

Universiteit Utrecht
Master Kinder- en Jeugdpsychologie

THESIS

Een Lust voor het Oog:
*de Invloed van de Media op de Seksuele Attituden
van Laat-Adolescenten en de Rol van
Zelfobjectivering en Zelfwaardering.*

Catherine F.Y. von Stockhausen
16 juli 2012

Begeleid door:
L. Baams
&
Dr. G. Overbeek

Een Lust voor het Oog:

de Invloed van de Media op de Seksuele Attituden van Laat-Adolescenten en de Rol van Zelfobjectivering en Zelfwaardering.

Catherine F.Y. von Stockhausen
Universiteit Utrecht
16 juli 2012

Samenvatting

Tegenwoordig hebben de media een grote plaats in het leven van adolescenten. Omdat er in de media vaak onrealistische seksuele stereotypen worden getoond, is er in de huidige studie onderzocht of seksueel getinte media invloed hebben op de seksuele attituden van laat-adolescenten. Laat-adolescenten tussen de 17 en 23 jaar ($N = 90$) zijn *random* ingedeeld in twee condities (neutraal vs. seksueel getint), waarin ze werden blootgesteld aan neutrale of seksueel getinte mediabeelden, gebaseerd op drie stereotypen: *'women as sexobjects'*, *men as sexdriven* en *'casual sex is OK'*. Voor de manipulatie, en achteraf zijn de seksuele attituden van de deelnemers gemeten met behulp van vragenlijsten om de invloed van de mediabeelden op de seksuele attituden te kunnen meten. Daarnaast zijn zelfobjectivering, fysieke en globale zelfwaardering meegenomen om na te gaan of deze de relatie tussen de seksueel getinte media en de seksuele attituden modereren. De resultaten van de huidige studie lieten zien dat de seksuele attituden van laat-adolescenten niet worden beïnvloed door seksueel getinte media. Tevens modereerden zelfobjectivering, fysieke en globale zelfwaardering deze relatie niet.

Abstract

Today, the media take a large place in the lives of adolescents. Because the media often show unrealistic sexual stereotypes, the present study examined whether sexually explicit media affect the sexual attitudes of late adolescents. Late adolescents between 17 and 23 years ($N = 90$) were randomly assigned to two conditions (neutral vs. sexually explicit), in which they were exposed to neutral or sexually explicit media images, based on three stereotypes: 'women as sexobjects'; 'men as sexdriven' and 'casual sex is OK'. The sexual attitudes of the participants were measured before and after the manipulation, so we were able to assess the impact of the media images on sexual attitudes. In addition, self-objectification, physical and global self-esteem were assessed whether those moderate the relation between sexually explicit media and sexual attitudes. The results of the study showed that the sexual attitudes of late adolescents were not influenced by sexually explicit media. Also, we did not find a moderating effect of self-objectification, physical and global self-esteem on this relation.

Inleiding

Seksueel getint materiaal in de media is in de laatste twee decennia toegenomen en het lijkt zo te zijn dat deze toename zich zal gaan voortzetten (Escobar-Chaves, Tortlero, Markham, Low, Eitel & Thickstun, 2005). Tegenwoordig worden er in de media met name stereotypen van mannen en vrouwen geschetst; beelden van hoe mannen en vrouwen zich horen te gedragen (Ward, 2002). In de media komt duidelijk naar voren dat mannen pas mannelijk zijn als ze veel vrouwen 'scoren' en vrouwen worden vaak afgebeeld als lustobjecten en er wordt aan de kijkers geleerd dat seks met elkaar de normaalste zaak van de wereld is, want in de media "doet iedereen het met elkaar" (Ward, 2002). Daarnaast laten de media niet alleen zien hoe mannen en vrouwen zich horen te kleden, maar ook hoeveel ze

horen te wegen en hoe ze zich horen te gedragen (Polce-Lynch, Myers, Kliwer, Kilmartin, 2001). In deze experimentele studie zal er worden nagegaan of seksueel getinte media invloed hebben op de seksuele attituden van laat-adolescenten. Er wordt gebruik gemaakt van de term seksuele attituden, hiermee worden de overtuigingen, waarden, gedragingen en houdingen tegenover seksualiteit bedoeld.

Adolescenten en zelfs kinderen kijken tussen de twee en vier uur televisie per dag (Levine & Smolak 1996). Bovendien kijken adolescenten niet alleen naar de televisie, maar komen ze ook in aanraking met andere typen media, zoals het internet, films, tijdschriften, reclames en advertenties (Polce-Lynch et al., 2001). Doordat de media tegenwoordig een grote plaats hebben in het leven van adolescenten en doordat de media regelmatig voorschrijven hoe je je als persoon hoort te gedragen, is de kans groot dat adolescenten hun attituden aanpassen, zodat deze gaan lijken op wat er in de media wordt getoond.

Adolescenten zijn gevoelig voor wat er in de media wordt getoond en vergelijken situaties in de media met de realiteit. De sociale cognitieve leertheorie van Bandura sluit zich hierbij aan (Bandura, 1994). Deze theorie gaat ervanuit dat adolescenten kennis opdoen vanuit sociale interacties die zij observeren en vervolgens imiteren. Het imitatiegedrag wordt versterkt wanneer de adolescent van mening is dat 'het geobserveerde gedrag' realistisch is (Bandura, 1994).

De theorie van Bandura beschrijft hoe adolescenten omgaan met geobserveerd gedrag dat ze zien in de media (Bandura 1994). De sociale cognitieve leertheorie voorspelt dat observatie van zowel seksuele 'praat' als seksueel gedrag wat getoond wordt in de media adolescenten aanzetten tot het hebben van seks, zolang de consequenties die getoond worden niet negatief zijn (Collins, Elliot, Berry, Kanouse, Kunkel Hunter en Miu, 2004). Adolescenten leren dus vanuit de media over seksualiteit, zij kunnen hierdoor een vertekend beeld krijgen van seksualiteit in de werkelijkheid, omdat de attituden die in de media geportretteerd worden

immers zeer stereotype zijn (Ward, 2002).

Er is al menig onderzoek gedaan naar de relatie tussen seksueel getinte media en seksuele attitudes van adolescenten. Er is voornamelijk cross-sectioneel onderzoek uitgevoerd, waarin naar voren is gekomen dat adolescenten die televisieprogramma's met seksuele inhoud bekijken eerder geneigd zijn om seksueel gedrag te vertonen dan adolescenten die naar televisieprogramma's kijken met weinig/geen seksuele inhoud (Brown & Newcomer, 1991). De resultaten van het onderzoek van L'Engle, Brown en Kenneavy (2006) sluiten zich hierbij aan; zo blijkt dat adolescenten die blootgesteld worden aan seksueel getint materiaal in de media, grotere intenties hebben om seksueel gedrag te vertonen. Dit wordt versterkt wanneer de adolescenten de media als support zien van seksueel gedrag; hiermee wordt bedoeld dat adolescenten de media zien als een soort van '*super peer*' bij wie ze terecht kunnen voor informatie over seksualiteit (L'Engle et al. 2006). De media worden namelijk door adolescenten beoordeeld als de belangrijkste bronnen van kennis over fysieke, sociale en emotionele aspecten van *daten*, romantiek en seks (ter Bogt et al., 2010).

Adolescenten zijn niet alleen eerder geneigd om seksueel gedrag te vertonen door seksueel getinte media; uit het onderzoek van Ter Bogt, Engels, Bogers en Kloosterman (2010) blijkt dat blootstelling aan seksueel getinte media óók gelinkt is aan goedkeuring van permissief gedrag en aan het hebben van sterkere stereotypingen onder Nederlandse adolescenten. Bovengenoemde studies weergeven een associatie tussen de media en seksueel gedrag en attitudes van adolescenten, maar kunnen geen causaal verband aantonen.

Er is ook experimenteel en longitudinaal onderzoek gedaan naar de relatie tussen seksueel getinte media en seksuele attitudes. In het longitudinale onderzoek van Collins et al., (2004) is er ondervonden dat wanneer adolescenten in aanraking komen met seks op televisie, dit seksuele initiatie voorspelt en het kan er zelfs voor zorgen dat adolescenten overhaast seksueel gedrag vertonen. Het onderzoek van Collins et al. geeft dus weer dat seksueel getinte

media een verband heeft met seksueel gedrag. Het experimentele onderzoek van Ward (2002) heeft aangetoond dat ook de seksuele attitudes van vrouwen worden beïnvloed door de media (Ward, 2002). Dit is onderzocht door vrouwen bloot te stellen aan drie seksuele getinte stereotypen ('*Women as sexobjects*'; '*Men are sexdriven*' & '*Everyone is doing it*'). Ongeacht hoeveel de vrouwen naar seksueel getint materiaal keken, de overtuigingen van vrouwen over relaties werden gevormd door de blootstelling aan de stereotype beelden (Ward, 2002). Dit experimentele onderzoek heeft aangetoond dat de overtuigingen van vrouwen beïnvloed worden door seksueel getint materiaal. Echter was er in deze studie geen gebruikgemaakt van een voormeting, waardoor het effect van de media niet goed bepaald kan worden met de uitkomsten van dit onderzoek. Desalniettemin geeft het wel aanleiding om na te gaan of er een causaal verband bestaat tussen seksueel getinte media en de seksuele attitudes van laat-adolescenten. Het zou zelfs zo kunnen zijn dat bepaalde persoonskenmerken deze relatie modereren. Dit betekent dat bepaalde trekken die een persoon kenmerkend maken, zorgen voor een mate van gevoeligheid voor, in dit geval, seksueel getinte media. Zo'n persoonskenmerk kan de invloed van seksueel getinte media zowel versterken als verzwakken.

In de huidige studie zal zelfobjectivering onderzocht worden om na te gaan of een hoge mate van zelfobjectivering voor een grotere toename zorgt in seksuele attitudes na blootstelling aan seksueel getinte beelden; er zal nagegaan worden of een hoge mate van zelfobjectivering de relatie tussen seksueel getinte media en seksuele attitudes versterkt. Zelfobjectivering houdt in dat personen zichzelf zien als 'objecten' die gewaardeerd moeten worden door anderen; zelfobjectiverende personen definiëren 'de eigen ik' in termen van wat anderen zullen zien in plaats van wat 'de eigen ik' écht kan en voelt. Kortom, men beoordeelt zichzelf in de derde persoon (Aubrey, 2006). Uit onderzoek is gebleken dat zelfobjectivering gerelateerd is aan een negatieve mentale gezondheid, in het bijzonder onder vrouwen (Choma

et al., 2010). Immers, de lichamen van vrouwen worden door de media meer seksueel geobjectiveerd dan de lichamen van mannen. Dit heeft te maken met het feit dat de lichamen van vrouwen vaker ingezet worden om goederen en spullen, waaronder kleding en accessoires, te verkopen. In de Westerse wereld worden vrouwen voornamelijk afgebeeld als seks- en lustobjecten (Roberts, Gettman, 2004) en dit kan vrouwen aanmoedigen tot zelfobjectivering (Choma, Visser, Pozzebon, Bogaert, Busseri & Sadava, 2010). Zelfobjectivering zou daarom de relatie tussen seksueel getinte media en seksuele attitudes van laat-adolescenten kunnen modereren.

Zelfwaardering (globale en fysieke) speelt in de adolescentie een centrale rol; adolescenten zijn erg bezig met het ontwikkelen van een eigen identiteit en met het vormen van een 'eigen ik' (Polce-Lynch et al., 2001). Omdat de media laten zien hoe vrouwen en mannen zich horen te gedragen en hoe zij eruit horen te zien (niet alleen qua kleding, maar ook qua lichaamsbouw), kan dit gerelateerd zijn aan de beoordeling van het eigen uiterlijk en hoe men zichzelf evalueert (Polce-Lynch et al., 2001). Adolescenten zullen hun eigen (seksuele) attitudes vergelijken met de onrealistische (seksuele) attitudes die door de media worden neergezet. Door de weergegeven attitudes in de media, die mogelijk verschillen van de realiteit, trekken de adolescenten 'de eigen ik' in twijfel (Polce-Lynch et al., 2001). Hierbij lijkt er ondersteuning te zijn voor het idee dat zelfwaardering de relatie van media op seksuele attitudes modereert. In het huidige onderzoek zal er nagegaan worden of een lage mate van zelfwaardering zorgt voor een grotere toename in seksuele attitudes na blootstelling aan seksueel getinte media.

In deze experimentele studie zal er worden nagegaan of seksueel getinte media invloed hebben op de seksuele attitudes van mannelijke en vrouwelijke adolescenten tussen de 17 en de 23 jaar. In het experiment bekijken de deelnemers in de neutrale conditie neutrale media en in de seksuele conditie seksueel getinte media. De mediabeelden zijn gebaseerd op drie

stereotypen die getoond worden in de media, namelijk: ‘*women as sexobjects*’, ‘*men as sexdriven*’ en ‘*casual sex is OK*’ (Ward, 2002). Voor en na de manipulatie worden de seksuele attitudes gemeten met behulp van een vragenlijst. Daarnaast worden zelfobjectivering, globale en fysieke zelfwaardering gemeten met vragenlijsten.

In deze studie wordt er verwacht dat na blootstelling aan seksueel getinte media, adolescenten een toename in seksuele attitudes laten zien en dat deze toename groter is dan adolescenten die niet blootgesteld zijn aan seksueel getinte media. Vrouwelijke adolescenten worden verwacht gevoeliger te zijn voor de seksueel getinte media dan mannelijke adolescenten en zij zullen een grotere toename laten zien in seksuele attitudes na blootstelling aan seksueel getint media. Daarnaast wordt er verwacht dat adolescenten met een hoge mate van zelfobjectivering een grotere toename in seksuele attitudes laten zien na blootstelling aan seksueel getinte media dan adolescenten met een lage mate van zelfobjectivering en adolescenten die blootgesteld worden aan neutrale media. Tenslotte zullen adolescenten met een lage mate van (globale en/of fysieke) zelfwaardering een grotere toename laten zien in seksuele attitudes na blootstelling aan seksueel getinte media dan adolescenten met een hoge mate van (globale en/of fysieke) zelfwaardering en dan adolescenten die aan de neutrale media worden blootgesteld.

Methode

Participanten

De deelnemers zijn geworven door middel van flyers en posters die zijn opgehangen of aan de deelnemers uitgereikt door de proefleiders en onderzoeksassistenten. De meeste deelnemers waren studenten van Sociale Wetenschappen; ze waren afkomstig van verschillende studies en opleidingen (45,6% studeert Psychologie). In totaal deden er 90 deelnemers mee, waarvan 40 mannen (44,4%) en 50 vrouwen (55,6%). De leeftijd van de deelnemers liep van 17 tot en met 23 jaar; de gemiddelde leeftijd van de totale groep was 20,42 jaar ($SD=1,35$). De gemiddelde leeftijd van de mannen was 20,68 jaar ($SD=1,64$) en de gemiddelde leeftijd van de vrouwen 20,22 jaar ($SD=1,04$). De groep

bestond uit 95,6 procent Nederlandse adolescenten en de overige 4,4 procent hadden een andere nationaliteit. 32,2 procent waren godsdienstig en 66,7 procent waren niet godsdienstig. In de groep was 91,1 procent heteroseksueel, 5,6 procent homoseksueel, 2,2 procent biseksueel en 1,1 procent gaf aan de seksuele oriëntatie niet te weten.

Opzet

Het huidige onderzoek betreft een experimentele studie met twee condities. In de experimentele (seksueel getint) conditie worden de deelnemers blootgesteld aan seksueel getinte mediabeelden en in de controleconditie (neutraal) worden de deelnemers blootgesteld aan neutrale mediabeelden. De deelnemers worden *at random* toegewezen aan een conditie. De afhankelijke variabelen zijn de seksuele attitudes van de deelnemer. De mate van zelfobjectivering en zelfwaardering van een deelnemer worden in deze studie meegenomen als moderatoren.

Materialen

Voorafgaand aan het onderzoek zijn er twee pilotstudies uitgevoerd om te bepalen welk beeldmateriaal in aanmerking kwam voor het werkelijke experiment. Hierbij waren er door de proefleiders verschillende filmpjes (videoclips, commercials en soapfragmenten) geselecteerd op basis van drie stereotypen: *'women as sexobjects'*, *'men as sexdriven'* en *'casual sex is OK'*. Er werden zowel neutrale filmpjes uitgekozen (waarin de stereotypen niet naar voren kwamen) als seksueel getinte filmpjes (waarin de stereotypen expliciet naar voren kwamen). Op de Universiteit Utrecht werden studenten gevraagd om deze filmpjes te beoordelen aan de hand van een beoordelingsschema (Likert-schaal van 1 (*helemaal mee oneens*) naar 7 (*helemaal mee eens*)), waarin de drie stereotypen werden vermeld. Met behulp van de gemiddelden was er bepaald welke filmpjes het beste waren beoordeeld als neutraal en als 'seksueel getint' (zie Tabel 1).

Tabel 1*De geselecteerde fragmenten met totale duur voor de neutrale en seksueel getinte conditie*

	Neutraal	Seksueel getint
Soapfragment	Onderweg naar Morgen	Goede Tijden, Slechte Tijden
Videoclip	Coldplay - 'Viva La Vida'	Shakira & Alessandro Sanz - 'La Tortura'
TVserie	Gooische Vrouwen	Gooische Vrouwen
Commercial	'Flower' by Kenzo	'Guilty' by Gucci
Videoclip	Adèle – Rolling in the Deep	50 Cent & Olivia - Candyshop
Totale duur	11:42 minuten	14:25 minuten

Seksuele attituden. De seksuele attituden werden opgesplitst in de volgende begrippen; permissieve attituden, traditionele attituden, seksuele preoccupatie en seksuele stereotypen. De permissieve attituden worden gemeten aan de hand van de *permissiveness* subschaal van 'The Brief Sexual Attitudes Scale' (Hendrick, Hendrick & Reich, 2006). Deze schaal bestaat uit vijf items (voormeting $\alpha = .77$, nameting $\alpha = .81$) en deze worden beantwoord op een 6-puntsschaal (1 = *helemaal mee oneens* en 6 = *helemaal mee eens*). Een item die in deze schaal voorkwam is bijvoorbeeld: "Je kunt best genieten van seks met iemand die je niet heel leuk vindt."

Daarnaast worden de traditionele attituden gemeten (de Graaf, Nikken, Janssens, Felten, van Berlo, 2008). Deze schaal bestaat uit acht items (drie items zijn verwijderd bij de analyses (voormeting $\alpha = .72$, nameting $\alpha = .70$)), die beantwoord worden op een 5-puntsschaal (1= *helemaal goed* en 5 = *helemaal verkeerd*). Een voorbeelditem in deze schaal is: "Je hebt seks voor het huwelijk"

Preoccupatie wordt gemeten met de '*sexual-preoccupation* subschaal' van 'The Sexuality Scale' (Snell & Papini, 1989). De schaal bestaat uit 4 items (voormeting $\alpha = .91$, nameting $\alpha = .93$), die beantwoord worden op een 6-puntsschaal (1= *helemaal mee oneens* en 6 = *helemaal mee eens*). Een item uit deze schaal is bijvoorbeeld: "Ik denk de hele tijd aan seks."

De seksuele stereotypen worden gemeten met de '*Sexual Double Standard Scale*'

(Muehlenhard & Quakenbush, 1998), die bestaat uit negen items (vijf items zijn verwijderd bij de analyses (voormeting $\alpha = .77$, nameting $\alpha = .77$)), voorbeelden van items uit deze schaal zijn: “Veel mannen zijn *players*” en “Een man hoort een vrouw te versieren en niet andersom.” Deze schaal kon worden beantwoord op een 5-puntsschaal (1 = *helemaal mee eens* en 5 = *helemaal mee oneens*). Na de metingen is er een gemiddelde score berekend per schaal die meegenomen is in de analyses. Een hoge score op een schaal betekent dat men een hoge mate heeft van de betreffende seksuele attitudes.

Fysieke zelfwaardering. Fysieke zelfwaardering werd gemeten met behulp van een aangepaste competentiebevingschaal voor adolescenten (CBSA) (Straathof & Treffers, 1989). De schaal bestaat uit vijf items ($\alpha = .75$), die beantwoord worden met een 5-puntsschaal (1 = *helemaal onwaar* en 5 = *helemaal waar*). Een item uit deze schaal is bijvoorbeeld: “Ik ben best tevreden met hoe ik eruit zie.” Na de metingen is er een gemiddelde score berekend die meegenomen is in de analyses. Een hoge score op de schaal betekent dat men een hoge mate van fysieke zelfwaardering bezit.

Globale zelfwaardering. Globale zelfwaardering werd gemeten aan de hand van de CBSK/ A Dutch Version of the Self-Perception Profile for Children/Adolescents (Straathof et al., 1989). De schaal bestaat uit vijf items ($\alpha = .68$), die beantwoord worden met een 5-puntsschaal (1 = *helemaal onwaar* en 5 = *helemaal waar*). Een voorbeelditem uit deze schaal is: “Ik ben vaak teleurgesteld in mezelf.” Na de metingen is er een gemiddelde score berekend die meegenomen is in de analyses. Een hoge score op de schaal betekent dat men een hoge mate van globale zelfwaardering bezit.

Zelfobjectivering. Zelfobjectivering werd gemeten met behulp van de *Surveillance* schaal van de ‘*Objectified Body Consciousness Scale*’ (McKinley & Hyde, 1996). Deze schaal bestaat uit acht items ($\alpha = .82$), die beantwoord worden met een 5-puntsschaal (1 = *helemaal mee oneens* en 5 = *helemaal mee eens*). Een item uit deze schaal is bijvoorbeeld: “Ik vind het belangrijker dat mijn kleding fijn zit dan dat ik er mooi in uitzie.” Na de metingen is er een gemiddelde score berekend die meegenomen is in de analyses. Een hoge score op de schaal betekent dat men een hoge mate

van zelfobjectivering bezit.

Religie. Religie werd gemeten met het item “Ben je godsdienstig?”, waarop de deelnemer kon antwoorden met ‘ja’ of ‘nee’. Zodra de deelnemer het item beantwoordde met ‘ja’, werd er ook gevraagd om welk godsdienst het betrof (1 = *Boeddhisme*, 2 = *Hindoeïsme*, 3 = *Islam*, 4 = *Jodendom*, 5 = *Protestantisme*, 6 = *Katholicisme*, 7 = *een andere godsdienst, namelijk..*)

Internetgebruik. Met behulp van twee items werd er in kaart gebracht hoeveel de deelnemers gebruikmaakten van het internet in het dagelijks leven. Het betrof de volgende twee items: ‘Op hoeveel dagen per week gebruik jij internet voor jezelf? (niet studie gerelateerd)’ te beantwoorden met een 8-puntsschaal (1 = < 1 dag en 8 = 7 dagen) en ‘Hoeveel uur zit jij per dag gemiddeld op internet?’ met een 4-puntsschaal (1 = *minder dan 1 uur* en 4 = *4 uur of meer*). De items zijn gebaseerd op de items van ‘*Monitor Internet en Jongeren 2006 en 2007*’ (van Rooij & Van den Eijnden, 2007).

Televisiegebruik. Met behulp van het volgende item werd er in kaart gebracht hoeveel de deelnemers gebruikmaakten van de televisie in het dagelijks leven: ‘hoeveel televisie kijk je gemiddeld per dag?’ met een 4-puntsschaal (1 = *minder dan 1 uur* en 4 = *4 uur of meer*).

Tijdschriftgebruik. Met behulp van het volgende item werd er in kaart gebracht hoeveel de deelnemers gebruikmaakten van tijdschriften in het dagelijks leven: ‘hoe vaak heb je de afgelopen 6 maanden een tijdschriftgelezen?’ met een 5-puntsschaal (1 = *2 of meer keren per week* en 5 = *max. 1 keer per 2 maanden*).

Procedure

Deze studie vond plaats op de Universiteit Utrecht. Met de deelnemer werd er een afspraak gemaakt via de e-mail, zodat hij of zij langs kon komen op een geplande datum. Bij de eerste e-mail werd de voormeting meegestuurd. De deelnemer kon deze terugmailen of eventueel meenemen naar de afname die 2-3 dagen later plaatsvond. Voordat de deelnemer naar de afspraak kwam, werd er door de proefleider bepaald of de participant terecht zou komen in de neutrale of experimentele conditie. Er

werd met een dobbelsteen gegooid en aan de hand van het gegooid getal werd er bepaald in welke conditie de participant deelnam (1, 2, 3 = controleconditie (neutraal) & 4, 5, 6 = experimentele conditie (seksueel getint). Bij binnenkomst nam de deelnemer plaats achter de tafel en de deelnemer werd vooraf door de proefleider ingelicht hoe het onderzoek eruitzag en dat de deelnemer eventueel kon stoppen wanneer hij/zij dat wilde. Na het innemen van de voormeting, kreeg de deelnemer de filmpjes op de laptop te zien. De deelnemer bekeek de filmpjes met een koptelefoon op. Hierbij verliet de proefleider de kamer; hij/zij hield de tijd bij van de getoonde filmpjes (neutrale conditie: 12 minuten, experimentele conditie: 15 minuten). Zodra de tijd om was, keerde de proefleider terug naar de kamer. De laptop werd aan de kant geschoven en de deelnemer kreeg de tweede vragenlijst, die ter plekke werd ingevuld. De deelnemer kon zelf een seintje geven wanneer hij/zij klaar was met de vragenlijst. Zodra de deelnemer klaar was, werd de tweede vragenlijst ingenomen en vulde de deelnemer nog een gegevenslijst in en daarnaast nog een formulier van manipulatiecontrole. De deelnemer ontving hierna zijn/haar beloning en kon de kamer verlaten.

Statistische analyses

Voordat de hoofdvraag beantwoord kon worden, werd er een t-test en een chi-kwadraattoets uitgevoerd om te bepalen of de randomisatie succesvol was. Er werd hiermee nagegaan of de groepen per conditie niet van elkaar verschilden op televisie-, internet- en tijdschriftgebruik, religie, sekse, leeftijd en daarnaast of er geen verschillen waren betreffende de voormeting van de afhankelijke variabelen (permissieve attituden, traditionele attituden, preoccupatie en seksuele stereotypen). Vervolgens werd er nog een t-toets uitgevoerd om na te gaan of de twee condities significant van elkaar verschilden in mate van de drie stereotypen ('*men as sexdriven*', '*women as sexobjects*' & '*casual sex is OK*').

Met een *repeated measures ANOVA* werd de hoofdvraag beantwoord; er werd met deze analyse nagegaan of de scores van de deelnemers in de voor- en de nameting van elkaar verschilden. De afhankelijke variabelen waren de seksuele attituden op de voor- en de nameting (permissieve attituden, traditionele attituden, preoccupatie en seksuele stereotypen) en de onafhankelijke variabele waren de condities (seksueel getint en neutraal).

Ten slotte werd er nagegaan of zelfobjectivering, fysieke en globale zelfwaardering de relatie tussen de seksuele attitudes en de condities modereerden. Dit werd tevens geanalyseerd met behulp van een *repeated measures ANOVA*. Voordat deze analyse werd uitgevoerd, werd de mediaan per moderator bepaald; op deze manier kon er onderscheid gemaakt worden tussen groepen die een hoge score (score boven de mediaan = 1) op de moderator hadden en de groepen die een lage score (score onder de mediaan = 0) hadden op de moderator.

Resultaten

De deelnemers waren in dit onderzoek *random* ingedeeld in twee condities. Een t-test wees uit dat de scores op leeftijd ($t(88) = 1.072, p = .998$), televisiegebruik ($t(88) = 1.028, p = .093$), internetgebruik per week ($t(88) = .344, p = .817$), internetgebruik per dag ($t(87) = -1.862, p = .784$) en tijdschriftgebruik ($t(87) = -.322, p = .789$) niet verschilden tussen de condities. Tevens waren er geen significante verschillen tussen de condities wat betreft de afhankelijke variabelen op de voormeting; permissieve attitudes ($t(88) = .814, p = .959$), traditionele attitudes ($t(88) = -.038, p = .853$), preoccupatie ($t(88) = .274, p = .367$) en seksuele stereotypen ($t(88) = -.480, p = .444$) en de moderators: zelfobjectivering ($t(88) = .546, p = .914$) globale zelfwaardering ($t(88) = -.522, p = .280$) en fysieke zelfwaardering ($t(88) = .718, p = .340$). Hiermee kan er geconcludeerd worden dat de *random* indeling succesvol was. Met een chi-kwadraattoets werd er nagegaan of de verdeling van de groepen sekse en religie gelijk verdeeld waren. Uit de chi-kwadraattoets was voortgekomen dat zowel sekse ($X^2(1, N = 90) = .002, p = .962$) en religie ($X^2(1, N = 89) = .810, p = .368$) gelijk verdeeld waren over de condities; er bleken geen significante verschillen tussen de groepen.

0 Met behulp van een t-toets werd er getoetst of de twee condities significant van elkaar verschilden in mate van type beeldmateriaal per seksuele stereotype ('*women as sexobjects*', '*men as sexdriven*' & '*casual sex is OK*'). Er is gebleken dat de seksueel getinte conditie en neutrale conditie significant verschilden op de drie type seksuele stereotypen. Deelnemers in de seksuele conditie scoorden '*women as sexobjects*' in hun conditie hoger dan de deelnemers in de neutrale conditie ($t(88) = -12.47, p < .001$); hetzelfde gold voor '*men as sexdriven*' ($t(88) = -10.24, p < .001$) en '*casual sex is*

ok' $t(88) = -11,03, p < .001$. Dit betekent dat de neutrale conditie een significant lagere score had gekregen op seksuele stereotypen dan de seksuele conditie (zie tabel 3).

Tabel 2

Gemiddelde Scores (M) en Standaarddeviaties (SD) van de Getoonde Stereotypen per Conditie

	Neutrale conditie		Seksueel getinte conditie	
	M	SD	M	SD
'Women as sexobjects'	3.28	1.29	5.61	.78
'Men as sexdriven'	3.04	1.24	5.74	.71
'Casual sex is ok'	2.83	1.28	5.60	1.09

De eerste hypothese werd geanalyseerd met een *repeated measures ANOVA*; in deze hypothese werd gesteld dat deelnemers in de seksuele getinte conditie hoger zouden scoren dan de deelnemers in de neutrale conditie op seksuele attituden in de nameting (in vergelijking met de voormeting). Uit de analyses bleek dat er geen significante verschillen waren tussen de condities per vragenlijst betreffende permissieve attituden ($F(1, 88) = .681, p > .05$), traditionele attituden ($F(1, 88) = .301, p > .05$), preoccupatie ($F(1, 88) = .051, p > .05$) en seksuele stereotypen ($F(1, 88) = .962, p > .05$). Dit betekent dat de seksueel getinte media geen effect had op de seksuele attituden in vergelijking met de neutrale conditie. De eerste hypothese werd met deze resultaten verworpen.

Vervolgens is er met een *Repeated Measures ANOVA* nagegaan of er een verschil is in seksuele attituden na blootstelling aan seksueel getinte media tussen mannen en vrouwen. Er werd verwacht dat vrouwen gevoeliger zouden zijn voor de seksueel getinte media dan mannen en dat vrouwen een grotere toename in seksuele attituden zouden laten zien (in vergelijking met de voormeting) na blootstelling aan seksueel getinte media dan mannen. De analyse wees uit dat er geen significante verschillen waren op de nameting (in vergelijking met de voormeting) tussen mannen en vrouwen betreffende permissieve attituden ($F(1,88) = 1.987, p > .05$), traditionele attituden ($F(1,88) = .042, p > .05$), preoccupatie ($F(1,88) = .152, p > .05$) en seksuele stereotypen ($F(1,88) = 2.021, p > .05$). Hiermee wordt de tweede hypothese verworpen.

Met behulp van een *repeated measures ANOVA* is de derde hypothese getoetst, waarin werd gesteld dat deelnemers in de seksueel getinte conditie die hoog scoren op zelfobjectivering ook hoog scoren op de seksuele attituden op de nameting (in vergelijking met de voormeting) dan deelnemers die laag scoren op zelfobjectivering en deelnemers die in de neutrale conditie zitten. Uit de analyse bleek dat er geen significante verschillen waren tussen deelnemers in de seksueel getinte conditie, die hoog scoren op zelfobjectivering en deelnemers die laag scoren op zelfobjectivering of deelnemers die in de neutrale conditie zitten betreffende permissieve attituden ($F(1, 79) = .807, p > .05$), traditionele attituden ($F(1, 79) = 2.748, p > .05$), preoccupatie ($F(1, 79) = .664, p > .05$) en seksuele stereotypen ($F(1, 79) = .098, p > .05$). Dit betekent dat zelfobjectivering niet zorgt voor een grotere toename in seksuele attituden na blootstelling aan seksueel getinte media. Met deze resultaten wordt de derde hypothese verworpen

De vierde hypothese is opnieuw getoetst met een *repeated measures ANOVA*; er werd nagegaan of deelnemers in de seksueel getinte conditie, die laag scoren op fysieke zelfwaardering een grotere toename in seksuele attituden laten zien in de nameting (in vergelijking met de voormeting) dan deelnemers die hoog scoren op fysieke zelfwaardering of deelnemers in de neutrale conditie. De analyses lieten geen verschillen zien tussen de deelnemers in de seksueel getinte conditie, die laag scoren op fysieke zelfwaardering en de deelnemers die hoog scoren op fysieke zelfwaardering of de deelnemers in de neutrale conditie per vragenlijst betreffende permissieve attituden ($F(1, 86) = .150, p > .05$), traditionele attituden ($F(1, 86) = 1.330, p > .05$), preoccupatie ($F(1, 86) = .028, p > .05$) en seksuele stereotypen ($F(1, 79) = 2.478, p > .05$). Dit betekent dat een lage score op fysieke zelfwaardering niet zorgt voor een grotere toename van seksuele attituden na blootstelling aan seksueel getinte media (in vergelijking met de voormeting). Hiermee wordt de vierde hypothese verworpen.

Ten slotte is de vijfde en laatste hypothese getoetst, waarin er werd verwacht dat deelnemers in de seksueel getinte conditie, met een lage score op globale zelfwaardering een grotere toename zullen laten zien in seksuele attituden op de nameting (in vergelijking met de voormeting) dan deelnemers die hoog scoren op globale zelfwaardering of de deelnemers in de neutrale conditie. Uit de analyse bleek dat er geen significante verschillen waren tussen de deelnemers in de seksueel getinte

conditie met een lage score op zelfwaardering en de deelnemers met een hoge score op globale zelfwaardering en de deelnemers in de neutrale conditie per vragenlijst betreffende permissieve attituden ($F(1, 86) = .016, p > .05$), traditionele attituden ($F(1, 86) = 3.034, p > .05$), preoccupatie ($F(1, 86) = .000, p > .05$) en seksuele stereotypen ($F(1, 86) = 2.565, p > .05$). Dit betekent dat een lage score op globale zelfwaardering niet zorgt voor een grotere toename van seksuele attituden na blootstelling aan seksueel getinte media. Met deze uitkomsten wordt ook de laatste hypothese verworpen. Deze analyses wezen uit dat zowel zelfobjectivering als fysieke- en globale zelfwaardering geen modererende werking hebben op de relatie tussen seksueel getinte media en seksuele attituden.

Discussie

In deze studie werd met een experimentele opzet onderzocht of seksueel getinte media invloed hebben op de seksuele attituden van laat-adolescenten tussen de 17 en de 23 jaar. Uit de resultaten bleek dat seksueel getinte media geen invloed hadden op seksuele attituden. Adolescenten die seksueel getinte media te zien kregen, lieten geen toename zien in seksuele attituden vergeleken met adolescenten die neutrale media te zien kregen. De hypothese dat adolescenten in de seksuele conditie een toename in seksuele attituden zouden laten zien, kon met deze resultaten dan ook niet worden bevestigd. Daarnaast bleek dat vrouwelijke adolescenten niet gevoeliger zijn voor seksueel getinte media dan mannen. In de huidige studie werd ook onderzocht of zelfobjectivering, globale en fysieke zelfwaardering de relatie tussen seksueel getint materiaal en seksuele attituden modereerden, dit bleek niet het geval. Deze hypothesen konden niet ondersteund worden.

Hoewel voorgaand correlatieel onderzoek heeft aangetoond dat de media gecorreleerd is met de seksuele ontwikkeling en attituden van adolescenten (L'Engle, et al., 2006; Ter Bogt et al., 2010; Brown et al., 1991) en dat seksueelgetinte mediabeelden invloed hebben op seksuele stereotypen in een experimentele studie (Ward, 2002), kan er met de resultaten in de huidige studie geconcludeerd worden dat de seksuele attituden van laat-adolescenten niet beïnvloed worden door blootstelling aan seksueel getinte media. In tegenstelling tot de bevinding van Ward (2002), waarin werd aangetoond dat de seksuele overtuigingen van vrouwelijke adolescenten werden gevormd door stereotype beelden in de media, bleek er uit deze studie dat vrouwelijke adolescenten geen grotere

toename lieten zien in seksuele attitudes dan mannelijke adolescenten na blootstelling aan seksueel getint materiaal. Men kan zich afvragen waarom voorgaande studies wél een effect hebben gevonden van (seksueel getinte) media en de huidige studie niet. De huidige studie lijkt qua opzet op de studie van Ward (2002), maar toch bestaan er verschillen, waardoor er wellicht een verschil is in uitkomsten.

Een eerste verschil tussen de huidige studie en de studie van Ward (2002) is het type mediabeelden. In de huidige studie is er gebruikgemaakt van filmpjes waarin alle drie de stereotypen tegelijkertijd te zien zijn (*men as sexdriven, women as sexobjects & casual sex is OK*), terwijl in de studie van Ward (2002) gebruik is gemaakt van één stereotype per filmpje. In de studie van Ward kwamen de items van de seksuele stereotypen overeen met de drie stereotypen die te zien waren in de filmpjes, waardoor het voor de participanten makkelijk was om het eens te zijn met de getoonde stereotypen en hoogstwaarschijnlijk is het effect van de stereotypen daardoor sterker dan in de huidige studie, waarin de stereotypen in de filmpjes niet per sé overeenkwamen met de items van seksuele stereotypen. In vervolgonderzoek zou er dan ook gebruik gemaakt kunnen worden van één stereotype per filmpje in plaats van drie stereotypen in één filmpje, met de verwachting dat na blootstelling aan seksueel getint materiaal er een grotere toename plaatsvindt in seksuele attitudes.

Ten tweede is er in de huidige studie gebruikgemaakt van een voor- en een nameting en in de studie van Ward (2002) was dit niet het geval. In de huidige studie zijn er twee metingen gedaan om na te kunnen gaan of er daadwerkelijk een effect was van de media. In de studie van Ward is er voor de blootstelling aan media niet nagegaan welke seksuele stereotypen al aanwezig waren bij participanten, waardoor er niet kan worden gemeten of er een verandering heeft opgetreden. Dit is een probleem omdat er dan geen meting is waarmee vergeleken kan worden of er een effect is opgetreden na blootstelling aan de media. Dit zou kunnen betekenen dat randomisatie niet gelukt is, wat zou kunnen inhouden dat deelnemers al een hoge score zouden kunnen hebben op de seksuele attitudes/stereotypen, waardoor het gevonden effect in de studie van Ward (2002) eigenlijk niet te wijten is aan de seksueel getinte media. Hierdoor kan het causale verband wat het onderzoek van Ward (2002) geschetst heeft in twijfel worden getrokken.

Het gebrek aan invloed van seksueel getinte media op seksuele attitudes kan daarnaast nog door meerdere factoren verklaard worden. Een eerste verklaring komt voort uit de sociale cognitieve

leertheorie van Bandura (1994). In deze theorie wordt gesuggereerd dat adolescenten kennis opdoen vanuit sociale interacties en deze imiteren wanneer 'het geobserveerde gedrag' realistisch is (Bandura, 1994). Er werd dan ook verwacht dat laat-adolescenten in de huidige studie hun seksuele attituden zouden aanpassen na blootstelling aan seksueel getinte media. Echter bleek dit niet het geval. Mogelijk beschouwden de adolescenten in de huidige studie de seksueel getinte media als niet-realistisch. Hierdoor zou het gebrek aan invloed op de seksuele attituden verklaard worden. In vervolg zou men mediabeelden kunnen gebruiken waarin de sociale interacties misschien realistischer zijn dan de mediabeelden in deze studie. Men zou de mediabeelden in de pilotstudie niet alleen kunnen testen op basis van de drie stereotypen, maar ook op de mate van realisme. Met het meten van het realisme van de mediabeelden kan het probleem ondervangen worden dat de mediabeelden ontvangen worden als onrealistisch. Zodra beelden onrealistisch worden beoordeeld in de pilotstudie, kunnen deze eruit gefilterd worden, waardoor het uitblijven van een effect niet te wijten is aan onrealistische mediabeelden.

Een tweede verklaring is een meer methodologische verklaring, en gaat om de manipulatie die in de huidige studie is gebruikt. Ondanks het uitvoeren van een succesvolle pilot om stereotype en seksueel getinte media te selecteren, zou de aard van het materiaal wellicht verbeterd kunnen worden. Het materiaal dat gebruikt is in de studie is dagelijks te zien op de Nederlandse televisie, wat ervoor zou kunnen zorgen dat dit type materiaal geen invloed (meer) heeft op de seksuele attituden van laat-adolescenten, omdat zij hier al aan gewend zijn geraakt. Daarnaast heeft men zich in deze studie gericht op laat-adolescenten en deze groep is hoogstwaarschijnlijk minder gevoelig voor blootstelling aan seksueel getint materiaal dan jongere adolescenten. Laat-adolescenten hebben wellicht al een sterk zelfbeeld ontwikkeld met de daarbij behorende (seksuele) attituden en laten zich daarom niet meer zo snel beïnvloeden door de media. Omdat jong-adolescenten nog bezig zijn met het ontwikkelen van 'hun eigen ik' laten zij zich misschien meer en sneller beïnvloeden door de media dan laat-adolescenten die al bijna 'uit' ontwikkeld zijn. In vervolgonderzoek zou men zich kunnen richten op een jongere groep adolescenten om na te gaan of zij zich eerder laten beïnvloeden door seksueel getinte media en gebruik kunnen maken van ander type beeldmateriaal met als voorbeeld de beelden die gebruikt zijn in de studie van Ward (2002).

De laatste verklaring heeft ook betrekking op de selectie van de deelnemers. Bijna de helft van de deelnemers was psychologiestudent. Deze groep studenten heeft veel kennis van het type onderzoek wat gedaan wordt en zij zullen wellicht vermoeden wat er in de huidige studie werd onderzocht, wat natuurlijk zijn invloed zou hebben op de resultaten. Zo zouden de studenten wellicht kunnen weten dat er een effect werd gezocht op de seksuele attituden en zij hebben de vragenlijsten misschien anders ingevuld dan studenten die hier niets van afwisten. Mbo- en hbo-studenten en niet-psychologiestudenten zijn wellicht minder op de hoogte van het type onderzoek wat gedaan wordt en wat voor invloed de media kan hebben op attituden, wat zorgt voor een grotere gevoeligheid van seksuele media op seksuele attituden. Met een populatie die meer variatie heeft qua type scholing (mbo, hbo, universitair) bestaat er een grotere kans dat men een toename vindt van seksuele attituden na blootstelling aan seksueel getint materiaal. Men zou zich in vervolgonderzoek kunnen richten op een andere groep participanten, waarin meer variatie is in type scholing en type studie en daarnaast is het wellicht interessanter om jonge adolescenten mee te nemen, met de verwachting dat zij gevoeliger zullen zijn voor seksueel getinte media dan laat-adolescenten.

Daarnaast zijn er geen modererende effecten gevonden van zelfobjectivering en zelfwaardering. Dit zou kunnen liggen aan het feit dat de scores van zelfobjectivering, fysieke en globale zelfwaardering niet erg ver uit elkaar liggen, wat betekent dat er geen groot verschil is tussen participanten die hoog scoren en participanten die laag scoren op één van de drie moderatoren. Dit kan ervoor zorgen dat er geen modererend effect is gevonden van zelfobjectivering en (globale/fysieke) zelfwaardering, omdat er niet goed onderscheid is kunnen maken tussen deelnemers die hoog en/of laag scoren op de moderatoren.

Daarnaast zou het zo kunnen zijn dat zowel zelfobjectivering en (globale en fysieke) zelfwaardering daadwerkelijk geen invloed hebben op de relatie tussen seksuele media en seksuele attituden van adolescenten. Omdat er uit onderzoek eerder naar voren gekomen is dat de media kan aansporen tot zelfobjectivering (Choma et al., 2010) en een lage zelfwaardering (Polce-Lynch et al., 2001), had de onderzoeker de verwachting dat deze eigenschappen tevens de relatie tussen media en seksuele attituden zou kunnen versterken. Helaas heeft de onderzoeker dat in deze studie niet kunnen aantonen. In vervolgonderzoek zou men andere eigenschappen van deelnemers mee kunnen nemen om

na te gaan of deze de relatie tussen seksueel getinte media en seksuele attituden vergroten. Men zou bijvoorbeeld gebruik kunnen maken van '*perceived realism*'; de mate waarin de participant vindt dat de mediabeelden realistisch zijn en het dus meer laten berusten op de '*social learning theory*' van Bandura (1994). Hierbij zou er verwacht kunnen worden dat adolescenten die hoog scoren op '*perceived realism*' een hogere score zullen laten zien op seksuele attituden na blootstelling aan seksueel getinte media. Aangezien zij de media een hogere score zullen geven op realisme, is de kans groter dat zij de attituden die getoond worden, zullen accepteren en zullen overnemen.

Om tot een conclusie te komen; met voorgaande onderzoeken is er aangetoond dat de media gerelateerd is aan de seksuele attituden en gedragingen van adolescenten (Ward, 2002; Collins et al., 2004 ;L'Engle, et al., 2006; Ter Bogt et al., 2010; Brown et al., 1991). Met de huidige studie is er geprobeerd een causaal verband te vinden; helaas is deze niet gevonden. Adolescenten tussen de 17 en 23 jaar passen hun seksuele attituden niet aan na blootstelling aan seksueel getinte media. Ondanks de verbeterpunten in deze studie, is er vernieuwend onderzoek uitgevoerd onder een relatief grote groep adolescenten. Daarnaast is de manipulatie zorgvuldig samengesteld door het uitvoeren van uitgebreide pilotstudies. Het uitblijven van een effect kan te maken hebben met de participantengroep; het onderzoek heeft zich met name gericht op laat-adolescenten en het zou zo kunnen zijn dat deze groep adolescenten hun seksuele attituden hebben gevormd, daarnaast zou het zo kunnen zijn dat de mediabeelden al zo geïntegreerd zijn in het dagelijks leven van de Nederlands adolescenten, waardoor er geen effect meer is te meten. Daarnaast zijn er in de huidige studie geen modererende effecten gevonden van zelfobjectivering en (fysieke/globale) zelfwaardering. Deze eigenschappen versterken de relatie tussen blootstelling aan seksueel getinte media en seksuele attituden niet.

Referenties

- Aubrey, J.S. (2006) Exposure to sexually objectifying media and body self-perceptions among college women: an examination of the selective exposure hypothesis and the role of moderating variables. *Sex Roles*, 55, 159-172
- Bandura, A. (1994). Social cognitive theory of mass communication. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (61-90) Hove, UK: Lawrence Erlbaum Associates
- ter Bogt, F.M., Engels, R.C.M.E., Bogers, S., Kloosterman, M. (2010) “Shake it baby, shake it”: media preferences, sexual attitudes and gender stereotypes among adolescents. *Sex Roles* 63 (11-12), 844-859
- Brown, J. D., Halpern, C. T., & L’Engle, K. L. (2005). Mass media as a sexual super peer for early maturing girls. *Journal of Adolescent Health*, 36, 420-427.
- Brown, J.D., Newcomer S.F. (1991) Television viewing and adolescents’ sexual behavior. *J Homosex* 21:77–91
- Choma, B.L., Visser, B.A., Pozzebon, J.A., Bogaert, A.F., Busseri, M.A., Sadava, S.W. (2010) Self-objectification, self-esteem, and gender: testing a moderated mediation model. *Sex Roles*, 63, 645–656
- Collins, R.L., Elliott, M.N., Berry, S.H., Kanouse, D.E., Kunkel, D., Hunter, S.B., Miu, A. (2004) Watching sex on television predicts adolescents initiation of sexual behavior. *Pediatrics* 114, 280-289
- L’Engle, K.L., Brown, J.D., Kenneavy, K. (2006) The mass media are an important context for adolescents’ sexual behavior. *Journal of Adolescent Health*, 38, 186–192
- Escobar-Chaves, S. L., Tortolero, S. R., Markham, C. M., Low, B. J., Eitel, P., & Thickstun,

- P. (2005). Impact of the media on adolescent sexual attitudes and behaviors. *Pediatrics, 116*, 303–326
- Graaf, H. de, Nikken, P. Janssens, K., Felten, H. & Van Berlo, W. (2008). Seksualisering: Reden tot zorg? Utrecht: Rutgers Nisso Groep/NJi/MOVISIE
- Hawk, S.T., Vanwesenbeeck, I., de Graaf, H., Bakker, F., (2006) Adolescents' contact with sexuality in mainstream media: a selection-based perspective. *The Journal of Sex Research, 43:4*, 352-363
- Hendrick, C., Hendrick, S. S., & Reich, D. A. (2006). The brief sexual attitudes scale. *The Journal of Sex Research, 43*, 76-86.
- Levine, M. P., Smolak, L. (1996). Media as a context for the development of disordered eating. In Smolak, L., Levine, M. P. en Striegel-Moore, R. (eds.), *The Developmental Psychopathology of Eating Disorders: Implications for Research, Prevention and Treatment. Erlbaum, Mahwah, NJ*, 233–257.
- McKinley, N. M., & Hyde, J. S. (1996). The objectified body consciousness scale. *Psychology of Women Quarterly, 20*, 181-215.
- Muehlenhard, C.L., Quackenbush, D.M. (1998). Sexual Double Standar Scale. In: C.M. Davis, W.L. Yarber, R. Bauserman, G. Schreer, & S.L. Davis (Eds.). *Handbook of Sexuality-Related Measures pp. 186-188*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Polce-Lynch, M., Myers, B.J., Kliwer, W., Kilmartin, C. (2001) Adolescent self-esteem and gender: exploring relations to sexual harassment, body image, media influence, and emotional expression. *Journal of Youth and Adolescence, 30 (2)*, 225-242
- Roberts, T.A., Gettman, J.Y. (2004) Mere exposure: gender differences in the negative effects of priming a state of self-objectification. *Sex Roles, 51*, 17-27
- Van Rooij, T., & Van den Eijnden, R. (2007). Monitor Internet en Jongeren 2006 en 2007:

- Ontwikkelingen in internetgebruik en de rol van opvoeding. *Rotterdam: IVO.*
- Snell, W. E., Papini, D. R. (1989). The sexuality scale: An instrument to measure
sexualesteem, sexual-depression, and sexual-preoccupation. *Journal of Sex Research,*
36, 256-263.
- Straathof, M. A. E., Treffers, Ph. D. A. (1989). *De adolescenten-versie van de CBSK.*
Interne publicatie, Oestgeest: Academisch Centrum Kinder- en Jeugdpsychiatrie
Curium.
- Ward, L.M. (2002) Does television exposure affect emerging adults' attitudes and
assumptions about sexual relationships? Correlational and experimental confirmation.
Journal of Youth and Adolescence, 31 (1), 1-15