



Met een schuin oog

Een onderzoek naar het effect van sportgerelateerde televisiebeelden op de gesprekken van hockeycoaches in het clubhuis.

Hogeschool van Arnhem en Nijmegen

Master sport- en beweeginnovatie

Auteur: Martijn Akkermans

Begeleiders: Mark de Niet
Velibor Peeters

Mei, 2018

Inleiding

Een van Nederlands grootste sportbonden, de Koninklijke Nederlandse Hockeybond (KNHB) heeft te maken met een sterke daling van de ledenaantallen in de leeftijd van twaalf tot achttien jaar (KNHB ledenstatistiek, 2017). De sportuitval van kinderen in deze leeftijdscategorie heeft een enorme impact op hun verdere sportleven. Zo blijkt uit een Amerikaans onderzoek dat 43% van de kinderen die voor hun 18^e levensjaar stoppen met georganiseerde sport, daarna ook nooit meer terugkeren (Hyman, 2009). In dit onderzoek wordt benadrukt hoe belangrijk het is dat pubers onderdeel blijven van georganiseerde sport. Hier lijkt de KNHB zich ook bewust van, de bond floreert met ledenaantallen bij de jongste jeugd tot 12 jaar maar daarna lopen de aantallen met 35% terug (KNHB ledenstatistiek, 2017). De hockeybond heeft hier de laatste jaren interventies voor opgestart, zoals het boeien & binden van jongens tijdens de pubertijd (KNHB, 2016). De sportuitval heeft echter tal van redenen waarbij een belangrijke reden een niet competente coach te blijkt te zijn. Een coach die eentonige, saaie trainingen verzorgt en weinig of negatieve feedback geeft (Baar, 2003).

Uit onderzoek blijkt dat er allerlei redenen, ten aanzien van de coach, zijn om te stoppen met georganiseerde sport (Dangi, 2016). Zo gelden er intrapersonlijke redenen zoals een negatieve teamdynamiek waar een coach niets aan doet, of negatieve gevoelens richting de coach (Crane, 2015), maar ook te veel druk om te moeten presteren of een coach met onduidelijke of slechte communicatievaardigheden wordt als beweegreden om te stoppen aangegeven (Fraser-Thomas, 2005, Baar, 2003). Ook gelden coaches die alleen de besten laten spelen of te veel gefocust zijn op winnen als belangrijke redenen voor jeugd om te stoppen met sport (Wallace, 2016).

Team coaches spelen klaarblijkelijk een grote rol in de uitval van kinderen binnen een sportvereniging. Om uitval te verminderen lijkt het dus van belang om de benodigde kwaliteiten van de coach te verbeteren. De kwaliteiten van een coach hangen af van de kennis, vaardigheden en attitude van de coach, ook wel competenties genoemd (NOC*NSF, 2012). Voor de ontwikkeling van deze competenties blijkt de interactie tussen coaches onderling heel belangrijk te zijn. (Nelson, 2013). Dit komt ook naar voren bij een Australisch onderzoek waarin wordt geconcludeerd dat één van de belangrijkste bronnen van kennis voor een coach de gesprekken en interactie met andere coaches is (Cushion, 2003). Het kijken naar, samenwerken en discussiëren met andere coaches stimuleert de ontwikkeling van coaches in het bijzonder. Coaches die in tweetallen of kleine groepjes aan opdrachten rondom hun atleten werkten maakte veel sneller vooruitgang met verschillende leiderschapscompetenties dan coaches die alleen werkten (Cassidy, 2009). De voornaamste verbetering die afgestudeerde sportcoaches meegeven aan hun coachopleiding in Nieuw-Zeeland is dat er meer samenwerkingsopdrachten gericht op de praktijk gegeven kunnen worden. Want juist de daaruit vloeiende gesprekken leiden tot groei, volgens de studenten. (Cote, 2009).

Wanneer er een gesprek is tussen twee of meerdere coaches, waarbij er de mogelijkheid is om te leren van elkaar, noemen we dit een dialoog (Stroeken, 2000). Een dialoog kenmerkt zich doordat alle partijen evenwaardig aan bod komen en de kans krijgen hun standpunt of gevoelens naar voren te brengen. In de regel is een dialoog ook verrijkend, omdat men van de ander iets leert of omdat er de tijd is genomen goed naar elkaar te luisteren (Verstraten, 2008). Een dialoog tussen coaches draagt alleen bij aan de ontwikkeling van hun competenties als de dialoog ook daadwerkelijk over hun vak als coach gaat (Nelson, 2006). Dit maakt het

interessant om te kijken hoe het onderwerp van de dialoog tussen coaches gestuurd kan worden, zodat ze ook daadwerkelijk over hun vak als coach praten.

Het sturen van gespreksonderwerpen wordt binnen de communicatiewetenschappen gespreksbeïnvloeding genoemd. Dit kan bijvoorbeeld in de vorm van priming (Pietsch, 2012). Priming is het sneller herkennen van, of reageren op, een bepaalde stimulus als men deze eerder heeft waargenomen (Doyen, 2012). Wanneer men priming wil toepassen om het onderwerp van een dialoog te sturen, spreekt men van semantische priming. Semantische priming betekent dat mensen eerder geneigd zijn aan dezelfde dingen binnen een categorie te denken wanneer ze hier eerder mee geprikkeld worden (Meyer, 2014). Semantische priming werkt doordat het de aanliggende gebieden in de hersenen aanspreekt en daardoor sneller verbinding legt. Dit wordt verspreide activatie genoemd (Rodriguez, 2008). Wanneer mensen bijvoorbeeld op een beeldscherm een appel herkennen zullen ze in een gesprek over voedsel, ook sneller over fruit praten (Meyer, 2014). Via semantische priming kan de dialoog die coaches met elkaar voeren gestuurd worden richting een bepaald onderwerp.

Een mogelijke manier om de dialoog van coaches te sturen is door de coaches semantisch te primen met tekst op televisieschermen. Het lezen van tekst, dit opslaan, later terughalen en gebruiken binnen een gesprek wordt ‘parsing’ genoemd (Gass, 2017). Zo zijn er studies te vinden dat kinderen sneller gesprekken leren voeren in een vreemde taal als ze geprimed worden via beeldschermen in een klaslokaal met tekst (Miller, 2006). Een andere studie die ingaat op parsing beschrijft hoe studenten via goed voorbereide beelden waarschijnlijk de informatie vergaren die ze nodig hebben om te kunnen leren (Schwartz, 2004). Er zijn talloze onderzoeken rondom parsing en gespreksbeïnvloeding (Lidz, 2017). Deze onderzoeken richten zich echter niet op sportcoaches. Bovendien zijn deze studies uitgevoerd binnen een omgeving waarin deelnemers vaak al rondlopen met een lerende houding (leerlingen, studenten). Het is de vraag of sportcoaches met een lerende houding rondlopen in een clubhuis. Het is daarom interessant om te onderzoeken in hoeverre coaches door semantische priming met teksten op televisiebeelden vaker met andere coaches in gesprek gaan en het onderwerp van het gesprek veranderd.

Onderzoeksvragen.

- 1) Zorgt het tonen van televisiebeelden, in het clubhuis, ervoor dat trainers en coaches vaker met andere teambegeleiders gaan praten?
- 2) Zorgt het tonen van televisiebeelden, in het clubhuis, ervoor dat trainers en coaches vaker over sportgerelateerde onderwerpen gaan praten?

Methode

Deelnemers

De steekproef voor dit onderzoek bestond uit 225 personen, waarvan 126 mannen (53,6%) en 99 vrouwen, verdeeld over twee hockeyclubs in Zuid-Holland, Nederland. Op hockeyclub A hebben 126 personen deelgenomen, waarvan 74 mannen (58,7%) en 52 vrouwen. De gemiddelde leeftijd was 38,1 jaar ($SD = 14,1$; $R=18-71$). Op hockeyclub B hebben 99 personen deelgenomen, waarvan 52 mannen (52,5%) en 47 vrouwen. De gemiddelde leeftijd was 36,2 jaar ($SD = 13,7$; $R=18-71$). Een overzicht van hoe de clubhuisbezoekers is verdeeld per club kan worden teruggevonden in tabel 1. Op hockeyclub A is een iets hoger percentage coaches en trainers gemeten dan op hockeyclub B.

Tabel 1
Clubhuisbezoekers

	Hockeyclub A		Hockeyclub B	
	aantal	percentage	aantal	percentage
Coach	37	28,7	24	24,0
Trainer	21	16,3	9	9,0
Manager	15	11,6	16	16,0
Begeleider	4	3,1	3	3,0
Geen begeleiding	52	40,3	48	48,0
<i>Totaal</i>	129	100	100	100

Noot. Begeleiders zijn onderdeel van het team, maar hebben een andere rol dan coach, trainer of manager. Bijvoorbeeld; cameraman of fysiotherapeut.

Noot 2. Geen begeleiding gaat over clubhuisbezoekers die geen onderdeel van een team zijn. Bijvoorbeeld ouders die een wedstrijd bekijken.

Design

Bezoekers van twee verschillende hockeyclubs zijn bevraagd bij het verlaten van het clubhuis van de desbetreffende club. Daar werd een kort gestructureerd interview met ze afgenomen door getrainde onderzoekers die steeds in tweetallen hebben gewerkt. De inclusiecriteria waren 18 jaar en ouder en niet-speler. De onderzoekers stelden na toestemming eerst de vraag of de respondent een team begeleidde als coach, trainer, manager of begeleider. Bij een bevestigend antwoord werd doorgevraagd. Bij een ontkennend antwoord werd de leeftijd gevraagd en eindigde het interview. Deze werkwijze is gevolgd omdat voor dit onderzoek enkel de onderlinge gesprekken van teambegeleiding relevant zijn. Daarbij zijn de coaches en trainers steeds meegenomen als één groep en is gekeken naar de gesprekken die zij voeren met andere teambegeleiding. Voor de inhoud van de gesprekken geldt dat alleen sportgerelateerde gesprekken relevant zijn voor dit onderzoek. Respondenten konden bij de vragen over gespreksonderwerpen tot wel zes antwoorden kiezen (bijlage 2). Deze zijn later ingedeeld in twee categorieën; sportgerelateerd en niet-sportgerelateerd. Bezoekers die tijdens een meting meerdere keren in en uit het clubhuis komen zijn maar één keer meegenomen in het onderzoek. Zowel begeleiding van jeugdteams als seniorenteam zijn meegenomen in dit onderzoek.

Dit onderzoek is opgezet met een experimenteel design waarbij op hockeyclub A een interventie is toegepast. Deze interventie (bijlage 1) bestond uit het tonen van beelden, met foto's, vragen en stellingen over coaching op drie televisieschermen die standaard in het clubhuis hangen. Iedere 20 seconden wisselde het beeld af in de vorm van een slideshow. De slideshow duurt in totaal 2 minuten en 40 seconden en werd gedurende de gehele dag herhaald. Er is gekozen voor tekst met 'uitdagende' vragen – die aanzetten tot het geven van een antwoord omdat dit het beste lijkt aan te sluiten bij het werkend mechanisme van parsing (Gass, 2017). [voorbeeldvraag: 'Een goede coach heeft een plan om zijn spelers beter te maken. Heb jij een plan je spelers?'] Op hockeyclub B is geen interventie toegepast, deze club geldt als extra controlegroep in dit onderzoek. Er is in totaal twaalf keer gemeten, zes keer bij beide hockeyclubs, tijdens het zaalhockeyseizoen in december, januari en februari. Een overzicht van de metingen per club kan worden teruggevonden in tabel 2. Hockeyclub A en B zijn uitgekozen voor dit onderzoek omdat beide clubs gebruik hebben gemaakt van een zogenaamde 'blaashal'. Deze opblaasbare constructie zorgt ervoor dat er op de gekozen hockeyclubs zaalhockey gespeeld kan worden zonder te verhuizen naar dichtbij zijnde sportzalen. Hierdoor kunnen deze

clubs gebruik maken van hun eigen clubhuis. Er is een hoger percentage metingen tijdens meting 6. Een mogelijke verklaring hiervoor zijn de play-off wedstrijden die gespeeld werden. Eén meting duurde steeds twee uur. Er is bij beide clubs zowel 's-middags als 's-avonds gemeten. Er is alleen gemeten rondom wedstrijden en niet tijdens trainingen. Hier is voor gekozen omdat er tijdens wedstrijddagen een veel grotere verscheidenheid aan teambegeleiding op een club aanwezig is.

Tabel 2

Metingen per hockeyclub

	hockeyclub A		hockeyclub B	
	aantal	percentage	aantal	percentage
Meting 1	19	14,7	11	11,0
Meting 2	23	17,8	14	14,0
Meting 3	15	11,6	19	19,0
Meting 4	17	13,2	15	15,0
Meting 5	23	17,8	19	19,0
Meting 6	32	24,8	22	22,0
<i>Totaal</i>	129	100	100	100

Meetinstrumenten

Er is voor dit onderzoek gebruik gemaakt van gestructureerde interviews met single en multiple response vragen (bijlage 2). De vragenlijst is voor dit onderzoek opgesteld en niet gevalideerd omdat er geen eerder onderzoek naar deze doelgroep met deze specifieke vragen is gedaan. Tijdens meting 6 zijn op hockeyclub A drie extra vragen gericht op de interventie gesteld. Er is gekozen deze vragen alleen bij meting 6 te stellen om het onderzoek niet te beïnvloeden. Alle interviews werden ter plekke ingevuld door de onderzoekers zelf.

Data-analyse

Alle analyses werden uitgevoerd in SPSS Statistics 25. De afhankelijke variabelen zijn; 'gesprekspartner', 'gespreksonderwerp', 'bewust zijn van televisieschermen', 'gelezen tekst op het televisiescherm' en 'gespreksbeïnvloeding door de televisieschermen'. De onafhankelijke variabele is; 'beelden op het televisiescherm'. Alle variabelen zijn categorisch, met uitzondering van de leeftijd variabele. Om verschillen aan te tonen tussen hockeyclub A en hockeyclub B is daarom gebruik gemaakt van chi-kwadraattoetsen. Het significantieniveau is vastgesteld op ,05. Indien er een significant effect werd gevonden, is de Odds Ratio berekend als maat voor effectgrootte.

Resultaten

De resultaten worden in dezelfde volgorde beschreven als dat de onderzoeksvragen gesteld zijn. Eerst wordt gekeken met wie de coaches en trainers hebben gepraat. Daarna wordt gekeken waarover de coaches en trainers hebben gepraat. Als laatste worden resultaten gepresenteerd over bewuste waarneming van de televisiebeelden in het clubhuis.

Gesprekspartner

Een overzicht van de resultaten op de vraag; met wie hebben de coaches en trainers gepraat in het clubhuis kan worden teruggevonden in tabel 3. Op club A zonder interventie sprak 28,6% van de trainers/coaches met andere coaches/trainers. Op club A met de interventie was dit 50%. Deze toename is echter niet significant ($X^2(1)=2,779$, $p=.096$).

Tabel 3

Met wie hebben de coaches en trainers gepraat in het clubhuis?

	club A zonder interventie		club A met interventie		Totaal club A		Totaal club B	
	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%
Met andere teambegeleider	8	28,6	15	50,0	23	39,7	17	51,5
met iemand anders	20	71,4	15	50,0	35	60,3	16	48,5
totaal	28	100	30	100	58	100	33	100

Gespreksonderwerp

Een overzicht van de resultaten op de vraag; waarover hebben de coaches en trainers gepraat in het clubhuis kan worden teruggevonden in tabel 4. Er is op beide clubs een bijna gelijk percentage sportgerelateerde gesprekken gevoerd (respectievelijk 72,7% en 71,9%). Er is dan ook geen significant verschil tussen club A en club B ($X^2(2)=,237$, $p=.888$). Wanneer gekeken wordt naar de interventieclub zijn de volgende resultaten te zien; op hockeyclub A is met interventie een hoger percentage sportgerelateerde gesprekken gevoerd dan zonder interventie (respectievelijk 76,7% en 68%). Dit verschil is echter niet significant ($X^2(1)=.516$, $p=.472$).

Tabel 4

Waarover hebben de trainers en coaches over gepraat in het clubhuis?

	club A zonder interventie		club A met interventie		Totaal club A		Totaal club B	
	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%
sportgerelateerd	17	68	23	76,7	40	72,7	23	71,9
niet sportgerelateerd	8	32	7	23,3	15	27,3	9	28,1
totaal	25	100	28	100	55	100	32	100

Vragen gericht op de beeldschermen

In de zesde week zijn bij hockeyclub A (interventieclub) nog drie extra vragen gesteld gericht op de beeldschermen. De resultaten hiervan zijn opgenomen in tabel 5. In bovenstaande tabel is te zien dat een zeer groot percentage van de ondervraagde begeleiding de televisieschermen is opgevallen (86,7%), de tekst heeft gelezen (76,9%) en het hun gesprek heeft beïnvloedt (70%).

Tabel 5

Vragen gericht op de beeldschermen

	ja	percentage	nee	percentage
Zijn de televisieschermen in het clubhuis u opgevallen?	13	86,7	2	13,3
Hebt u de tekst op de beeldschermen gelezen?	10	76,9	3	23,1
Hebben de televisiebeelden uw gesprek beïnvloedt?	7	70,0	3	30,0

Discussie

In dit onderzoek is gekeken of het tonen van televisiebeelden in een clubhuis effect had op de gesprekken van hockeycoaches en trainers. Hiervoor zijn 226 personen, waaronder 91 coaches en trainers, bevraagd bij twee hockeyclubs. Bij hockeyclub A is na drie weken meten een interventie in de vorm van beelden op de televisieschermen toegepast en is gekeken of dit invloed had op de gesprekspartner en het onderwerp van het gesprek. Hockeyclub B is meegenomen als controlegroep in dit experimentele onderzoek.

De resultaten laten zien dat het percentage gesprekken van trainers en coaches met andere begeleiding toeneemt bij hockeyclub A nadat de interventie is toegepast. Deze toename is echter niet significant omdat het onderzoek power mist. De steekproef voor dit onderzoek is te klein om tot significante verschillen aan te tonen. Hiervoor hadden er meer dan zes metingen moeten plaatsvinden of hadden de metingen langer dan twee uur moeten duren. Hoewel er geen significant verschil is gevonden, is de gevonden toename wel interessant. Een mogelijke verklaring voor deze toename kan het tonen van televisiebeelden in het clubhuis zijn. Hierbij is relevant om de resultaten uit vraag 6, 7 en 8 van de resultaten mee te nemen. Een overgroot deel van de teambegeleiders gaven hier toen aan dat ze de televisieschermen opgemerkt hebben, dat ze de tekst op de televisieschermen gelezen hebben en dat dit hun gesprek beïnvloedt heeft. Veel trainers en coaches zijn zich dus bewust geweest van de televisiebeelden en dit heeft mogelijk de keuze voor hun gesprekspartner beïnvloed. Dit is in lijn met onderzoek waar werd aangetoond dat televisiebeelden invloed hadden op de gesprekspartners van de respondenten (Brennan, 2010). Tijdens de metingen melden de onderzoekers ook een interessante observatie die meegenomen kan worden om een tweede verklaring te geven voor de toename van het aantal gesprekken met andere begeleiding. Tijdens meting 4 en 6 was het namelijk, bij beide hockeyclubs, erg slecht weer. De onderzoekers merkten dat de in en uitstroom lager was en dat mensen langer in het clubhuis bleven hangen. Bovendien merkten de onderzoekers dat het drukker was in het clubhuis dan bij andere metingen. Trainers en coaches hebben mogelijk langere tijd met elkaar doorgebracht en hebben wellicht ondertussen met andere begeleiding gepraat. Dit is in lijn met onderzoek waaruit blijkt dat wanneer veel

mensen dicht bij elkaar zijn, ze ook vaker en makkelijker contact met elkaar maken (Kraut, 1988).

Daarnaast laten de resultaten een kleine toename in het percentage sportgerelateerde gesprekken voor en na de interventie zien. Deze toename is niet significant omdat het onderzoek power mist zoals al eerder is verklaard. Opnieuw is het echter wel interessant om de toename te proberen te verklaren. Een eerste verklaring is te vinden in het feit dat er ook een stijging is in het percentage gesprekken met andere begeleiding tijdens de interventie. Met andere woorden; als coaches en trainers vaker met elkaar praten, gaat dit gesprek ook vaker over sportgerelateerde onderwerpen. Dit sluit aan op een onderzoek waaruit blijkt dat professionals vaak onderling over hun vak praten, ook al werken ze niet direct samen (Schmader, 2010). Een tweede verklaring voor de toename van sportgerelateerde gesprekken kan zijn dat de competitie tijdens meting 4,5 en 6 inmiddels al een even onderweg was en de teambegeleiders elkaar beter leren kennen. Ze herkennen elkaar dan van het veld en hebben hierdoor wellicht meer onderwerpen om over te praten. Dit is in lijn met een onderzoek waarin werd aangetoond dat hoe langer studenten elkaar kenden, hoe meer gemeenschappelijke onderwerpen over hun studie werden besproken (Collins, 2015).

Tot slot is het opvallend dat veel teambegeleiders de beelden bewust geregistreerd hebben, de teksten hebben gelezen en ze er zelfs over hebben gepraat. De insteek voor dit onderzoek was om te kijken of trainers en coaches onbewust gestuurd konden worden in hun gesprekken. Dit blijkt achteraf een enorme uitdaging voor dit praktijkonderzoek omdat voorgaande studies uitwijzen dat zelfs in geïsoleerde situaties hier geen definitieve uitspraak over valt te doen (Kahneman, 2011).

Conclusie

Het doel van dit onderzoek was om een bijdrage te leveren aan de ontwikkeling van trainers en coaches zodat zij jeugd kunnen behouden voor de georganiseerde sport. De interactie onderling over hun vak is hierin een belangrijke voorwaarde. Hoewel er in dit onderzoek geen significante verschillen zijn gevonden, zijn er aanknopingspunten zichtbaar; trainers en coaches lijken vaker met andere teambegeleiders te gaan praten wanneer ze hierin worden gestuurd met televisiebeelden. Bovendien lijken de gesprekken ook vaker over sportgerelateerde onderwerpen te gaan wanneer beelden hiertoe uitdagen.

Vervolgonderzoek

Als eerste aanbeveling geldt dat het interessant is om te kijken wat er uit dit experiment zou komen wanneer deze herhaald zou worden met grotere aantallen respondenten. Daarnaast zou het voor toekomstig onderzoek interessant zijn om te kijken of er een verschil is tussen trainingsavonden en wedstrijddagen. Trainers en coaches neigen ernaar meer met mensen van de eigen club te praten tijdens trainingsavonden omdat ze deze al (her)kennen. Deze hypothese is te verklaren vanuit het wij-gevoel dat een clubhuis oproept volgens de theorie van sociaal kapitaal (Bourdieu, 1986). Daarnaast is het interessant om een studie te richten op het verschil tussen statische en bewegende beelden en het effect hiervan op de gesprekken van de trainers en coaches. Hier is al wel eerder gebruik van gemaakt in onderzoek bijvoorbeeld in het lerend vermogen van kleuters, maar nog niet voor een doelgroep als trainers en coaches (Zimmerman, 2016).

De praktijk

De meeste hockeyclubs hebben televisieschermen in hun clubhuis hangen en gebruiken deze voor informatievoorziening of reclame. De schermen kunnen echter ook gebruikt worden om mensen in het clubhuis te verbinden, te sturen in hun gesprek of cognitief uit te dagen. De schermen lijken een ongebruikt middel om het verenigingsgevoel te versterken en het valt sportclubs dan ook aan te bevelen de schermen anders te gebruiken en de beelden te herzien. Deze aanbeveling sluit ook aan op onderzoek waaruit blijkt dat een goed ingericht clubhuis mensen kan verbinden en het verenigingsgevoel kan versterken (Pennekamp, 2013). Hoewel in dit onderzoek de televisieschermen niet expliciet worden genoemd, lijken de studies complementair aan elkaar. Als blijkt dat coaches daadwerkelijk vaker met elkaar gaan praten over hun vak door de televisies in het clubhuis dan geeft dit aanknopingspunten voor het werkend mechanisme van CoachCorner. CoachCorner is een innovatie die nastreeft coaches bij elkaar te brengen in het clubhuis en ze daar van elkaar te laten leren in een sfeervol ingerichte hoek. Eén van de elementen in de CoachCorner zou een televisiescherm kunnen zijn om coaches te sturen in hun gesprekspartner en het onderwerp van hun gesprek. Uit het huidige onderzoek lijkt het erop dat er een toename is van verbinding tussen de coaches, echter moet toekomstig onderzoek uitwijzen onder welke omstandigheden deze toename in communicatie tussen coaches significant verhoogd kan worden.

Literatuur

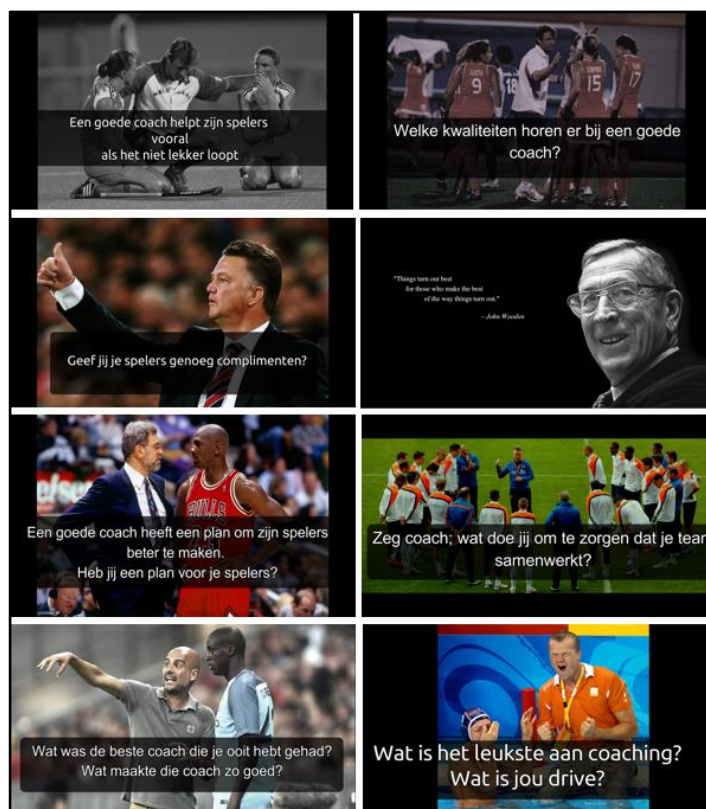
- Baar, P. L. M. (2003). Sportuitval en sportparticipatie van jeugdigen. Een integrale beschouwing. In: J. Bovend'eerd, R. Geertzen, J. Koevoets, & H. van der Loo (red.) *Zorg voor jeugdsport – Opstellen over beleid en praktijk* (pp. 63-74). Nieuwegein/'s-Hertogenbosch: Arko Sports Media/NKS.
- Brennan, E., Durkin, S. J., Wakefield, M. A., & Kashima, Y. (2016). Talking about antismoking campaigns: What do smokers talk about, and how does talk influence campaign effectiveness? *Journal of Health Communication*, 21(1), 33–45.
<http://doi.org/10.1080/10810730.2015.1039675>
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. Richardson (Ed.), *The Forms of Capital* (pp. 280–291). Greenwood Publishing Group. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Cassidy, T., Jones, R. L., & Potrac, P. (2009). *Understanding sports coaching: the social, cultural and pedagogical foundations of coaching practice*. *Sports Coaching Review* (Vol. 0629). <http://doi.org/10.1080/21640629.2016.1173232>
- Collins, K. (2015). 'Don't talk with strangers' engaging student artists in dialogic artmaking. *Research in Drama Education*, 20(1), 117–124.
<http://doi.org/10.1080/13569783.2014.983893>
- Côté, J., & Gilbert, W. (2009). An Integrative Definition of Coaching Effectiveness and Expertise. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 4(3), 307–323.
<http://doi.org/10.1260/174795409789623892>

- Cushion, C. J., Armour, K. M., & Jones, R. L. (2003). Coach education and continuing professional development: Experience and learning to coach. *Quest*, 55(3), 215–230. <http://doi.org/10.1080/00336297.2003.10491800>
- Crane, J., & Temple, V. (2015). A systematic review of dropout from organized sport among children and youth. *European Physical Education Review*, 21(1), 114–131. <http://doi.org/10.1177/1356336X14555294>
- Dangi, T. B., & Witt, P. A. (2016). Why Children/Youth Drop Out of Sports. *Youth Development Initiative*, (November). <http://doi.org/10.13140/RG.2.2.13701.55527>
- Doyen, S., Klein, O., Pichon, C. L., & Cleeremans, A. (2012). Behavioral priming: It's all in the mind, but whose mind? *PLoS ONE*, 7(1), e29081. <http://doi.org/10.1371/journal.pone.0029081>
- Fraser-Thomas, J. L., Côté, J., & Deakin, J. (2005). Youth sport programs: an avenue to foster positive youth development. *Physical Education & Sport Pedagogy*, 10(1), 19–40. <http://doi.org/10.1080/1740898042000334890>
- Gass, S. M., Spinner, P., & Behney, J. (2018). Salience in second language acquisition.
- Gould, D., Collins, K., Lauer, L., & Chung, Y. (2007). Coaching Life Skills through Football: A Study of Award Winning High School Coaches. *Journal of Applied Sport Psychology*, 19(1), 16–37. <http://doi.org/10.1080/10413200601113786>
- Holleran, S. E., Whitehead, J., Schmader, T., & Mehl, M. R. (2011). Talking shop and shooting the breeze: A study of workplace conversation and job disengagement among STEM faculty. *Social Psychological and Personality Science*, 2(1), 65–71. <http://doi.org/10.1177/1948550610379921>
- Hyman, M. (2009). *Until it hurts : America's obsession with youth sports and how it harms our kids*.
- Kahneman, D. (2011). Mental Effort. *Thinking, Fast and Slow*, (1998), 43.
- KNHB. (2017). Ledenaantallen KNHB per 31 oktober, 86.
- KNHB. (2016). Boeien & binden jongens.
- Kraut, R., Egidio, C., & Galegher, J. (1988). Patterns of contact and communication in scientific research collaboration. *Proceedings of the 1988 ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work - CSCW '88*, 1–12. <http://doi.org/10.1145/62266.62267>
- Lidz, J., White, A. S., & Baier, R. (2017). The role of incremental parsing in syntactically conditioned word learning. *Cognitive Psychology*, 97, 62–78. <http://doi.org/10.1016/j.cogpsych.2017.06.002>
- Meyer, D. E. (2014). Semantic priming well established. *Science*, 345(6196), 523. <http://doi.org/10.1126/science.345.6196.523-b>

- Miller, C. A., & Deevy, P. (2006). Structural priming in children with and without specific language impairment. *Clinical Linguistics & Phonetics*, 20(5), 387–399. <http://doi.org/10.1080/02699200500074339>
- Nelson, L. J., Cushion, C. J., & Potrac, P. (2006). Formal, Nonformal and Informal Coach Learning: A Holistic Conceptualisation. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 1(3), 247–259. <http://doi.org/10.1260/174795406778604627>
- Nelson, L., Cushion, C., & Potrac, P. (2013). Enhancing the provision of coach education: The recommendations of UK coaching practitioners. *Physical Education and Sport Pedagogy*, 18(2), 204–218. <http://doi.org/10.1080/17408989.2011.649725>
- Pennekamp, N. (2013). Het multifunctionele clubhuis.
- Pietsch, C., Buch, A., Kopp, S., & de Ruiter, J. (2012). Measuring Syntactic Priming in Dialogue Corpora. In B. Stolterfoht & S. Featherston (Eds.), *Studies in Generative Grammar [SGG]: Vol. 111. Empirical Approaches to Linguistic Theory: Studies in Meaning and Structure* (pp. 29–42). Berlin: Mouton de Gruyter. <http://doi:10.1515/9781614510888.29>
- Rodriguez, M. A. (2008). Grammar-based random walkers in semantic networks. *Knowledge-Based Systems*, 21(7), 727–739. <http://doi.org/10.1016/j.knosys.2008.03.030>
- Schwartz, D. L., & Martin, T. (2004). Inventing to prepare for future learning: The hidden efficiency of encouraging original student production in statistics instruction. *Cognition and Instruction*, 22(2), 129–184. http://doi.org/10.1207/s1532690xci2202_1
- Sport, K. NOC*NSF (2012). Beroepscompetentieprofielen.
- Stroeken, H. (2000). *Kleine psychologie van het gesprek*. Amsterdam: Boom.
- Verstraten, A., & Maan, N. (2008). Vlinderlijke Eenvoud Ontmoeting in dialoog.
- Wallace, K. (2016). How to make your kid hate sports without really trying. CNN. Retrieved from <http://www.cnn.com/2016/01/21/health/kids-youth-sports-parents/>
- Zimmermann, L., Moser, A., Lee, H., Gerhardstein, P., & Barr, R. (2017). The Ghost in the Touchscreen: Social Scaffolds Promote Learning by Toddlers. *Child Development*, 88(6), 2013–2025. <http://doi.org/10.1111/cdev.12683>

Bijlage 1

Screenshots televisiebeelden



Youtube link: <https://youtu.be/e33hBjPtgNY>

Bijlage 2

Gestructureerd interview – respondenten coachonderzoek

Vraag 1: Wat is het geslacht van de respondent?

1 = Man 2 = vrouw

Vraag 2: Begeleidt u een team?

1 = coach 2 = trainer 3 = manager 4 = begeleider 5 = nee

Vraag 3: Wat is de leeftijd van de respondent?

Leeftijd: ____ jaar

Vraag 4: Met wie heeft u zojuist één of meerdere gesprekken, in het clubhuis, gevoerd?

1 = met andere coach 2 = met andere trainer/manager/begeleider 3 = met een speler 4 = met een ouder van een speler 5 = overige gesprekken 6 = geen gesprek gevoerd

Vraag 5: Wat was de inhoud van het gesprek?

1 = hockey 2 = andere sport 3 = coaching 4 = nieuws 5 = weer 6 = overige

Vraag 6: Waar ging het hockey- (of andere sport) gesprek over?

1 = tactiek 2 = techniek 3 = fitheid 4 = gedrag 5 = logistiek 6 = overige

Vraag 7: Waar ging het coachinggesprek over?

1 = ontwikkeling van spelers 2 = inhoud van een training 3 = verloop van een wedstrijd 4 = problemen met spelers 5 = fitheid 6 = overige

Vraag 8: Zijn de televisieschermen in het clubhuis u opgevallen?

1 = ja 2 = nee

Vraag 9: Heeft u de tekst op de televisieschermen gelezen?

1 = ja 2 = nee

Vraag 10: Hebben de televisiebeelden uw gesprek beïnvloedt?

1 = ja 2 = nee