
- Hoe meer je hebt geïnvesteerd in een spel (tijd en/of geld), hoe moeilijker het is om het op te geven

### GEMATIGDE DISCREPANTIETHEORIE

- Jongeren gebruiken het liefst media inhoud die hooguit gematigd afwijkt van hetgeen ze kennen en begrijpen (Valkenburg & Cantor, 2000).
- De fysieke, cognitieve and socio-emotionele veranderingen binnen hun ontwikkeling zijn de belangrijkste voorspellers van mediagebruik onder jongeren.

### VIJF ONTWIKKELINGSFASES EN ENTERTAINMENTBEHOEFTE

1. 0-2 jaar: Sensomotorische fase: felle kleuren, muziek en bewegende objecte
2. 2-4 jaar: Preoperationele fase (1): vriendelijke fantasie-figuren en vertrouwde contexten
3. 5-8 jaar: Preoperationele fase (2): avontuur en exotische contexten
4. 9-12 jaar: Concreet-operationele fase: realisme, kieskeurigheid en sociale relaties
5. 13-16 jaar: Vroege adolescentie: leeftijdsgenoten en autonomie
6. Late adolescentie

### 0 tot 2 jaar SENSOMOTORISCHE FASE

- Ontwikkeling en coördinatie van zintuiglijke en motorische functies
- Aangeboren voorkeuren voor muziek en geluid
- Gezichtsvermogen ontwikkelt snel tot 6 maanden
- Voorkeur voor felle kleuren, muziek en bewegende objecten

### 3 TOT 4 JAAR PREOPERATIONELE FASE 1

- Ontwikkeling Identiteit
  - Sterke behoefte aan imitatie
  - Sterke behoefte aan "verbal labeling"
  - Vertrouwde contexten
- Beperkte informatiecapaciteit
  - Stimulusgedreven vs. Schemagedreven
  - Veel herhaling, langzaam tempo
- Wazige grens tussen fantasie en realiteit
  - Onder indruk van fantasiefiguren (animisme)
- Perceptuele gebondenheid en concentratie
  - Simpele personages waarbij 1 aspect opvalt (kleur bijvoorbeeld)

### Wat kinderen leren van entertainment

- De inhoud moet het ontwikkelingsniveau van de doelgroep in acht nemen (Mares & Acosta, 2008). VB: hond met drie poten

### The limited Capacity Model (Fish, 2000)

- Vermakelijke narratieve structuur
- Integreer educatieve content in plot
- Helder en expliciet
- Gebruik gevarieerde herhaling

### **Korte- en langetermijneffecten van Sesamstraat**

- Kort: meer lezen, beter in wiskunde, groter vocabulaire, klaar voor school
- Lang: verhoogde waardering voor boeken, beter in Engels, beter in wiskunde en wetenschap etc.

### **Effecten op pro sociaal gedrag Mares & Woordard (2005)**

Exposure to prosocial content (between 3-5) predicts:

- More positive social interactions
- Lower levels of aggression
- More altruism
- Less stereotyping

### **Social learning theory (Bandura, 1977)**

- Gedrag wordt aangeleerd door observatie
- Gevolgen zijn van belang
  - Beloond gedrag > waarschijnlijke imitatie
  - Bestraft gedrag > onwaarschijnlijke imitatie
- Het model is van belang
  - Kinderen zullen eerder aantrekkelijke modellen imiteren
- Vier processen zijn van belang
  - Aandacht, Herinnering, Motorische capaciteit, Motivatie

## **5 TOT 8 JAAR PREOPERATIONALE FASE 2**

- Ontwikkeling fantasie piekt, behoefte aan avontuurlijk fantasiespel
- Voorkeur voor snel tempo, veel afwisseling en snelle montage
- Concentratieboog vergroot (feature films)
- Belangstelling voor actie, avontuur en geweld
- Soms moeite mediagebruik te reguleren
- Rigide seksespecifieke voorkeuren: jongensfilms en meisjesfilms

## **9 TOT 12 JAAR CONCREET-OPERATIONALE FASE**

Pre-puberale fase

### **1. Kunnen fantasie en realiteit onderscheiden**

Soaps, Brugklas, etc

### **2. Genuanceerder aanvoelen van andermans emoties**

- Ontwikkeling van cognitieve en affectieve empathie
- Ze kunnen nu Boosheid, angst, afkeer, verrassing, blijdschap, verdriet herkennen
- Herkennen slecht acteerwerk en keuren dit af.
- **Gevolg:** Kinderen tot 8 jaar zijn (alleen) bang voor direct waarneembare 'gevaren', niet voor gemedieerde empathische angst (dit wordt vanaf 8 jaar steeds sterker).

### **3. Genuanceerder begrijpen van sociale perspectieven**

- Kunnen anticiperen hoe iemand zal reageren
- Inzien dat zij door hun gedrag indruk maken op anderen
- Zien dat interesses en smaak kunnen verschillen

- Minder rigide genderonderscheid
- Gaan op zoek naar 'psychological similarity' – vrienden wiens attitudes, interesses en persoonlijkheid matchen

#### 4. Voorkeur voor (iets) oudere acteurs

#### 5. Invloed van leeftijdsgenoten nadert zijn piek

- Sociale interactie wordt steeds uitvoeriger
- Sterk gevoel van verbondenheid en loyaliteit aan groepsnormen
- Ontwikkeling van 'sociale antenne'. Bewustzijn hoe te gedragen om te voorkomen om belachelijk gemaakt te worden.
- Sterke afkeer van 'kinderachtige' content

### 12 - 24 JAAR ADOLESCENTIE

- Adolescentie wordt gekenmerkt door een aantal fysieke, cognitieve en sociale veranderingen die tezamen specifieke ontwikkelingsbehoeften creëren die uniek zijn voor deze leeftijdsfase (Padilla-Walker, 2007)
- Adolescentie is een periode waarin individuen hun psychologische kenmerken ontdekken en er achter komen wie ze werkelijk zijn.
- Genderidentiteit, seksuele identiteit, ethnische identiteit, politieke voorkeur, waarden, normen, ambities > Interesse in informatie over de wereld en, seksualiteit, rolmodellen, en identiteitsexperimenten.

#### Adolecenten: Digital Natives

- The teenagers of today have been raised in a media saturated world; the Internet, smart phones, video games, and television have been commonplace since their infancy (Coyne et al., 2013).
- Entertainment media must cater to digital natives' preference for new functionalities:
  - Interactivity: being able to make real-time changes to the content
  - Navigability: being able to move through the medium
  - Agency: being able to create and modify content

### 12 TOT 16 JAAR VROEGE ADOLESCENTIE

Entertainmentbehoeften worden vooral bepaald door:

1. Puberale ontwikkeling
2. Cognitieve ontwikkeling
3. Socio-emotionele ontwikkeling

#### 1. PUBERALE ONTWIKKELING

- Fysieke groei (vet; groeispurt)
- Hormonale veranderingen
  - Oestrogeen voor meisjes (~10 tot 12 jaar)
  - Androgeen voor jongens (~12 tot 14 jaar)
- Hersenontwikkeling (limbic region vs pre-frontal cortex) - Haley Effect  
*Sensatiezoekend*
- **Sensation seeking** is the tendency to seek out novel, varied, and highly stimulating experiences, and the willingness to take risks to attain them

- Sensationseeking bereikt zijn piek tijdens vroege adolescentie
- Extreem: Horror en risicogedrag

## 2. COGNITIEVE ONTWIKKELING

- Zeer kritisch. Met name op autoriteit
- Geavanceerd abstract denken.
- Hypothetisch redeneren
- Metacognitie komt opzetten (introspectie)
- Sociale cognitie verbetert (wensen, motieven van anderen herkennen)
- Zorgen (over hoe anderen hen zien - conformiteit)
  
- Humor: ironie en sarcasme
- Snel, complex en realistisch

## 3. SOCIO-EMOTIONELE ONTWIKKELING

Wat leidt tot autonomie? Onafhankelijk van ouders zen zelf leven in handen.

- Stabiele identiteit = weten wie je bent
- Intimiteit = vaardigheden om hechte vriendschappen aan te gaan
- Seksuele identiteit = omgaan met seksuele behoeften

### Identiteit

- Zelfbeeld en zelfvertrouwen gebaseerd op omgeving
- Tieners zijn doorgaans zelfbewust en onzeker
- Imaginary audience (het idee dat iedereen met jou bezig) en Personal fable (het idee dat jouw idee en gevoel uniek is)
- Ontwikkeling zelfbeeld en zelfvertrouwen door te experimenteren sociale media
  - Wat vinden mijn vrienden leuk/grappig/interessant?
  - Ontwikkelen van sociale vaardigheden
- Ideale versie van jezelf: rolmodellen. Sterk media opzoeken die passen bij gender en gaan rolmodellen opzoeken. Gender-identification.
- Zien we terug in mediakeuze. De ideale versie van je leven. Leren en entertainen en kijken hoe je moet handelen in bepaalde situaties.
  - TV's primary purpose is to entertain, but a good teen drama does more than just that; it also educates its young viewers about the wide world around them and the many different kinds of people who populate it.

### Intimiteit

- Van ouders naar leeftijdgenoten (open, eerlijk, vertrouwen)
- Het andere geslacht is niet meer dom of irritant
- Vormen van vriendengroepen 'klikjes' (nu jongens + meisjes)
- De ideale versie van jezelf tonen via social media
  - Behoefte aan peer-erkenning
  - Behoefte aan peer-vergelijking
  - Controle/Monitoring
- Alles draait om peers (leeftijdgenoten waar jij me mee identificeert)

### Seksualiteit

- Begrip van – en vertrouwd raken met – eigen seksualiteit
- Mogelijkheid om voort te planten + introspectie
  - Liefde en romantiek (kalverliefde)
  - Seks speelt nog geen belangrijke rol (status en oefening)
- Entertainment wel vooral om seks en relaties

Interactie van media is belangrijk voor die autonomie.

Maar pas op voor

### **The boomerang Effect (dillard & Shen, 2005)**

- Entertainment helpt bij persuasion resistance (Green&Brock,2000)
- Vertel adolescenten nooit wat ze moeten doen (Henriksen et al., 2006)
- Laat peers aan het woord

### **Populariteit van comedy**

- Eerst vooral in films maar als genre steeds minder populair.
- In de jaren 90 heel veel comedy.
- Vooral komische elementen binnen films die populair zijn

### **Voor spellers van blockbusters (simonoff & Sparrow 2000)**

1. Negatieve relatie tussen de frequentie van een genre en de opbrengst. Veel comedies dus minder succesvol. Veel verscheidenheid.
2. Hoe hoger de leeftijdkeuring, hoe lager de opbrengst
3. Engelstalige films
4. Aantal grote filmsterren
5. Sequels
6. Aantal Oscar nominaties

Kenmerken comedy-kijkers

- Mensen met kleine problemen, of licht- negatieve staat (O'Neal & Taylor, 1989)
- Stress (Collins et al, 1996)
- Menstruatie (of pre-menstruatie) (Medoff,1980)
- Lichtvoetigheid als persoonskenmerk (Simon, 1990)

### **Mood management (zillman, 1984)**

- Hedonistische motivatie drijft menselijk gedrag
- Comedy om stemming te reguleren
- Mensen kiezen comedy omdat het hen in een positieve stemming brengt (of deze doorzet), of een negatieve stemming doet afnemen.
- Gerelateerd aan escapisme: Comedy biedt een tijdelijke afleiding van de werkelijkheid, met name voor mensen die ontevreden zijn in hun werkelijke (sociale) wereld (Henning & Vorderer, 2001; Katz & Foulkes, 1962).

## **≡ GESCHIEDNEIS COMEDY**

### **Slapstick**

- Fysieke vorm van comedy waarin waarin heftige fysieke acties de grenzen van het moreel of lichamelijk wenselijke overschrijden

- Slapstick is less funny if the viewer feels empathy for the victim (McGraw & Warren, 2010). Minder grapes als we empathic voor het slachtoffer voelen.

### **Charlie Chaplin - The Tramp (1915)**

- Charlie ging andere vormen van comedy maken.
- Eerste wereldwijde film-fenomeen
- Slow down comedy
- Focus op personages en karakterontwikkeling
- Vleugje melodrama (ook de traan)

### **Screwball comedy (als er geluid in voor komt)**

- Kenmerkt zich door 'repartee' – gevatheid.
- Romantische komedie gebaseerd op misvattingen. Met doorgaans koppige, zelfstandige vrouwen die de hoofdrolspeler aanvankelijk domineren en zijn mannelijkheid aantasten

### **Family/situation comedy (live comedy voor de hele familie en over de familie)**

- Recurring characters - Catchphrases – Running gags

### **Sitcom**

- The situation comedy, or sitcom, is the most common, successful and culturally significant type of television comedy.
- Humoristische situaties die elkaar snel opvolgen, waarbij amusante frictie ontstaat tussen personages
- Nog steeds populair: Cascading reminiscence (Krumhansl & Zupnick, 2013) soort nostalgie. Als je kijkt naar een tijd die nog simpel was.

### **Humor en Affective Disposition**

- ADT: Users experience enjoyment when liked characters experience positive outcomes and disliked characters experience negative outcomes (Zillmann & Cantor, 1972).
- Echter: goede mensen die (te) veel geluk ervaren moeten omlaag gehaald mogen worden. Arrogantie en ijdelheid wordt belachelijk gemaakt en stuitend gedrag wordt gestraf
- Doorgaans zijn er personages die tijdens een aflevering in een sitcom 'over de scheef gaan' en zichzelf daarmee openstellen om belachelijk gemaakt te worden door de anderen. Te veel succes kan ook weer niet dus. En eerst uit de groep treden en succes ervaren (Zillmann & Stocking, 1976).

### **Humor cues: Lach track**

- Television comedies always used live audiences (<1956), and moved to the insertion of recorded laughter (laugh track) as recorded episodes became popular (Neuendorf & Fennell, 1988).
- TV kijkers hebben een cue nodig dat het grappig is.
- Social contagion of smiling and laughing.

### **De fourth wall (het publiek)**

- Lieberman et al (2009) combinatie van kwalitatief en kwantitatief onderzoek om het effect van een laugh track in sitcoms te onderzoeken.
- Shows met lachband leuker gevonden worden.
- Filmische aflevering —> lachen wordt gek.



## **Parodie en satire**

- Parodie = Imitatie met de bedoeling het origineel te becommentariëren, dan wel belachelijk te maken. Vaak door gebruik van karikaturen (kenmerken overgesimplificeerd of uitvergroot).
- Satire = Door middel van humor (vaak ironie of sarcasme) sociale issues onder de aandacht brengen, of sociale kritiek leveren.

## **Scatological Humor, family guy 2005)**

- Type of humor that focuses on making the audience cringe. It's often vulgar and "crosses the line" for the sake of making people laugh.\

## **≡ DRIE HUMORTHEORIEËN (waarom humor en grappen werken)**

### **Superiority theory (Keith-Spiegler 1972) emotioneel**

Lachen om het ongeluk van anderen (leedvermaak) omdat dit de superioriteit van de kijker ten koste van de tekortkomingen van het slachtoffer bevestigt.

### **Incongruity theory (Koestler, 1964) cognitief**

Humor wordt waargenomen op het moment dat men zich realiseert dat er incongruentie is tussen een concept binnen een bepaalde situatie en werkelijke objecten in relatie tot dit concept.

VB: man bij dokter arm op twee plaatsen gebroken. Verassend element. Verwachting gecreëerd die uiteindelijk in punchline onverwacht is. Vaak met seksuele wending.

### **Relief theory (Berlyne, 1972)**

Mensen lachen om lichamelijke spanning te doen afnemen. Relief theory veronderstelt dat lachen een gevolg is van het laten ontsnappen van nerveuze energie. Volgens deze theorie wordt humor voornamelijk gebruikt om onderdrukte angsten en verlangens aan te tonen en socio-culturele inhibities te overwinnen

VB: poep eten.

### **Lachen en effecten daarvan**

- In wetenschappelijk onderzoek wordt lachen (enjoyment) doorgaans gemeten aan de hand van Facial EMG
- Humor kan stress verminderen en leed doen verzachten (Dixon, 1980)
- Verhoogt kwaliteit van het leven: positieve vooruitzichten, meer initiatief, grotere weerstand voor tegenslagen (Zillmann & Vorderer, 2000)

## **≡ WERKGROEP**

Humortechnieken

- **Language (taal):** Deze verbale humor categorie omvat doorgaans grappen die spelen met woorden of situaties.
- **Logic (logica):** Deze categorie van humor is gerelateerd aan ideeën en technieken van de incongruity theory of humor. Dit betekent dat humor wordt waargenomen op het moment dat men realiseert dat er onenigheid is tussen de veronderstelde relatie tussen objecten en de werkelijke relatie tussen deze objecten.
- **Identity (identiteit):** Technieken binnen deze identiteitscategorie herleiden humor aan idiosyncratisch (persoonsgebonden) gedrag, dat doorgaans verrassend is en buiten de gangbare norm om gaat.

- **Action (actie):** Fysieke en nonverbale humor technieken komen voort uit onnozel en/of clownesque gedrag.

### Theorieën

- Volgens de **Incongruity theory** lachen mensen om dingen die verrassend of onverwachts zijn. Het doorbreken van een verwachtingspatroon brengt de kijker aan het lachen. Absurditeit, verrassing en nonsens zijn de belangrijkste thema's binnen deze theorie. De nadruk ligt op de cognitie, in tegenstelling tot de emotionele functie van humor van de Superiority theory.
- Volgens de **Superiority theory** lachen mensen omdat ze zich superieur voelen aan anderen. Het versterkt het zelfvertrouwen en de eigenwaarde van de kijker. Belachelijk maken, leedvermaak en grapjes ten koste van anderen zijn de belangrijkste thema's binnen deze theorie.
- **Relief theory:** mensen lachen om lichamelijke spanning kwijt te doen afnemen. Relief theory veronderstelt dat lachen een gevolg is van het laten ontsnappen van nerveuze energie. Volgens deze theorie wordt humor voornamelijk gebruikt om onderdrukte angsten en verlangens aan te tonen en socio-culturele remmingen te overwinnen.
- Humor die verklaard kan worden door de relief theory omvat doorgaans seksuele en/of agressieve thema's.

### Kinderen en mediagebruik

- Kinderen zijn niet volledig passief als het aankomt op mediagebruik en de effecten daarvan, maar ze zijn ook niet altijd wijs en onderscheidend. De meeste ouders, ontwikkelingspsychologen en docenten zijn het erover eens dat kinderen niet hetzelfde zijn als volwassenen.
- Kinderen zijn leergierig, maar hebben beperkte ervaring met de werkelijkheid en technologie. Ook zijn ze cognitief nog niet volledig ontwikkeld en hebben ze minder kennis van de potentiële gevaren van media, waardoor ze doorgaans vatbaarder zijn voor media invloeden dan volwassenen.

### Jongere kinderen (2-7 jaar oud)

Jongere kinderen besteden veel visuele aandacht aan perceptueel interessante eigenschappen, zoals animatie, ondersteund door geluid en muziek. Alledrie zijn in MaB aanwezig. Ze kunnen het plot goed volgen, aangezien het programma kort is en geschikt voor hun leeftijd. Doorgaans zullen ze zich focussen op een saillant kenmerk, zoals Masha's roze jurk, die dan meer aandacht zal krijgen dan de haar acties.

### Oudere Kinderen (8-12 jaar oud)

Kinderen tot 12 jaar hebben een voorkeur voor tekenfilms en geanimeerde films en series met een fantasie thema. Dat is bij MaB zeker het geval. Ze kunnen doorgaans scènes aan elkaar verbinden en narratieve gevolgtrekkingen begrijpen. Ze zullen een scène als realistisch ervaren als deze personages of gebeurtenissen toont die in de werkelijkheid zouden kunnen plaatsvinden. MaB is wellicht niet realistisch genoeg voor deze doelgroep.

### Adolescenten (13-18 jaar oud)

In tegenstelling tot jongere kinderen zullen kijkers vanaf 13 jaar een voorkeur tonen voor reality shows en sitcoms met een focus op tienerbeslommeringen. Dat is bij MaB nadrukkelijk niet aan de orde. Ze waarderen programma's die realistisch zijn, beoordeeld op hoe waarschijnlijk dit in de werkelijkheid zou kunnen plaatsvinden. Ook dat is hier niet van toepassing.

Paradox van negatieve emoties (waarom genieten we daar van)

The Power of the Dark Side

- Tranentrekkers
- Horror
- Slechteriken

Gewelddadig Entertainment

- Gewelddadige films
- Gewelddadige games
- Effecten van geweld

### **The power of the Dark Side**

- Negatieve ervaringen zijn bijzonder effectief in het trekken van aandacht, intense emotionele betrokkenheid en hoge gedenkwaardigheid (Menninghaus et al., 2017).
- Negatieve gebeurtenissen (bijv. geld verliezen, vrienden verliezen, kritiek krijgen) zal een grotere impact op een individu hebben dan hetzelfde type positieve gebeurtenissen (bijv. geld winnen, vrienden maken, complimenten krijgen) (Baumeister et al. 2001).
- A loss is more significant than the equivalent gain (Tversky & Kahneman, 1981)
- Vanuit evolutionair perspectief: overleven vraagt aandacht voor mogelijke negatieve uitkomsten, maar is niet noodzakelijk met betrekking tot positieve uitkomsten
- Voorbeeld sekservaring. 1 de beste van je leven, maar 1 slechte kan de rest verpesten.

### **Drama/tragedie**

Drama is een type fictie met een serieuze ondertoon, waarbij de nadruk ligt op realistische personages die emotionele problemen moeten verwerken.

### **Liefhebbers van tranentrekkers**

Mary Beth Oliver (1993) heeft aangetoond dat verdriet als gevolg van het kijken naar tranentrekkers kan bijdragen aan enjoyment, maar alleen onder de volgende groepen mensen:

- Mensen die graag naar verdrietige films kijken
- Mensen met meer vrouwelijke eigenschappen
- Mensen met een hoge mate van empathie

Individuals in sad affective states often appear to have a preference for somber or mournful movies (Strizhakova & Krucmar, 2007)

### **Catharsis (Aristoteles)**

- Katharsis (reiniging) betreft de loutering van emoties die bij toeschouwers wordt teweeggebracht wanneer ze diep bewogen worden door angst en medelijden voor wat de personages meemaken.
- Fysieke, emotionele, religieuze en mentale reiniging van de ziel door het beleven van eleos en phobos (beklag en angst).
- Geen empirisch bewijs voor catharsis

### **Eudaimonia: Waarom kijken we naar drama**

- Eudaimonia: het ervaren van inzichten, zelfreflectie, of betekenisvolle overwegingen: wat maakt een leven de moeite waard (Oliver, 2008). Het streven naar een goede ziel en een betekenisvol leven.
- Door misère van anderen te zien (neerwaartse sociale vergelijking) realiseren we ons hoe goed we het hebben en daardoor ervaren we enjoyment.
- Kijkers van tranentrekkers kunnen op zoek zijn naar informatie die ze helpt bij het verwerken van een negatieve staat (Zillmann, 2000).

### **Feeling low on Fiction leads to feeling high on life (knobloch-westerwich, 2013)**

- A sad movie can break our complacent everyday routine, make us realize that things could be a lot worse, and have us count our blessings (i.e., Eudaimonia)
- Reflecteren op je sociale omgeving. dan leidt het tot meer levenstevredenheid

### **Horrorfilms**

- Niet heel populair bij Oscars.
- Bloed en ingewanden eerder horror, thriller minder bloed.
- Horrorfilms vaak goed scoren bij return of investmetn. Lage productiekosten en relatief veel winst indien succesvol.

### **Wie kijkt er naar horror (hoffneer & Levine, 2005)**

- Mannen (Cantor, 1994)
- Adolescenten (Twitchell, 1989)
- Minder empathisch (Tamborini, 1987)
- Hogere mate van sensatiezucht (Zuckerman, 1994) • Meer agressiviteit (Atkin, 1985).

### **Horror selectie theorieën: Verboden Fruit**

- Cantor (1998) heeft aangetoond dat jongeren zich aangetrokken voelen tot ongeschikte media, juist omdat deze ongeschikt voor ze is. Hierdoor kunnen ze plaatsvervangend deelnemen aan normoverschrijdend gedrag.
- Bijvank et al. (2009) hebben aangetoond dat videogame beschrijvingen met een hogere PEGI-rating (bv 16+) aantrekkelijker werden bevonden door jongere spelers, dan dezelfde omschrijving met een lagere leeftijdkeuring (bv 12+).

### **Waar zijn we bang voor? Davis & Javor 2004**

#### **1. Predation – fear of what can kill you**

Babies attention to predators (snakes, spiders), not flowers or modern-day threats (cars and guns) (Masataka et al., 2010). Jonge babies aandacht bij plaatjes van spinnen en slangen.

#### **2. Contagion – fear of what can infect you; besmetting**

Psychological immune system - more prone to (racial) prejudice when primed with reminders of infection.

#### **3. Minimally counter-intuitive – fear of almost human monsters**

Horror-monsters thrive by being minimal violations of persons (vampires, ghosts, zombies). **The Uncanny Valley** (Mori, 1970). Net menselijk maar ook net weer anders. Het menselijke benaderen maar net er weer voor dan griezelig. Poppen die praten. Zombies. Etc.

## ≡ GESCHIEDENIS HORROR MONSTERS.

**jaren 20** = spoken

**jaren 50** = Creatures; vreemde wezens

**jaren 60 en 70** = vampieren

- Bram Stoker - Dracula (1897)
- Nosferatu (1921)
- 239 films feature Dracula in a major role
- Vampires are the most popular monsters because they are handsome, intelligent and forever young (Fischhoff, 2005)

**jaren 80** = slashers

- Walsh & Brantford (2009) analysed 50 slasher films (1960 – 2007).
- Male characters were more likely to be victims of rapid, serious violence, whereas females were more likely to be victims of less serious, but more drawn-out violence, including confinement and stalking. Psychopaat die iemand achterna zit en iceman dop gruwelijke wijze vermoord.
- Welsh (2010) examined gender differences in the association between character survival and engagement in sexual activities in 50 horror films (1960 – 2009).
- Characters who engaged in sexual behaviors were less likely to survive and had significantly longer death scenes compared to characters who did not engage in sexual behaviors

### **The final girl (clover, 1992)**

- Het laatste meisje (of jonge vrouw) in een slasher film die de moordenaar confronteert en als enige (van de groep) overleeft
  - Niet sexueel actief/maagdelijk
  - Gebruikt geen alcohol of drugs
  - Vaak een unisex naam (Teddy, Billie, Georgie, Sidney)
  - Slim, nieuwsgierig, vindingrijk en oplettend
- Last girls becomes masculinized through 'fallic appropriation' by picking up the killer's weapon (e.g., knife, chainsaw).
- Dit vereenvoudigd identificatie met een vrouwelijk personage (door een voornamelijk mannelijk publiek) aan het einde van de film.

### **2000 - nu = found footage films**

- Materiaal later gevonden. Denk aan paranormal activity. Beelden zijn gemonteerd tot film. kost weinig om zo'n film te produceren.

### **Dit moment = zombies**

- Oorspronkelijk: Voodoo
- White Zombie (1932)
- King of the Zombies (1941)
- I walked with a Zombie
  - Night of the living dead voor het eerst geen zombie meer als slaaf maar als een soort enge Apocalyps. Iedereen gaat dood.

## ≡ HORROR ENJOYMENT THEORIEEn

### **Snuggle-Theory**

- Zillmann et al, (1986) found that male students enjoyed a horror movie almost twice as much if a female partner showed distress during the film. Female undergrads enjoyed the film more if their male companion appeared calm and unmoved.
- Thus, gender stereotypical behavior of a partner while watching horror movies not only increases the appeal of the partner, but also of the movie

### **Excitation Transfer (Zillmann, 1996)**

- The physiological arousal accumulated during exposure (to horror), is linked to positive cognitions (with happy end), which results in euphoria (Zillmann, 1996).
- In the absence of any environmental cues as to the actual source of arousal, residual arousal can be misattributed to a subsequent stimulus.
- More negative affect (e.g., fear, disgust) leads to more reported enjoyment afterwards (Zillmann, 1996)

### **Positieve effecten van horrorfilms**

- Watching The Texas Chainsaw Massacre (1974) caused a significant increase in heart rate, systolic and diastolic bloodpressure and leukocytes in 32 healthy human volunteers, when compared to controls sitting quietly in a room. Thus, horror temporarily improved viewers immune system (Mian, Shelton-Rayner, Harkin, & Williams, 2003).
- More control over real-world fears (Weaver, 2009).
- Meer witte bloedcellen en beter imuumsysteem. In veilige omgeving angst en ervaringen waardoor meer controle in echte situatie

### **Negatieve effecten van horrorfilms**

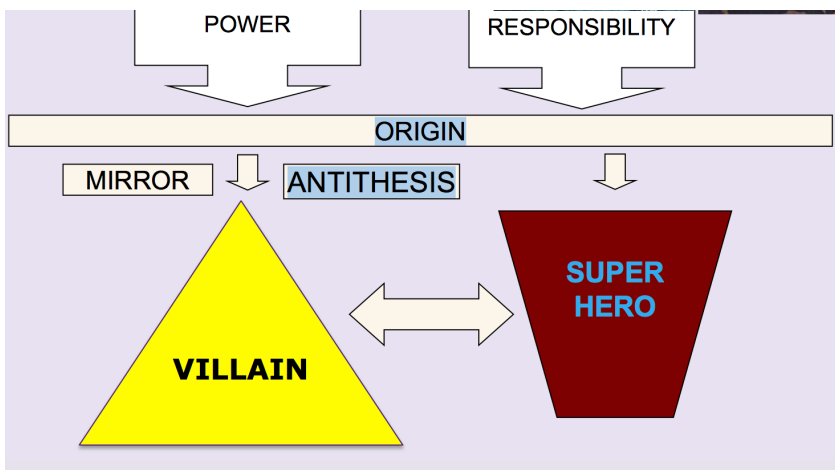
- Desensitization (Bushman & Anderson, 2009) minder gevoelig voor leed van anderen
- Discomfort (Harris & Cook, 2010)
- Anxiety
- Sleeping Disorders
- Nightmares
- Nausea (NIMH, 2005)

### **Angst goed inzetten om te overtuigen**

- VB: Hillary commercial
- A fear appeal is a persuasive message that attempts to arouse fear in order to influence behavior through the threat of impending danger or harm.
- It presents a risk, presents the vulnerability to the risk, and then suggests a form of protective action (which is appealing, since it can take away consumers' fear)
- Fear makes you less likely to take risks, but anger makes you more likely to take risks (Lerner & Keltner, 2001).

### **De slechteriken waar we van houden**

- hoe meer haat er werd opgeroepen hoe meer kijkcijfers er komen.



### Mirror villain

Slechterik die zelfde oorsprong heeft als held maar ander pad heeft gekozen. Gedeelde achtergrond. voorbeeld Voldemort

### Antithesis villain

Geen verband met held en gewoon kwaadaardig.

### Slechteriken ook wat vorm betreft te herkennen

Boeba en kiki onderzoek. Rond (lief), vierkant (saai), driehoek (slecht)

### Good vs Ugly: the Halo Effect

Physically attractive individuals are assigned more favorable qualities, including personality traits, overall happiness and career success, compared to an unattractive person (Dion et al. 1972)

### Social identity theory (Tajfel, 1979)

- Social groups (e.g. social class, family, football team etc.) are an important source of pride and self-esteem.
- In-group (us) versus out-group (them)
- Group members of an in-group will seek to find negative aspects of an out-group, thus enhancing their self-image
- Slechteriken lid van outgroup. Tijd lang russen.

Geweld en agressie

### Agressie - aggression

Vijandige of gewelddadige gedragingen, gedachten of gevoelens.

### Geweld - violence

Handeling met als doel mensen, dieren of objecten ernstige fysieke schade toe te brengen.

- Geweld is een algemene term om acties te beschrijven die schade bij mensen, dieren, of voorwerpen veroorzaken of bedoeld zijn die te veroorzaken.
- Geweld kan voortkomen uit agressie, maar dat hoeft niet
- We onderzoeken het verband tussen gewelddadig entertainment (bv. violent games) en interpersoonlijke agressie en/of real-world violence)
- Geweld als vermaak: Entertainment was vroeger veel gewelddadiger dan tegenwoordig (Schechter, 2005) al eeuwen oud.

-

## ≡ GESCHIEDENIS VAN GEMEDIEERD GEWELD (1930 - 1960)

- einde van de code: 1968
  - The Hays Production Code is censuur (1968)
  - Bonnie and Clyde (1967)
  - The Wild Bunch (1969)
  - Night of the living dead (1968)

Gevolg: MPAA ratings (1968)

### **Rated G – General Audiences**

General audiences – suggested for general audiences (all ages admitted)

### **Rated PG – Parental Guidance**

Parental guidance suggested: some material may not be suitable for children

### **PG-13 (1984) na de films van Spielberg**

- Middle ground between PG and R.
- The Motion Picture Association of America (MPAA) says on its website that the violence in a PG-13 movie "does not reach the restricted R category"
- 12-17 and 18-24 years olds are overrepresented among frequent moviegoers relative to their population size.

### **Rated R - Restricted**

Persons under 17 not admitted unless accompanied by parent or adult  
Rated NC-17: No one under 17 admitted

### **Succes PG-13**

- The average R-rated film would gross over 10 percent more during its opening weekend had there been no age restriction (Breznican, 2001).
- Similarly compared to a PG-13 rated film with similar content, the R-rated version would make between 25 and 35 percent less at the box office (Israelsen-Hartley, 2010).

### **Meer geweld in PG-13?**

- Gun violence in PG-13 movies has more than tripled since 1985 (Bushman et al., 2013)
- Gun violence in PG-13 films has increased to the point where it recently exceeded the rate in R-rated films
- Gun violence incidents in highest-grossing PG-13 movies rose from 1 per hour in 1985 to 2.63 per hour in 2015 (Romer et al., 2016).

### **Ander geweld in PG-13**

- More gun violence in top PG-13 films than top R-Rated films
- Pattern of protecting younger viewers from depictions of the upsetting consequences of violence, but not from depictions of shootings and other deadly violence.
- Gevolgen van geweld wordt niet getoond waarom juist kwalijker.



## ≡ GESCHIEDENIS GEWELDDADIGE VIDEOGAMES

- Custer's Revenge (1982): verkrachten indiaan. Eerste keer videogames genoemd in com onderzoek.
  - **Eerste onderzoek naar VVG**
  - Experiment (N = 116 kinderen) met als doel om agressieve reacties te meten na het spelen van een gewelddadige game (Atari Activision Boxing) or een non-gewelddadige game (Atari Basketball)
  - Geen significant verschil in de drie metingen van agressie
- Night Trap (SEGA CD, 1992): meisjes in huis
- Mortal Combat (Midway, 1993): hoofd eraf slaan, hart eruit trekken. versie met en zonder bloed

### Het effect van bloed

- Barlett et al. (2008) examined the effect of Mortal Kombat V: Deadly Alliance (2002) with differing levels of blood (maximum, medium, low, and off.
- Maximum blood and medium blood conditions had a significant increase in hostility and physiological arousal.
- Low blood and no blood conditions did not have such an increase in hostility or arousal.

### Oprichting ESRB (1994)

- Congressional Hearings on offensive video game material
- Violent games were "training early killers," and games were not just violent, but also "sexist and racist"
- Night Trap: "shameful", "ultra-violent", "sick", and "disgusting", encouraging an "effort to trap and kill women"
- 1994 oprichting: eigen leeftijdskeuring ding
  - ESA (Entertainment Software Association) samenwerking van software makers
  - ESRB (Entertainment Software Rating Board) opgericht om leeftijd te classificeren

### - Doom (1D, 1993)

- Acties geoefend door videogame: columbine high school (1999)
- Eric Harris & Dylan Klebold
- 13 dead, 24 wounded
- Played Doom & Wolfenstein 3D
- Moral panic "Monsters next door"
- Video games made them do this

### Anderson & Bushman (2001)

- Meta-analyse van 35 studies naar de effecten van gewelddadige games
- Gewelddadige games hebben effect op:
  - Agressief gedrag
  - Agressieve gedachten
  - Agressieve gevoelens
  - Opwinding
  - Empathie (lager)
- GTA: san Andreas (2004)
  - **Devin Moore (2003): GTA made me do it**

- Devin Moore shot and killed 3 police officers as he was being detained for stealing a car. He then escaped in a police cruiser he stole at the station.
- "Life is a video game. Everybody's got to die sometime."
- Alabama lawsuits –families of victims blame video game industry (Strickland vs Sony-Activision-Nintendo, 2005)
- The judge ruled that these companies could not have foreseen that their products would cause the horrific events that occurred
- **Utaya Noorwegen**
- Anders Breivik (32)
- 8 doden - Twee zelfgemaakte bommen in het centrum van Oslo
- 69 doden – 33 minderjarigen, op het eiland Utaya – geen gew
- **Newton Connecticut 14 dec 2012**
- Adam Lanza (20)
- Sandy Hook Elementary School
- 20 kinderen (6 of 7 jaar), zeven volwassenen (waaronder zijn moeder)

## Onderzoek naar gewelddadige games

### Desensitisatie

- Herhaalde blootstelling aan pijn en lijden van anderen maakt je hiervoor ongevoeliger, waardoor je het in de werkelijkheid ook niet meer zo afschrikwekkend ervaart en het daarom anderen wellicht sneller zal aandoen (Engelhardt et al., 2011).

### Script/Schema Theorie

- Handelingen komen voort uit de kennisstructuren die je hebt aangeleerd (Huesmann, 1986)
- Als je leert dat geweld de oplossing is voor conflicten, zoals in gewelddadige games, waarbij er doorgaans geen andere opties zijn om een probleem op te lossen dan geweld te gebruiken, zul je ook vaker situaties in de werkelijkheid als agressief interpreteren en geweld gebruiken als je met conflicten wordt geconfronteerd.

### Blootstelling aan geweld in games

- Call of Duty, Grand art auto

1. Agressieve gevoelens: op een schaal ik voel me. Likert schaal.
2. Agressieve gedachten: een woord afmaken Ki...
3. Agressief gedrag:

- Competitive Reaction Time Task: eerst gewelddadige game spelen en dan blast
- Winnaar mag de verliezer straffen met een white noise blast, mag de duur en intensiteit van de blast aangeven.
- Waarschuwing: Boven niveau 8 kan permanente gehoorschade toebrengen
- Observations of Palyground Aggression (Strayer & Strayer, 1976)
  1. Chases a child
  2. Pushes/pulls a child
  3. Hits or strikes at a child with his hand or an object
  4. Kicks a child with his/her foot
  5. Grabs objects forcibly from another child's hand

6. Verbal aggression, any name calling (e.g., stupid, dummy, pumpkin head), insulting comment, or threat of aggression

- Physical Aggression Subscale (1992)
- Stellingen

### **Conclusie: effect op agressie**

- American Psychiatric Association (2015). Review van 35 recente experimenten (2006-2013) naar de effecten van het spelen van gewelddadige games
- Consistente relatie tussen spelen van gewelddadige games en een toename in agressieve gevoelens, agressieve gedachten en agressief gedrag.
- Daarnaast leidt het spelen van gewelddadige games tot een afname in empathie en pro-sociaal gedrag.

### **Hebben gewelddadige games deze daders geïnspireerd?**

- Een theorie kan alleen wetenschappelijk bewezen worden als alle alternatieve verklaringen kunnen worden uitgesloten.
  1. We weten dat deze daders CoD of andere FPS speelden
  2. We weten niet of deze daders geïnspireerd zijn door deze games
  3. We weten niet of ze hetzelfde gedaan hadden als ze deze games niet hadden gespeeld
- Conclusie: School shootings of andere geweldsincidenten kunnen nooit als wetenschappelijk bewijs gebruikt worden voor de effecten van gewelddadige games

### **Word je agressiever van gewelddadige games**

- Ja, tijdsbesteding aan gewelddadige games leidt tot een toename in agressie zowel direct na het spelen als op de lange termijn
- Maar over het algemeen een beperkt effect. We zien vooral een groter effect voor bepaalde subgroepen
- Jongeren en met name jongens die al wat agressiever zijn, of opgroeien met agressie in hun omgeving worden aanzienlijk agressiever van het spelen van gewelddadige games, zowel op korte- als langetermijn.

### **Effective shooter through violent games (ook Breivik)**

- Whitaker & Anderson (2013) conducted an experiment (N = 151) to determine if people become more accurate in the use of firearms after playing a shooter game.
- Participants played either Super Mario Galaxy 2 or Resident Evil 4 for 20 minutes. Then they fired 16 (rubber) bullets at a mannequin, with no further instructions
- This study suggests violent shooter games can teach people to shoot more accurately and aim at the head

### **Helden en slechteriken in games**

- Sisler (2008) examined the portrayal of Arabs, particularly Muslims, in popular video games, finding that Muslims have been largely depicted along stereotypical lines, often as aggressors and terrorists.

- Valeriano & Habel (2016) examined every major FPS released between 2001 and 2013. They found that Russians are the most popular enemy in FPS, followed by Terrorists (Middle eastern).
- Voornalijk op russen en arabieren schieten maar vooral niet op de amerikanen.

## ≡ WERKGROEP

### Meer dan enjoyment

Oliver en Bartsch (2010) stellen dat er drie concepten nodig zijn om de volledige beleving aan intrinsiek belonende media ervaringen te omschrijven:

1. Een concept dat geassocieerd wordt met "light" entertainment, zoals comedy en romantiek en dat voornamelijk refereert aan plezier en positieve emoties (bv. **Enjoyment- vermaak**).
2. Een concept dat beangstigende en spannende ervaringen omvat die doorgaans geassocieerd worden met actie, thriller en horror. Dit concept wordt gekenmerkt door emotionele opwinding en spanning (bv. **Suspense - spanning**).
3. Een concept dat ontroerende ervaringen omschrijft die aanzetten tot denken, dus een concept dat doorgaans geassocieerd wordt met serieuze genres zoals drama, arthouse en documentaires. (bv. **Appreciation- waardering**).

### Theorieën

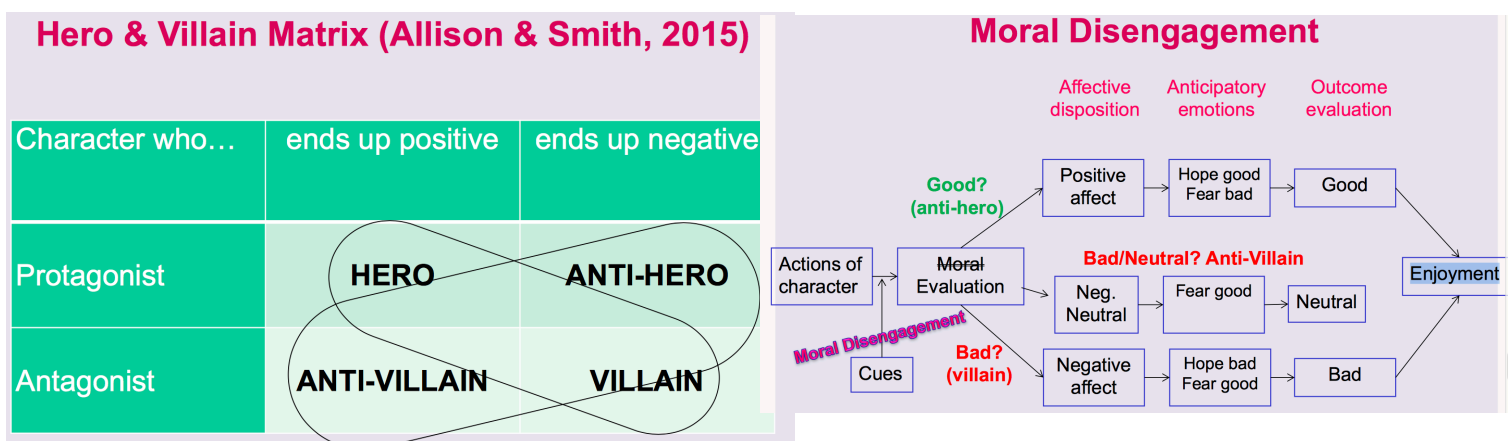
- **Affectieve dispositie theorie** stelt dat gebruikers van entertainment morele beoordelingen maken van personages binnen het verhaal. Deze beoordelingen bepalen vervolgens de plezierversbeleving aan het verhaal (Zillmann & Cantor, 1972).
- **Morele beoordeling** betreft de principes van goed en slecht gedrag. Is het personage deugdzam, rechtvaardig, eervol, eerlijk, zedig, of anderszijds een oprecht mens?

### Anti-hero

Anti-heroes are protagonists whose conduct is at best morally ambiguous, questionable and at times unjustifiable (Janicke & Raney, 2015). VB: Walter White

### Anti-villain

Bijvoorbeeld politie of leger



### SMARTPHONES

- 75 procent van de Amerikaans tieners (13–17) heeft een smartphone (Lenhart, 2015).
- 73 procent van de Amerikaanse bevolking heeft een smartphone
- Probleem is dat we niet meer zonder kunnen → Fear of missing out.

We are all willing captives of our smartphones. Things that aren't important to a person are bound up with things that are very important: the machine on which you play games and read celebrity gossip is also the one on which you'll find out if your daughter has fallen ill (Harris, 2016)

- Onderzoek onder 7000 16-30 jarigen in verschillende landen toonde aan dat het gevoel van 'online zijn' dermate belangrijk is voor de hedendaagse jeugd, dat meer dan de helft (53%) aangaf dat ze liever hun reukvermogen kwijtraken dan hun toegang tot het internet (McCann, 2011).

### Smartphone en sociaal contact:

- Studenten gebruiken hun telefoon gemiddeld meer dan 3 uur per dag en checken hun telefoon gemiddeld 3 keer per uur (Roberts et al., 2014)
- Mobiele telefoons bieden een voortdurend gevoel van verbondenheid met een bredere sociale wereld (Plant, 2000).
- Telefoons kunnen de aandacht afleiden van face-to-face gesprekken doordat ze de nadruk vestigen op de mogelijkheid op contact met een groter sociaal netwerk (Turkle, 2011)

### Sociale ontkoppeling door een telefoon

- 142 deelnemers (M = 22.4)
- Willekeurige duo's: Begin een gesprek over iets wat je de afgelopen amand overkomen is.
- Aanwezigheid van een telefoon had een negatief effect op verbondenheid, vertrouwen, empathie, begrip en algehele kwaliteit van het gesprek.
- Aanwezigheid van telefoons is nadelig voor sociaal contact (Przybylski & Weinstein, 2013).

### Effect overmatige online interactive

- Meta-analyse van 72 onderzoeken naar empathie onder studenten (1979-2010) toonde een sterke daling in empathische vermogens (Perspectief nemen en Empathische zorg) in samples sinds 2000 (Conrath, O'Brien, & Hsing, 2011).

### MEDIA MULTITASKING

Bij media multitasking worden individuen tegelijkertijd blootgesteld aan twee of meer remedieerde informatiestromen.

Omdat onze informatieverwerkingscapaciteiten beperkt zijn, moeten individuen voortdurend hun aandacht switchen van het ene medium naar het andere.

### Effecten

- Meerdere studies hebben een verband aangetoond tussen media multitasking en aandachtsproblemen (Ophir et al., 2009).

- Recentelijk is aangetoond dat media multitasking een oorzaak is van aandachtsproblemen (van der Schuur, Baumgartner, & Lemmens, 2017).
- Hoe Media Multitasking leidt tot een beperkte aandachtsspanne:
  1. Gewenning aan hoge opwinding door MediaMultitasking (Nikkelen et al., 2014)
  2. Veranderingen in de cognitieve verwerking; je bent niet meer gewend om op 1 bron te richten. Lang bij 1 medium is geen gewenning meer. (Junco & Cotten, 2011)

## 7 affordances van social media

Asynchronicity: Idee dat je niet direct hoeft te reageren

Identifiability: Je kan mate van anonimiteit bepalen

Jij bepaalt wat je communiceert over je zelf

Scale

<b>Affordance</b>	<b>The possibility for users to . . .</b>
<b>Asynchronicity</b>	communicate when it suits them, in real time (synchronously) or delayed (asynchronously)
<b>Identifiability</b>	decide to which degree content is anonymous or linked to their true identity
<b>Cue manageability</b>	show or hide visual or auditory cues about the self while communicating
<b>Accessibility</b>	easily find information and contact other persons
<b>Scalability</b>	choose the size and the nature of their audience
<b>Replicability</b>	copy or share existing online content
<b>Retrievability</b>	store and later retrieve posted content

## In de praktijk

- Hipstamatic —> foto's manipuleren, 5 miljoen gebruikers. Alleen bewerken, maar niet plaatsen en feedback krijgen.
- Instagram —> foto's kan manipuleren, 800 miljoen gebruikers. Maar alleen Instagram speelt in op laatste drie affordance
- Hot or Not —> raten op een schaal van 1 tot 10
  - Website waarbij gebruikers foto's van anderen konden waarderen op een schaal van 1 (not) tot 10 (hot). Ook zichzelf laten waarderen. sociale waardering.
  - Na iedere waardering ontdekten gebruikers hoe hun waardering zich verhield tot die van duizenden anderen
  - Verkocht voor \$20miljoen in 2008
  - Behoefte aan sociale bevestiging
  - Behoefte aan individualiteit
  - Optimaal onderscheidend vermogen (Brewer, 1991)

## Vergeleken met anderen op de campus, vertoon jij meer of minder van de onderstaande eigenschappen?

<b>Empathisch</b>	<b>Ontwikkeld</b>	<b>Oplossingsgericht</b>	<b>Gedisciplineerd</b>
<b>Neurotisch</b>	<b>Onhandig</b>	<b>Ondergeschikt</b>	<b>Compulsief</b>

- 64% van de studenten gaf aan dat ze meer positieve eigenschappen bezaten dan de rest van, terwijl 38% aangaf dat ze meer negatieve eigenschappen bezaten (Dunning 2005).

**Een positief zelfbeeld volhouden → wordt gestimuleerd door social media**

### **Impression management**

- A process through which individuals try to control or influence others' perceptions or impressions toward them (Leary & Kowalski, 1990).
- SNS use increases self-esteem. By using feedback from peers about your profile, it can be adjusted and optimized, which leads to even more positive feedback (Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006)
- People give back (reciprocate) the kind of treatment they have received from another, overpowering liking (Regan, 1971).
- Reciprociteit = jij liked omdat de anderen jouw liken is belangrijker dan echte waardering.

### **Expression effect**

Sharing photos may not only influence others, it may also affect the poster. This phenomenon, in which our beliefs and behavior exert an influence on ourselves, has been referred to as an expression effect (Pingree, 2007)

Je bekijkt jezelf vanuit het publiek en jezelf ook op die manier bekijken.

### **Ook veel leugens**

- Leugens zijn aantrekkelijker om te delen dan de waarheid.
- There is worldwide concern over spreading false news through social media and the possibility that it can influence political, economic, and social well-being (Vosoughi et al., 2018)
- The top 1% of false news reached between 10,000 and 100,000 people, whereas the truth rarely reached more than 1000 people.
- Sharable information holds social currency because it makes us look good and interesting to those around us (Berger, 2013)

### **Consequences van posten van sexy selfies**

Voor jezelf: Kenmerken van sexy selfies (wilde, temperamentvolle, flirterige, populariteit) wordt ook voor jezelf erg belangrijk.

Voor kijkers: het wordt meer geaccepteerd. De gedachte dat iedereen seks heeft wordt normaal. Mensen hebben daardoor ook eerder seks.

### Rich get richer

- Mensen die in de werkelijkheid al vaardig zijn, zijn dat ook op social media en krijgen meer reacties en likes.
- The rich-get-richer hypothesis proposes that especially adolescents who already have strong social skills will benefit from the Internet when it comes to formation of friendships (Valkenburg & Peter (2011)

### The social compensation. (weinig empirisch bewijs)

- Voor mensen die sociaal wat minder meekomen in de werkelijkheid gebruiken social media omdat ze daar de verbondenheid beter kunnen ervaren. Daar vinden ze wel het contact.
- The social compensation hypothesis states that the Internet is particularly beneficial for lonely and socially anxious adolescents. Because of the controllability of online communication, these adolescents more easily disclose themselves while being online, which eventually facilitates the formation of friendships.

### Social media disorder criteria

Heb je in het afgelopen jaar..	Nee	Ja
...regelmatig aan niets anders kunnen denken dan aan het moment dat je weer sociale media kon gaan gebruiken?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...je regelmatig ontevreden gevoeld omdat je meer tijd aan sociale media had willen besteden?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...je vaak rot gevoeld als je geen sociale media kon gebruiken?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...vaak sociale media gebruikt om niet aan vervelende dingen te hoeven denken?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...vaak stiekem sociale media gebruikt?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...regelmatig geen interesse gehad in hobby's of andere bezigheden omdat je liever met sociale media bezig was?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...geregeld ruzie gekregen met anderen door jouw sociale mediagebruik?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...geprobeerd om minder tijd aan sociale media te besteden, maar lukte dat niet?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...serieuze problemen met je ouders, broer(s) of zus(sen) of vrienden gehad door je sociale mediagebruik?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- Als je aan 5 of meer voldoet ben je verslaafd.
- Steekproef van 2200 Nederlandse adolescenten (van den Eijnden, Lemmens, & Valkenburg, 2016) toonde aan dat Sociale Mediaverslaving gerelateerd was aan:
  - Depressie
  - Eenzaamheid
  - Lager zelfvertrouwen
  - Impulsiviteit
  - Aandachtsstoornissen

Gevolgen dus.

- Komt aanzienlijk vaker voor bij meisjes dan bij jongens (mannen en vrouwen)



## ≡ Wat delen op social media?

### **Meme:**

A meme is defined as a popular image, video, or piece of text, typically humorous in nature, that is copied and spread rapidly online, with slight variations. Memes lure extensive creative user engagement in the form of parody, pastiche, mash-ups or other derivative work. 'Memetic' alludes to the act of participation through mimesis, a fundamental aspect of this video type (Shifman, 2012)

- Je maakt het maar het kan ook worden aangepast

### **Kattenvideo's:**

- Cuteness is distinct from beauty. Emphasizing rounded over sculptured, soft over refined, clumsy over quick (Reep, 2010).
- **Cute cues** are those that indicate extreme youth, harmlessness, vulnerability, and need. From an evolutionary perspective, human beings are wired to respond quickly to any signs of infantile desire (Dutton, 2009).
- Happiness gained from viewing cat videos can moderate the relationship between procrastination, guilt, and enjoyment (Myrick, 2015).
- Schuldgevoel van lang online zitten kijken naar kastenfilmpjes wordt goed gemaakt door het gevoel van happiness en enjoyment die de video veroorzaakt.

### **Trailers van films:**

- Een gat ivm onze informatievoorziening wat ons nieuwsgierig maakt. Gat opvullen door de rest van de film kijken.
- Trailers zorgen voor hoge verwachtingen.
- **Information-gap theory** (Loewenstein, 1994) Whenever we perceive a gap between what we know and what we want to know, that gap has emotional consequences (curiosity). A curious individual is motivated to obtain the missing information to reduce or eliminate the feeling of deprivation.
- Movie audiences reported higher expectations after seeing a preview (Eastman, Bradbury, & Nemes, 1985)

### **Viral video's**

- A viral video is defined as a clip that spreads to the masses via digital word-of-mouth mechanisms without significant change (Burgess, 2008).
- These videos are tagged as viral since they spread rapidly from person to person like an epidemic through social media, blogs, or e-mail contact (Shifman, 2012)
- Verspreid zich als een virus en wordt niet door gebruikers aangepast

### **YouTube opbrengsten**

- YouTube ontvangt ongeveer 55% van de (advertentie) inkomsten van een video.
- AdSense – Banners en leaders (You can skip this ad in 5 seconds) = ongeveer 1000 euro per miljoen views
- Maar voor branded videos kun je veel meer krijgen (>10.000 euro) per miljoen views
- MediaKraft, MCN (multi-channel network) en andere bedrijven zijn een soort managers van YouTube artiesten die talent ontdekken en helpen ontwikkelen. Zij zitten vaak achter viral campagnes. Social Influencers.

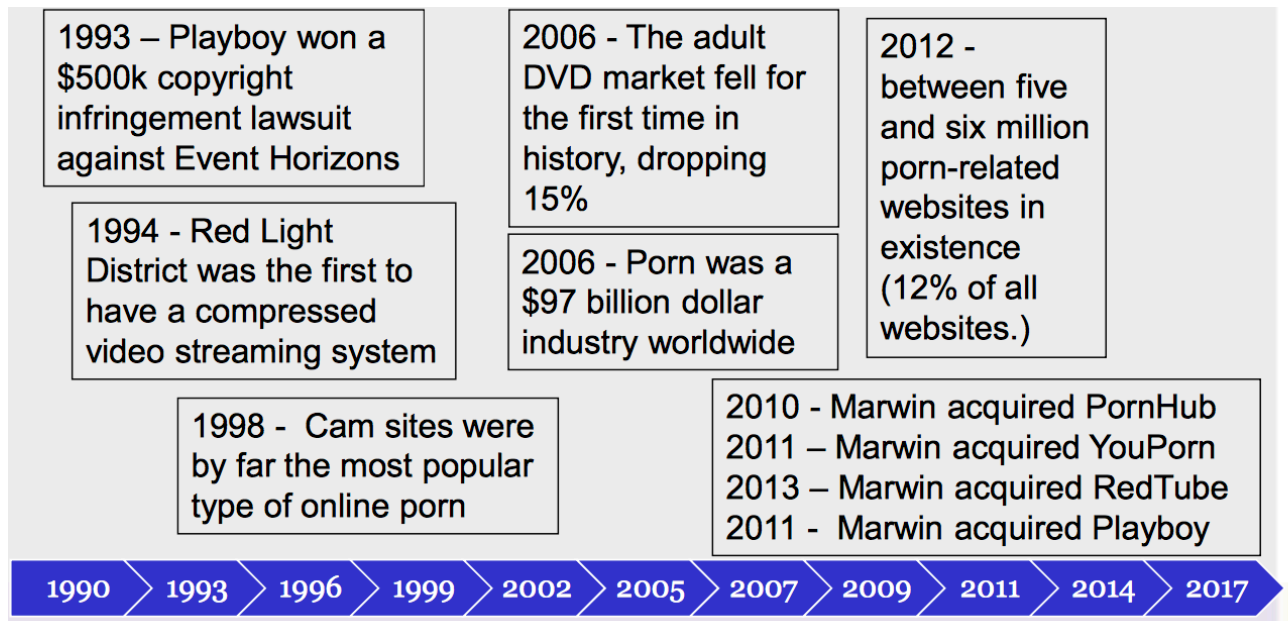
## Van viral video tot meme

A memetic video is defined as a popular video clip that lures extensive creative user engagement in the form of parody, pastiche, mash-ups or other derivative work. 'Memetic' alludes to the act of participation through mimesis (imitation), a fundamental aspect of this video type (Shifman, 2012)

VB: mentor & coke

VB: harlem shake

## ONLINE PORNOGRAFIE



- Vooral jongens.
- Als je jongere vrienden hebt
- hogere in sensatie steking
- hoger seksuele interesse
- Puberaliteit
- Mensen die niet hetero zijn, vaker online pon kijken

## Gevolg

- reduces sexual satisfaction
- reduces body satisfaction (males only) penis
- increases sexual uncertainty
- increases sexual preoccupation
- increases instrumental attitudes toward sex; seks is iets waar geen liefde bij hoeft te komen; gewoon iets wat je doet.
- leads to beliefs of female token resistance - only among adults!; vrouwen zeggen nee maar bedoelen ja.
- leads to an earlier onset of oral and coital sex
- stronger notions of women as sex objects
- more positive attitudes toward uncommitted sexual exploration; geen relatie om seks te hebben
- more positive attitudes toward sex without affection; geen liefde ervaren om seks te hebben

## STREAMEN TELEVISIE

Wikipedia: A television set, also called a television receiver, television, TV set, TV, or "telly" (UK), is a device that combines a tuner, display, and speakers for the purpose of viewing television.

Merriam-Webster:

1: an electronic system of transmitting transient images of fixed or moving objects together with sound over a wire or through space by apparatus that converts light and sound into electrical waves and reconverts them into visible light rays and audible sound

2: a television receiving set

3a: the television broadcasting industry

3b: television as a medium of communication

- Gemiddelde Nederlander (6+) kijkt 190 minuten per dag televisie (Spot, 2015).
- Gemiddelde Amerikaan (2+) kijkt 4 uur en 49 minuten televisie per dag
- Vergeleken met 2000, toename van 20 procent

### Live uitzendingen succes

- **Perception of indeterminacy effect** (Vosgerau, Wertenbroch & Carmon, 2006). Je weet niet hoe het gaat aflopen. Mensen die dachten dat het live was vonden de voetbalwedstrijd spannender.
- **Social grease** points to a pleasure in talking about a shared television experience with others (Lee & Lee, 1995)
- Social surrogacy (Derrick, Gabriel, & Hugenberg, 2008) Vervanging. het gevoel dat je live contact hebt met mensen

### Geschiedenis TV

- *Golden Age of Television (~1950)*
  - Live TV drama
  - Live TV (telecasts)
  - Daytime Serials (Soap opera)
  - Prime time (19.00 – 22.00)
- *Second golden age of television*
  - 80s and 90s (Thompson, 1997)
  - Drama series

### Hoe kiezen we op Netflix?

- A typical user will review 10 to 20 titles, and perhaps three of those in any detail. If they don't find anything of interest after 90 seconds, they'll give up (Gomez-Uribe & Hunt, 2015).
- The recommendation system accounts for 80 percent of the hours watched on Netflix in total. The rest comes from their search function
- The Trending Now row has been very successful (recurring viewing patterns, e.g., romantic movies on Valentine's day)
- Other successful recommendations include the Continue Watching row, and the Because You Watched row, which compares movies and TV shows to previous titles users have seen.

## Waarom kiezen we iets op Netflix?

- **Anchoring** is a cognitive bias that describes the common human tendency to rely heavily on the first piece of information offered (the "anchor") when making decisions.
- Ankerings: eerste wat je ziet (positieve bias) en de rest daar mee vergelijken
- **The serial position effect** states that when given a list of information and later asked to recall that information, the items at the beginning (**primacy**) and the items at the end (**recency**) are more likely to be recalled than the items in the middle.
- Eerste wat je ziet blijft hangen, en wat je het laatste ziet blijft hangen.

## Binge watching

- Televisie was vroeger vooral episodisch: elke aflevering was een afgerond geheel, waardoor je op elk moment een aflevering kon kijken zonder benodigde voorkennis.
- Tegenwoordig zijn het vaker complexe personages en uitvoerige verhaallijnen die tientallen uren per seizoen kunnen omvatten.
- Het is makkelijker geworden om hele seizoenen achter elkaar te kijken.
- Binge watching is niet helder afgebakend. Sommigen definiëren een binge als meer dan 3 afleveringen (Spangler, 2013)
- Netflix werkt het wel in de hand → **opt-out optie** → ik zeg dat ik het niet wil want standaard is ik wil het wel.

## Cliffhangers

**Zeigarnik effect:** het verschijnsel dat mensen onvoltooide taken beter onthouden dan voltooide taken. De herinnering aan onvoltooide taken kan leiden tot frustraties en gevoelens van ongerustheid (weekly, season, commercial break)

## Bingewatchen slecht?

- **Displacement of Family and Friends**
- Contact with family and friends brings us the most happiness and life satisfaction. Television viewing leads to less communication and interaction and thereby negatively affects relationships within the family (e.g., Kubey & Csikszentmihalyi, 1990), and friends (e.g., Robinson, 1977)
- **Binge Watching as a Young Adult Linked to Cognitive Impairment (Hoang et al., 2016)**
- 25-year-long study of more than 3,200 18-to 30-year-olds.
- Those who reported watching the most TV (usually more than three hours a day) and doing the least physical activity (usually less than two and half hours a week) had the worst cognitive functioning, even before the participants were middle-aged.

## Schermen en slaaptkort

- Decreases in self-reported sleep duration among U.S. adolescents 2009- 2015 are linked to new media screen time (Twenge & Krizan, 2017).
- Blauw licht van e-readers, smartphones en iPads vermindert de slaapkwaliteit door het onderdrukken van melatonine aanmaak (Wood et al., 2013).
- Slaaptkort kan leiden tot een verzwakt immuunsysteem, lagere pijndrempel, langzamere reactietijden, stemmingswisselingen, depressieve, vetzucht en diabetes (Chang et al, 2015).

## Obsessief en compulsief gedrag

- **Obsessies** zijn gedachten die men niet kan onderdrukken
- **Compulsies** zijn gedragingen die men niet kan weerstaan

- Gedragsverslaving is overmatig, compulsief en obsessief gedrag dat men niet kan controleren ondanks de conflicten en problemen die daaruit voortkomen (Lemmens, Valkenburg & Peter, 2009).
- Verslaving is een abnormale afhankelijkheid aan een ervaring die nadelig is voor deze persoon, maar ook dermate essentieel voor diens leven, dat ze dit niet kunnen opgeven (Peele, 1991).

### **Dopamine—> gedrag —> beloning —> dopamine etc.**

- Dopamine wordt aangemaakt tijdens het spelen van games (Koepp et al., 1998).
- Hoe meer men speelt, hoe hoger de concentratie van dopamine (Kühn et al, 2011)
- Overmatig gamen voordat men 22 jaar is, kan de dopamine 'aanvoerkanalen' in de hersenen voorgoed veranderen (Wee et al., 2014)
- Alleen de voortdurende aanmaak van dopamine is niet afdoende voor het ontstaan van een verslaving. Het gedrag moet psychologische tekortkomingen verzachten.
- Verslaving ontstaat wanneer onze hersenen hebben aangeleerd dat het het gedrag essentieel is voor ons emotioneel welzijn (Atler, 2016).

### Criteria voor verslaving

Preoccupation	(obsessie)
Tolerance	(tolerantie)
Escapism	(escapisme)
Withdrawal	(ontwenning)
Persistence	(volharding)
Conflict	(conflicten)
Problems	(problemen)
Displacement	(vervanging)
Lies & Deceit	(leugens en bedrog)

Mensen met meer eenzaamheid meer gevoelig voor verslaving

Mensen met meer agressie

Verbanden mate gameverslaving in psychosociaal welzijn.

Reciprocaal niet alleen aanleiding maar ook versterking.

### **Gameverslaafden**

- De meerderheid van de spelers (53.8%) toont geen enkel teken van verslaving (0 van de 9 criteria)
- Binnen de volledige populatie van 2440 Nederlanders (13-40) voldoet 5.4% aan de DSM-5 diagnose voor verslaving ('ja' geantwoord op vijf of meer van de negen criteria)
- Adolescenten (13-20): 5.5% Jong-volwassenen (21-30): 6.7% Middelbaar volwassenen (31-40): 3.9%
- **Verslaving hangt binnen alle genres sterker samen met tijdsbesteding aan online games dan aan offline games**

### Loot boxes

- vorm van gokken, je doet iets, krijgt reactie en zal dat blijven herhalen. Beloning, maar niet achterhalen waar dat vandaan komt. Random reinforcement (ratvoorbeeld)
- The European Gambling Commission does not class loot boxes as gambling because the items obtained from them cannot be exchanged for real-life money.
- Twee grondslagen aan loot boxes

## Patronen recognitie

1. **Apophenia** (Conrad, 1958) is the spontaneous perception of connections and meaningfulness of unrelated phenomena.
  - Proberen achterhalen wat het systeem is. We willen het patroon herkennen, dan controle hebben. We zien gezichten in willekeurige dingen
2. **The clustering illusion (Gilovich, 1991)**: The tendency to erroneously consider the inevitable "streaks" or "clusters" arising in small samples from random distributions to be non-random.
  - Focussen op kaart met stipjes dan zie je een patroon. We kunnen niet accepteren dat sommige dingen gewoon random zijn.

## Cultivatietheorie

- Heavy TV-viewers consume television non-selectively.
- High television exposure cultivates the acceptance of values that are present in the culture and the reality portrayed in the media.
- **Leads to: Mean world syndrome**: Because TV contains so much violence, people who spend the most time in front of the tube develop an exaggerated belief in a mean and scary world.

## Marijuana voorbeeld in films

- Eerst vooral negatieve kant van wiet
- Later ook positieve effecten
- Jaren 90, psychedelische effecten benadrukt.
- Gateway drug: Marijuana use results in an increased likelihood of using "more serious" drugs such as cocaine and heroin.
- If young people do not use marijuana it is relatively unlikely that they will use other illegal drugs (DuPont, 1984)
- If young people do not use alcohol or tobacco, they are less likely to use other drugs, such as marijuana (Kleinig, 2015)

## Effecten van Marijuana in films

- Of the 258 popular music videos studied, 20% verbally referenced illicit drugs and 37% displayed alcohol. In every case, marijuana was the illicit drug most commonly represented (Roberts et al., 2002).
- 57.8% of young adults claimed their beliefs, values and opinion is influenced by their idol (Boon & Lomore, 2016)

---

## HC 7 - Entertainment economie

---

- Majors en independent markt.
- Sales agent: zoeken naar geld om film te maken.
- **Risicovol** —> investeren in iets met minimale garantie. Als de film het niet doet, ben je geld kwijt, als de film het wel doet, meer royalties betalen. Dat betekent PA = print and advertising. MG = minimale garantie. Het is gewoon een keiharde business, waar het gaat om heel veel geld.
- **Gratis kijken** = geen inkomsten = geen nieuwe films aankopen = producent geen films meer gefinancierd.
- Meeste geld uit Amsterdam, Rotterdam en Den Haag omdat hier meestem mensen zijn
- In drie zinnen moet de film uit te leggen zijn
- Wat vind de exploitant leuk —> meneer van pathe niet mee eens, dan jouw film niet in bios.

### Overnames van films.

1. Relatie (VB lord of the rings)
2. Vertrouwen (ik zie nauwelijks films, dus ik moet er op vertrouwen dat het een succes wordt)
3. Timing (je moet weten wat er hot is op het moment dat de film uitkomt)
4. Geluk (
5. Wees blij (iemand van mijn team moet er enthousiast over zijn; bij filmpromotie moeten mensen het promoten.

Filmrechten voor alle media kopen.

Distribution is a team effort between the sales (booking) and marketing departments but also between the producer, sales agent, director, cast and the distributor.

Mijn enige doel: jullie de bioscoop in krijgen. Middels posters.

---

### Hollywood domineert

- American market for foreign productions has been described as 'impenetrable and unattainable' (Brunet and Gornostaeva 2006, p. 61).
- Through the expansion of media culture industries in other countries we see the continuing dominance of American media culture (Crane 2014).
- **Transnational films:** through a combination of national, and international elements deliberately blend nations and cultures, rather than simply erasing cultural specificity (Higbee & Lim, 2010). De ideeën die ze verspreiden maken ze multicultureel. Chinzen in films.

### Productiekosten

- The average cost of films produced by major studios is close to \$100 million, while the average cost of independent films is less than \$40 million (European Audiovisual Observatory, 2006).
- The average cost of a British film is \$13.3 million (Brunet & Gornostaeva, 2006), of a French film, \$5.1 million (European Audiovisual Observatory, 2010).
- Van grote studio's hebben veel geld. Heel veel geld gaat naar marketing.

## Afstudeerproject VB

- Kwantitatieve analyse van alle 5048 films die een wide release hebben gehad in de VS tussen 1983 en 2017.
- Wide Release = 600 biocopen of meer
- **Succesindicatoren**
  - IMDb Scores (meta and rating)
  - Tomatometer (critics and users)
  - Box office (US and Global)
  - Rol (omzet / productiebudget)

Bronnen: IMDB, BOXofficeMOjo, Rotten Tomatoes. Veel informatie uit de sites halen zonder de films te zine.

## **Algemene budgetkenmerken —? Hoe hoger productieommes = hoe meer winst.**

- Gemiddelde Productiebudget (N = 2100) = 52.9 miljoen
- Gemiddelde omzet (N= 2100) = 69.7 miljoen
- Correlatie tussen Productiebudget en omzet  $r = .61, p < .001$
- Gemiddelde Rol = 1.85 (SD, 2.78)

## **De grote zes studio's**

- Warner Bros
- Paramount,
- Walt Disney
- Universal
- 20th Century Fox

Weinig films in de zomer en daarom juist hele hoge omzet.

## **Governing dynamics.**

Adam Smith: Het aangaan van competitie is goed voor algehele belang/financiële opbrengst

Nash Equilibrium: Het idee dat je eigenlijk iets zou moeten doen wat goe dis voor de groep om daarmee ook je eigen financieel succes ook groter te laten zijn.

Films —> hoe meer voor competitie hoe minder omzet.

## **Nash evenwicht**

Situatie met:

Minimaal twee spelers (tegenstanders)

Informatie over alle mogelijkheden (zelf en ander) Informatie over de gevolgen van deze mogelijkheden

Always an optimal strategy a player should follow to avoid losing and maximalize winnings

Equilibrium: Geen van de spelers kan de positie verbeteren zonder dat de ander daar nog MEER van zou kunnen profiteren.

Gevangenen dilemma. Dominante strategie is verlinken. Split of steal voorbeeld



Disney	WB	Batman vs Superman May Release	Batman vs Superman June Release
Captain America May Release	200m	200m	600m
Captain America June Release	500m	200m	300m

### Vrouwen in films

- 28% sprekende rollen voor vrouwen. Ondervertegenwoordigd
- Negatieve correlatie: hoe meer vrouwen hoe lager de waardering op imdb.
- Man vrouw in de hoofdrol. Meer opbrengst als je een man in de rol doet. Ook bij rating op imdv En ook bij man of vrouw regisseur.

### Oscarnominaties

- Film in januari gemiddeld 1 oscar nominatie en ook december werkt.
- Hoe meer Oscarnominaties hoe meer omzet

### Boekverfilmingen

- Doen het over het algemeen veel beter Waarom?
- **Transmedia Storytelling**  
Elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified entertainment experience (Jenkins, 2011). AKA: Cross-Media Fertilization (Militz, 1998).
- **Familiarity principle:**  
People tend to develop a preference for things merely because they are familiar with them (Zajonc, 1968).

### Self-determination theory

- Competentie, autonomie, relatedness

### Game monetization

Hou games gratis

### Loss aversion (in video games)

- **Loss aversion:**  
The disutility of giving up an object is greater than the utility associated with acquiring it (Kahneman & Tversky, 1992). (i.e., losses hurt more than gains feel good).
- **Appointments:**  
Game dynamics in which player must log-in or participate in game at a predetermined times/place effect in order to avoid negative consequences

### Televisie: targeted Ads

Weet waar je publiek zit, dan kan je gericht adverteren.