

SEKSUALISERING VAN DE MEDIABOODSCHAP

Kwalitatief Explorerend Onderzoek naar de Houding van Middelbare Scholieren ten aanzien
van de Seksualisering van de Mediaboodschap

Bachelor thesis Orthopedagogiek

Pedagogische wetenschappen

Universiteit Utrecht

Student: Janine Groenendaal, 5958040 & Pia Huisman, 5888174

Begeleiding: dr. P. Baar

Utrecht, 21 juni 2020

Abstract

De alomtegenwoordigheid van de media, met daarin seksueel getinte beelden zorgen vandaag de dag voor een maatschappelijk debat. Naast het gegeven dat er steeds meer seksualiserend beeldmateriaal in de media voorbijkomt, consumeren jongeren ook nog eens meer media dan ooit tevoren. Deze beelden geven echter een vertekend beeld van de realiteit. Tegelijkertijd gaan steeds meer jongeren gebukt onder mentale- en gezondheidsproblemen. Om te achterhalen wat de jongeren nou eigenlijk van deze tendens vinden en of zij zich hier bewust van zijn, luidde de algemene doelstelling van deze studie als volgt: wat is de houding van middelbare scholieren ten aanzien van de seksualisering van de mediaboodschap? Uit deze studie kwam naar voren dat de middelbare scholieren zowel positieve als negatieve attitudes jegens de seksualiserende beelden hanteren. Daarnaast zouden de beelden geen invloed hebben op zichzelf, maar wel op anderen. Ook gaven de jongeren aan controle te hebben over hun mediagebruik. De resultaten bieden een ondersteuning voor de Cultivatietheorie en Persoonlijke Fabel theorie. Deze studie raadt aan om interventies te ontwikkelen, waarin men de dialoog aangaat met jongeren. Op deze manier leren de jongeren een kritische houding te ontwikkelen, waardoor ze weerbaarder worden tegen de schadelijke effecten van de media.

Trefwoorden: Houding, seksualisering van de mediaboodschap, middelbare scholieren

The ubiquity of the media, including sexually tinted images, is causing a social debate. In addition to the fact that more and more sexualizing visual material is appearing in the media, young people are also consuming more media than ever before. However, these images give a distorted view of reality. At the same time, more and more young people are suffering from mental and health problems. To find out what the young people think of this trend and whether they are aware of this, the general objective of this study was as follows: what is the attitude of high school students towards the sexualization of the media message? This study showed that high school students have both positive and negative attitudes towards the sexualizing images. In addition, the images would have no influence on themselves, but it will have on others. They also indicated that they had control over their media use. The results are a support for the Cultivation Theory and Personal Fable Theory. This study recommends developing interventions that involve dialogue with young people. In this way, the young people learn to develop a critical attitude, making them more resilient to the harmful effects of the media.

Keywords: attitude, sexualization of the media message, high school students

Kwalitatief Explorerend Onderzoek naar de Houding van Middelbare Scholieren ten aanzien van de Seksualisering van de Mediaboodschap

Het publieke debat omtrent de seksualisering van de mediaboodschap is al tientallen jaren aan de gang, maar lijkt de afgelopen jaren te zijn geïntensiveerd (Dijsselbloem & Van Dam, 2006; Plasterk, 2007). Ook in de cijfers is een verandering te zien. Seksualisering van de mediaboodschap heeft in 2017 ten opzichte van 2012 een belangrijkere rol gekregen in het leven van adolescenten. Zo ontmoette één op de zes jongeren hun laatste sekspartner via online media en heeft één op de acht jongeren kortgeleden een naaktfoto of seksfilmpje gestuurd (De Graaf, Van den Borne, Nikkelen, Twisk, & Meijer, 2017). De media vertonen namelijk vooral seksueel getinte uitingen, welke een negatief effect zouden kunnen hebben op jongeren. Zo kampen deze jongeren vaker met mentale- en gezondheidsproblemen en zijn ze gevoeliger voor cyberpesten, hacking, fraude, sexting, grooming en ongewenste face-to-face contacten (Nikken, 2007a; Sonck & de Haan, 2015).

De aard van de geuite kritiek is tweeledig. Er wordt zowel kritiek geleverd op de hoeveelheid waarin de seksuele uitingen voorkomen, als op de manier waarop mannen en vrouwen worden afgebeeld. Waar de vrouwen worden neergezet als lustobjecten, krijgen de mannen een stoer en dominant imago toegewezen (APA Taskforce, 2007). Naast dit stereotype beeld van zowel mannen als vrouwen is het opvallend dat de seksualiteit die te zien is op bijvoorbeeld televisie vaak plaatsvindt buiten een intieme relatie om of gekenmerkt wordt door overspel. Ruimte voor de emotionele kant van een relatie of de risico's van seks is er nauwelijks (Nikken, 2007b). Daarentegen kunnen de media ook een positief effect hebben op de seksuele identiteitsexploratie. Op sociale media kunnen jongeren bijvoorbeeld hun eigen identiteit creëren door te kiezen welke informatie ze online zetten en met wie ze dit delen (O'Keeffe & Clarke-Pearson, 2011). Gebaseerd op de reacties die zij ontvangen kunnen zij ervoor kiezen om die identiteit voort te zetten of om een andere koers in te slaan. De acceptatie die zij ontvangen is van belang voor hun zelfvertrouwen en positieve zelfevaluatie. Zelfvertrouwen en een positieve zelfevaluatie blijken belangrijke protectieve factoren te zijn tegen de invloed van seksuele media (Aubrey, 2006; Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006). Concluderend kan men dus stellen dat de seksuele media niet op iedereen hetzelfde effect heeft. Waar het voor de één kan leiden tot een ongezonde mentale toestand kan het voor de ander juist een bron betekenen om de eigen identiteit verder te exploreren en te versterken (O'Keeffe & Clarke-Pearson, 2011).

Adolescenten staan aan de voet van hun seksuele en relationele ontwikkeling. Zo is een gezonde seksuele ontwikkeling een van de ontwikkelingstaken van een adolescent

(Baams, Overbeek, Dubas, & van Aken, 2013). Naast deze ontwikkeling, zijn jongeren ook intensieve mediagebruikers. Jongeren spenderen namelijk meer tijd aan media dan dat ze slapen, met hun ouders praten of naar school gaan (Rideout, Foehr, & Roberts, 2010). Niet alleen media over het algemeen is populair bij adolescenten. Onderzoek wijst uit dat mediaboodschappen die populair zijn onder adolescenten vaak een seksualiserende vertekening bevatten (Vandenbosch, Rousseau, Trekels, & Eggermont, 2019). Deze geven op hun beurt weer een vertekend beeld van de realiteit (Vandenbosch, 2014). Dit maakt deze groep extra kwetsbaar (Nikken, 2007a). Daarnaast zijn hun cognitieve vaardigheden nog niet volledig ontwikkeld. Of deze jongeren de realiteitswaarde van seksuele media kunnen inschatten blijft dus nog maar de vraag (Ward, 2003).

Er wordt regelmatig onderzoek gedaan naar seksuele media en diens negatieve gevolgen. Een dergelijke samenhang wordt in diverse onderzoeken onderstreept (O’Keeffe & Clarke-Pearson, 2011; Oosten, 2018; Vanwesenbeeck, 2018). Gezien het gegeven dat de media een prominente plaats inneemt in het leven van jongeren blijft het noodzakelijk dat er veelvuldig onderzoek gedaan wordt naar de seksualisering van de mediaboodschap. Deze prominentere plaats van de media leidt tot veranderingen in de manier waarop jongeren zich laten informeren, zich organiseren en communiceren (Sonck & De Haan, 2015). Opvallend aan de reeds verrichtte onderzoeken is dat er veel gepraat wordt over jongeren, maar nauwelijks met jongeren. Dit kan men ook terugzien in de beschikbare interventies omtrent seksualiteit en media. De interventies die er zijn richten zich primair op het weerbaarder maken van meisjes, de preventie van seksueel overdraagbare aandoeningen, ongewenste zwangerschappen of de negatieve gevolgen van de media (Loket gezond leven, 2014; NJI, 2015). Interventies die ingaan op de houding van jongeren ten aanzien van de seksualisering van de mediaboodschap zijn er nauwelijks (NJI, 2015). Pagani & Mirabello (2011) stellen dat voor het daadwerkelijk optreden van ongewenste effecten door de media, voldaan moet zijn aan twee voorwaarden. De eerste voorwaarde is dat jongeren een positieve houding moeten hebben ten aanzien van de risicovolle media. Hiermee wordt bedoeld dat de jongeren de media positief waarderen en daarnaast realistisch en betrouwbaar vinden. De tweede voorwaarde is dat jongeren in een omgeving moeten opgroeien waarin het mediagebruik en de negatieve gevolgen niet worden besproken, bekritiseerd of afgekeurd worden. Indien men wil interveniëren met als doel om de ongewenste effecten van de media te minimaliseren of te voorkomen, moet eerst helder zijn welke houding van de jongeren ten grondslag ligt aan hun gedrag. Door te onderzoeken wat de houding van middelbare scholieren ten aanzien van de seksualisering van de mediaboodschap is, kan de kennis omtrent deze kwestie worden

verhelderd. Deze unieke invalshoek kan als aanknopingspunt dienen bij de ontwikkeling van nieuwe interventies (Klaasen en Peter, 2015).

De algemene doelstelling van deze studie is het achterhalen van de houding van middelbare scholieren ten aanzien van de seksualisering van de mediaboodschap. Hierdoor kan achterhaald worden op welke manier interventies voor middelbare scholieren aandacht moeten besteden aan het ontwikkelen van een kritische houding en weerbaarheid ten aanzien van de risicovolle media. Aangezien deze studie niet verricht is in het kader van een opdrachtgever zullen er implicaties geformuleerd worden die bruikbaar zijn voor interventieontwikkelaars die zich buigen over deze kwestie. Middels een explorierend kwalitatief onderzoek wordt de houding van middelbare scholieren ten aanzien van de seksualisering van de mediaboodschap onderzocht. Hier is voor gekozen omdat uit de literatuur blijkt dat jongeren zich niet bewust zijn van de risico's van de media en dat de beïnvloeding verloopt via een onbewust proces (Oosten, 2018). Indien dit onderstreept wordt gedurende deze studie biedt dit tevens een belangrijk aanknopingspunt voor toekomstige interventies.

Theoretisch kader

Consensus omtrent de conceptuele definitie van de seksualisering van de mediaboodschap ontbreekt. Hetgeen wat als seksualiserend wordt beschouwd is namelijk een subjectief proces en hangt af van de waarde die de kijker toekent aan het geziene. Kwalitatief onderzoek hiernaar is dus noodzakelijk. Een overmaat aan eenzijdige, gender stereotiepe, seksueel getinte uitingen in de media wordt gedefinieerd als de seksualiserende mediaboodschap (NJI, 2007).

Het ASE-model biedt aanknopingspunten die kunnen dienen als uitgangspunt bij de ontwikkeling van interventies die de negatieve gevolgen van seksualiserende mediaboodschappen trachten te minimaliseren of te voorkomen (De Vries, Dijkstra, & Kuhlman, 1988). Het ASE-model (De Vries et al., 1988) is gebaseerd op de Theory of Planned Behavior (Ajzen, 2012) en de Social Learning Theory (Bandura, 1971). Dit gedragsbeïnvloedingsmodel omvat drie gedragsdeterminanten, namelijk attitude, ervaren sociale invloed en eigen effectiviteitsverwachting. Deze gedragsdeterminanten bepalen vervolgens iemands intentie om bepaald gedrag te gaan vertonen (Brug, Assema, & Lechner, 2012). Samen met de barrières, protectieve factoren en vaardigheden heeft de intentie invloed op het gedrag dat uiteindelijk vertoond wordt (De Vries et al., 1988). Dit model gaat er dus vanuit dat de intentie om bepaald gedrag te vertonen, leidt tot het daadwerkelijk uitvoeren van dat gedrag (Sassen, 2004). De intentie betekent dat we van plan zijn ons op een bepaalde

manier te gaan gedragen. En ondanks dat we onszelf bijvoorbeeld hebben voorgenomen om minder media te consumeren, kunnen er allerlei redenen zijn waardoor we dit toch doen. Er zijn bijvoorbeeld te veel barrières die ons in de weg liggen of het ontbreekt ons aan vaardigheden waardoor het ons niet lukt het gedrag uit te voeren.

Attitude wordt omschreven als het oordeel ten opzichte van het gedrag, de uitkomstverwachtingen en de oordelen over de voor- en nadelen van het gedrag. Een aangeleerde predispositie om gunstig of ongunstig te reageren op gedrag of een object behoren tevens tot de attitude (Sassen, 2004; De Vries et al., 1998). Attitudes worden deels gevormd door de kennis die een individu bezit over seksualisering van de mediaboodschap, maar ook door de gewoontes die het zich eigen heeft gemaakt. Attitudes worden ook gevormd door eerdere leerervaringen. Wordt het gedrag beloond zal het gedrag vaker voorkomen, wordt het gedrag gestraft, dan zal het gedrag minder vaak voorkomen. Dit zal leiden tot positieve en negatieve attitudes ten opzichte van het gedrag. Wanneer iemand regelmatig kijkt naar seksualiserende media, en dit beloond wordt door plezier, bestaat er een mogelijkheid dat de middelbare scholier hier een gewoonte van maakt. Daarnaast wordt blootstelling aan seksualiserende media geassocieerd met een positiever oordeel tegenover deze beelden. Derhalve wordt verwacht dat middelbare scholieren die regelmatig gebruik van de media maken een positiever oordeel hebben tegenover seksualiserende beelden (Brug et al., 2012).

De ervaren sociale invloed betreft de directe invloed van een ander op het individuele gedrag, het leren door het observeren van andermans gedrag en subjectieve normen (De Vries et al., 1988). Uit de literatuur blijkt dat keuzes omtrent het vertonen van bepaald gedrag, sterk beïnvloed worden door de omgeving. Indien de omgeving dus massaal gebruik maakt van deze media, hier een positieve connotatie aanhangt en het gedrag gaat imiteren bestaat er een grote kans dat de middelbare scholier dit ook gaat doen. Zo lijkt het er dus op dat de sociale omgeving fungeert als rolmodel (Crosby, DiClemente, Wingood, Lang, & Harrington, 2002). Naast de sociale omgeving blijken de jongeren de personalities in de media ook te zien als rolmodel. Een belangrijke verklaring hiervoor is te vinden in de sociale leertheorie van Bandura (1971). Bandura (1971) stelt dat mensen leren door te observeren. Dit noemt hij observationeel leren. Mensen leren dus door te kijken naar hoe anderen iets doen en te zien welke gevolgen die andere persoon daarvan ondervindt. Wanneer een jongere dus regelmatig naar seksueel getinte posts op bijvoorbeeld Instagram kijkt en ziet dat die persoon veel likes en followers heeft, bestaat er een grote kans dat een jongere dit gaat imiteren. Naast sociale invloed is ook de subjectieve norm van belang. Dit zijn verwachtingen van vele belangrijke anderen over een bepaalde norm. De mate waarin een individu hier zich wat van aantrekt, is

motivation to comply (Brug et al., 2012). Verwacht wordt dat middelbare scholieren zich niet bewust zijn van de sociale invloed en dat beïnvloeding door de media dus een onbewust proces is.

De laatste gedragsdeterminant van het ASE-model betreft de eigen effectiviteitsverwachting. Onder de eigen effectiviteit wordt de mate van controle en inzicht in het eigen gedrag verstaan. Daarnaast omvat dit ook de vaardigheden en het vermogen om het gedrag te veranderen (Brug et al., 2012). De prefrontale cortex, die belangrijk is voor cognitieve processen als het vertonen van zelfcontrole en het overzien van lange termijngevolgen, ontwikkelt zich nog tot ongeveer het 22^e levensjaar. Door de onderontwikkelde prefrontale cortex hebben jongeren minder remmingen en zijn ze minder goed in staat hun eigen gedrag te controleren. Derhalve wordt verwacht dat middelbare scholieren hun eigen mediagebruik niet onder controle hebben en derhalve dus geen inzicht hebben in hun eigen gedrag en ook niet het vertrouwen hebben dit gedrag te veranderen (Peper, 2011).

Vraagstelling en onderzoeksvragen

De vraagstelling van dit onderzoek is: ‘Wat is de houding van middelbare scholieren ten aanzien van de seksualisering van de mediaboodschap?’. Deze zal onderzocht worden aan de hand van de drie onderzoeksvragen: ‘Wat is de attitude van middelbare scholieren ten aanzien van de seksualisering van de mediaboodschap?’, ‘Wat is de ervaren sociale invloed van middelbare scholieren ten aanzien van de seksualisering van de mediaboodschap?’ en ‘Hebben de middelbare scholieren, naar eigen inzicht, de controle over hun eigen mediagebruik?’.

Methode

Type onderzoek

Door middel van kwalitatief explorierend onderzoek is getracht een antwoord te vinden op de onderzoeksvraag. Kwalitatief onderzoek is het gedetailleerd beschrijven en interpreteren van gebeurtenissen, situaties, interacties en personen naar aard of eigenschappen (Baar, 2002). Kwalitatief onderzoek is erop gericht om inzicht te krijgen in de onderwerpen die leven binnen een bepaalde doelgroep, hierbij wordt er ook gekeken waarom dit binnen deze doelgroep leeft. Er is gekozen voor een kwalitatief onderzoeksdesign om een open vizier te kunnen hanteren, waarbij de houding van de middelbare scholieren achterhaald kon worden (Baarda, De Goede, & Teunissen, 2001).

Respondenten

Voor het werven van de respondenten is gebruik gemaakt van een gemak steekproef (Neuman, 2014). Aangezien er is gekozen voor een gemak steekproef moeten de resultaten voorzichtig geïnterpreteerd worden en is de externe validiteit in statistische zin beperkt. Vanwege het Covid-19 virus kon er geen fysieke ontmoeting plaatsvinden. Derhalve zijn alle acht de interviews afgenomen via Skype en Facetime. De acht respondenten zijn gevonden in de kennissenkringen van de onderzoekers. Via die kennissenkring is men vervolgens aan andere respondenten gekomen. De steekproef bestond uit twee jongens en zes meisjes in de leeftijd van twaalf tot en met achttien jaar. De gemiddelde leeftijd van de respondenten betrof 15.5 jaar. Hierbij is geen onderscheid gemaakt naar opleidingsniveau. Er is voor deze doelgroep gekozen omdat middelbare scholieren erg beïnvloedbaar zijn, en regelmatig aan diverse soorten media worden blootgesteld (Boot, De Jongh, Leurs, & De Vries, 2011). De respondenten komen voornamelijk uit de provincie Gelderland en uit Gouda. Hierdoor is de inhoudelijke generalisatie beperkt. Dit betreft de mate waarin de resultaten van deze studie overdraagbaar, vergelijkbaar of overeenkomstig zijn met de situaties die niet zijn onderzocht. De situatie kan in een andere provincie wellicht heel anders zijn.

Meetinstrument

Voor de beantwoording van de onderzoeksvraag is gebruik gemaakt van een semigestructureerd diepte-interview. De antwoorden lagen niet van tevoren vast (Baarda et al., 2001). Een diepte-interview is een kwalitatief onderzoeksinstrument voor het verkennen van nieuwe en complexe situaties, vraagstukken en fenomenen (Baar & Wubbels, 2013). Voor de diepte-interviews is een topiclijst opgesteld met onderwerpen. Deze werden vervolgens behandeld in ieder interview. Deze onderwerpen waren gericht op de gedragsdeterminanten attitude, ervaren sociale invloed en eigen effectiviteitsverwachting. Per gedragsdeterminant werden er verschillende vragen gesteld.

Het interview is van start gegaan met een gespreksintroductie, waarin wij hen het doel van het onderzoek hebben uitgelegd en wat zij van ons konden verwachten. Daarna zijn wij van start gegaan met het daadwerkelijke interview. Het interview bestond uit drie onderdelen (1) attitude, (2) ervaren sociale invloed en (3) eigen effectiviteitsverwachting. Bij attitude werd er gevraagd naar de kennis, waardering en gewoontes van de respondent met betrekking op seksualisering van de mediaboodschap. In dit onderdeel werd ook besproken wat de respondent voor beeldmateriaal heeft gezien in de PowerPoint. Een vraag die in dit onderdeel is gesteld om achter de kennis van de respondent te komen is: 'Wat versta jij onder seksualisering van de mediaboodschap?'. Bij het gedeelte over ervaren sociale invloed werd er gevraagd naar de sociale invloed vanuit de directe omgeving en de media, modelgedrag en

hun idee hierachter en over de subjectieve norm. Een vraag hierbij horend is: ‘In hoeverre hebben deze beelden invloed op de manier waarop jij naar seks kijkt?’. Als laatste is er bij de eigen effectiviteitsverwachting gevraagd naar de mate van controle over het mediagebruik en de verschillen tussen mensen (generality). Hierbij is onder andere de volgende vraag gesteld: ‘In hoeverre denk jij dat je je mediagebruik onder controle hebt?’. De middelbare scholieren zijn apart geïnterviewd en de gemiddelde duur van het interviews was 20 minuten. Gedurende het interview is de topiclijst niet van boven naar beneden afgewerkt. Hierin was variatie mogelijk, indien dit ten goede kwam aan het verloop van het interview (Baarda et al., 2001). Door op de juiste manier door te vragen en de juiste interviewtechnieken te gebruiken, werd ernaar gestreefd de interne validiteit zo goed mogelijk te hebben. Door regelmatig samen te vatten, aantekeningen te maken en het gesprek op te nemen en verbatim uit te schrijven werd gepoogd de betrouwbaarheid zo groot mogelijk te krijgen (Neuman, 2014).

Procedure

Voor het werven van respondenten is er een oproep geplaatst op verschillende media-accounts van de onderzoekers (Facebook, Instagram & LinkedIn). Uiteindelijk hebben er 8 respondenten deelgenomen aan het onderzoek. Bij jongeren die nog niet de leeftijd van 16 jaar hadden bereikt, is middels een schriftelijk formulier om toestemming van beide ouders gevraagd voor medewerking aan het onderzoek. Deze formulieren zijn op een vertrouwelijke wijze in bewaring genomen door de onderzoekers. Voorafgaand aan de toestemming is er duidelijk gemaakt wat de onderzoeksprocedure was en dat het interview volledig anoniem verwerkt zou worden.

Aan de respondenten is uitgelegd dat het voor ons belangrijk was om aantekeningen en een gespreksopname te maken, zodat de gesprekslijn werd bijgehouden. Hierdoor werd de betrouwbaarheid van de studie vergroot. Verder is er nog uitgelegd dat hun anonimiteit te allen tijde zal worden gewaarborgd en dat wij erg benieuwd zijn naar hun visie op het onderwerp en dat zij hierin niks goed of fout kunnen zeggen. De topiclijst is niet van boven naar beneden afgewerkt. Hierin was variatie mogelijk, indien dit ten goede kwam aan het verloop van het interview (Baarda et al., 2001). Door op de juiste manier door te vragen en de juiste interviewtechnieken te gebruiken, werd ernaar gestreefd de interne validiteit zo groot mogelijk te krijgen. Door regelmatig samen te vatten, aantekeningen te maken en het gesprek op te nemen en verbatim uit te schrijven werd gepoogd de betrouwbaarheid zo groot mogelijk te krijgen (Neuman, 2014).

Data-analyse

De verbatim uitgeschreven interviews zijn geanalyseerd volgens de kwalitatieve analysemethode van Baarda, De Goede en Teunissen (2001). Om te beginnen is alle informatie op relevantie geordend op een systematische wijze. Via systematische analytische inductie is men per determinant gekomen tot kernlabels en onderliggende dimensies. Om de interne validiteit te waarborgen werden de citaten zo dicht mogelijk bij de citaten van de respondenten gehouden. Aangezien er gewerkt is conform de kwalitatieve analysemethode, zijn de labels via codes te herleiden tot de oorspronkelijke tekstpassage in het interview (Baar & Wubbels, 2013).

Resultaten

In deze resultatensectie worden de belangrijkste resultaten van de kwalitatieve analyse besproken ter illustratie van de houding van respondenten. Hierbij zullen citaten worden aangehaald, waarbij er een gefingeerde respondentnaam tussen haakjes achter het citaat staat, hieruit valt het geslacht van de respondent te leiden. Aan de respondenten zijn dezelfde vragen voorgelegd. De kernlabels worden vet aangegeven en de dimensies worden cursief aangegeven.

Attitude

Seks in de media dat voorbijkomt

Het interview werd gestart met de vraag wat de respondenten verstaan onder de seksualisering van de mediaboodschap. Hiermee werd nagegaan of de respondent weet wat de *definitie is van seksualisering van de mediaboodschap*, dit om te kijken wat de kennis is van de respondent over het onderwerp. De kennis van de respondenten was niet optimaal. Zo komt het leeuwendeel van de respondenten tot de conclusie dat ze niet precies kunnen uitleggen wat er verstaan wordt onder seksualisering van de mediaboodschap. Na een korte uitleg komen alle jongeren tot de conclusie dat de seksualisering van de mediaboodschap ‘seks in de media’ inhoudt. Een opmerking die door een respondent is gegeven, is als volgt: “Het zal wel iets met seks in de media te maken hebben” (Tom). Daarnaast wordt er een enkele keer benoemd dat het ook naaktheid in de media inhoudt, bijvoorbeeld met de opmerking: “Half naakte mannen en vrouwen in de media” (Fleur). Het *bewustzijn van het bestaan van seksuele beelden* is ook uitgevraagd. De respondenten waren zich er niet volledig van bewust dat de seksuele beelden zo frequent voorbijkomen in hun leven. Ruim een kwart van de respondenten gaf aan niet door te hebben dat er seksualiserende beelden voorbijkomen in de media. Op de vraag of de respondent seksuele beelden tegenkomt werd door een respondent geantwoord: “Vast wel, maar ik heb het dan echt niet door” (Fleur). Daarnaast maakte een iets oudere respondent de volgende opmerking: “Ik heb er eigenlijk nooit echt

over nagedacht dat er veel seks op TV en Instagram is. Het hoort er eigenlijk gewoon bij.” (Emma). Deze opmerking komt dan ook weer overeen met andere aspecten van het ASE-model, namelijk subjectieve norm en gewoontes. Een iets groter gedeelte van de respondenten waren van mening dat de seksualiserende beelden vooral voorbijkwamen op Instagram in de vorm van bikini foto’s. Ofschoon drie van de respondenten aangaven wekelijks naar programma’s als Temptation Island en Ex On The Beach te kijken gaven zij aan zich niet perse bewust te zijn van dat dat behoort tot de seksualisering van de mediaboodschap. Ze kijken er gewoon naar omdat ze het leuk vinden.

Ik vind iets van de seksuele media

Op de vraag wat de middelbare scholieren *vonden van de seksuele beelden* gaven de respondenten aan dat het ze niet boeit, ze er niks mee te maken hebben of dat het hen niks uitmaakt. De volgende opmerkingen werden gemaakt: “Nou het maakt mij eigenlijk niet zoveel uit” (Julia) en “Ik heb er niks mee te maken” (Bella). Een enkeling gaf aan het raar en ongemakkelijk te vinden en er liever niet naar te kijken. Naast de *negatieve waardering* van de meeste respondenten, werden bepaalde aspecten van de seksuele media als *positief beoordeeld* door sommige respondenten. Op de vraag ‘Wat is jouw mening over deze beelden?’, gaf een enkeling aan dat het juist goed is dat er open gepraat wordt over seks in de media en dat de mensen gewoon lekker zichzelf zijn en zelfverzekerd genoeg om zichzelf zo bloot te laten zien op social media. Daarnaast werden er veel positieve opmerkingen gemaakt over de seksuele beelden in het algemeen. De jongeren vinden het grappig en leuk om naar te kijken. Ook geven ze aan de beelden mooi te vinden. Een aantal van deze positieve opmerkingen zijn: “Ik vind Ex on the beach echt grappig om te zien” (Bas), “Het zijn echt mooie vrouwen” (Tessa) en “Ik vind het mooie foto’s” (Anne).

Het wordt normaal

Om te weten te komen of de respondenten seksuele beelden normaal vinden is de vraag gesteld: ‘In hoeverre vind jij deze beelden normaal?’. Drie van de respondenten waren van mening dat de beelden *normaal zijn geworden*, omdat je eigenlijk niks anders meer ziet. Je staat er gewoon niet bij stil. Zes van de jongeren gaven echter aan dat wat normaal is in het echte leven, zoals zoenen en seks, niet normaal is in de media. Zij gaven aan dat seks een privé activiteit is en dat dit niet op TV of in andere media hoort. Een opmerking die hierbij gemaakt is:

Normaal doen mensen het ook wel zeg maar, maar dan is het privé. Het is misschien voor sommige mensen raar als je dat in de media ziet. Ik vind seks dus wel normaal, maar niet als het te zien is in de media. (Tessa)

Ervaren sociale invloed

Praten met vrienden over seksualiserende media

Minder dan de helft van de jongeren gaven aan met *vrienden te praten over de seksualiserende beelden*. Degenen die over de beelden praten met vrienden kijken het ook door vrienden. Opvallend is dat dit alleen de jongens waren die dat aangaven.

Het heeft op mij geen invloed, maar op anderen wel

Het merendeel van de respondenten waren van mening dat de seksuele beelden op hen *niet van invloed* waren en gaven aan niet anders naar zichzelf te gaan kijken door die beelden. Ook heeft het volgens hen geen invloed op de manier waarop ze naar seks kijken. Daarentegen konden zij zich wel voorstellen dat *anderen erdoor beïnvloed* worden. Zij gaven namelijk aan dat de jongeren sommige personalities in de media zien als een voorbeeld. Omdat zij tegen die mensen opkijken gaan ze dit gedrag imiteren. Daarnaast gaven sommigen ook aan dat ze onzeker werden na het zien van de beelden, of dat anderen erdoor onzeker van kunnen worden. De volgende opmerking hoort hierbij:

Als ze dit soort beelden zien, dan kunnen ze denken dat het zo moet. Als je seks hebt gehad weet je wel dat het niet zo is. Als het niet zo is, dan kunnen die mensen er misschien onzeker van worden. (Bas)

Sex sells

Op de vraag waarom mensen zo werden afgebeeld in de media, waren bijna alle jongeren gelijkgestemd. Sex sells. Zo maakte een respondent letterlijk de opmerking: “Omdat mensen graag naar seks kijken, spelen de bedrijven hier ook op in. Dan gaan ze tijdschriften en Tv-programma’s maken met seks en mooie slanke modellen, puur om het goed te verkopen” (Emma). De helft van de jongeren waren dan ook van mening dat mannen met een gespierd lichaam, mooi haar, een mooi gezicht en veel tatoeages gewild zijn en daarom in de media terecht komen. Ook zeggen de respondenten dat wanneer vrouwen *bepaalde kenmerken hebben*, zoals dun zijn, grote borsten en billen hebben en het hebben van een mooi gezicht en haar, zij eerder in de media terecht komen. Dit zouden voor de respondenten redenen zijn waarvoor dit soort mensen gecast worden voor programma’s als Temptation Island. Op de vraag waarom mensen worden gecast voor dit soort programma’s, kwam onder andere dit antwoord:

In die programma’s draait het meer om uiterlijk dan om innerlijk. Ze kiezen niet voor niks knappe mannen en vrouwen. Dan zijn de mensen knap en durven ze hun body te showen, dus dan denk ik dat het voor mannen aantrekt om naar het programma te gaan kijken (Fleur).

Bij deze opmerking komt naar voren dat de respondent sterk denkt dat het alleen over het uiterlijk gaat en dat innerlijk er niets mee te maken heeft. Innerlijke aspecten van seksuele beelden werden nauwelijks besproken.

Eigen effectiviteit

Controle over mediagebruik

Om te kijken naar de mate van controle over het mediagebruik van de respondenten, werd gevraagd: ‘In hoeverre denk jij dat je jouw mediagebruik onder controle hebt?’. Zes van de respondenten gaven aan *controle te hebben over hun mediagebruik*. Zij gebruiken uitspraken als ‘voorbij scrollen’, ‘stoppen als je het wilt’, ‘doen wat je zelf wilt’ en ‘niks van aantrekken’. Een klein deel van de respondenten gaf echter aan dit *niet onder controle te hebben* en zelfs van de media gebruik te maken wanneer dit eigenlijk niet uitkomt, zoals op school. Een enkeling gaf zelfs aan de ouders in te zetten bij het controleren van het mediagebruik, bijvoorbeeld door het geven van de telefoon aan ouders wanneer er aan school gewerkt moet worden.

Vershil tussen mensen (generality)

Veel van de respondenten vonden dat er veel *verschillen zijn tussen mensen* wat betreft dit onderwerp. Ten eerste is er regelmatig benoemd dat er een *verschil in leeftijd* is. Drie van de jongeren was van mening dat naarmate men ouder wordt, men steeds meer bezig is met seksuele media. Ten tweede heeft meer dan de helft van de respondenten benoemd dat mensen over het algemeen van elkaar verschillen. Opmerkingen als ‘Iedereen is anders’ en ‘Geldt niet voor mij, maar wel voor een ander’ werden regelmatig gemaakt. Als laatste is er geen eenduidig resultaat wat betreft het *verschil in sekse*. De helft van de respondenten geeft aan dat er geen verschil is tussen jongens en meisjes en de helft geen aan dat er wel een verschil is. Over wat dit verschil dan inhoudt is geen eenduidig antwoord te geven.

Discussie

De algemene doelstelling van deze studie was het achterhalen van de houding van middelbare scholieren ten aanzien van de seksualisering van de mediaboodschap. De eerste onderzoeksvraag luidde: ‘Wat is de attitude van middelbare scholieren ten aanzien van de seksualisering van de mediaboodschap?’ Wat betreft attitude werd verwacht dat middelbare scholieren die regelmatig gebruik van de media maken, een positiever oordeel hebben tegenover seksualisering van de mediaboodschap. Deze verwachting bleek grotendeels waar te zijn. Algemeen genomen maakten de middelbare scholieren zowel positieve als negatieve opmerkingen over de seksuele beelden. Sommige respondenten gaven aan niet in aanraking te komen met de seksuele beelden. Echter kwam er gelijktijdig naar

voren dat veel respondenten niet duidelijk konden omschrijven wat er nou precies verstaan werd onder de seksualisering van de mediaboodschap. Er bestaat dus een mogelijkheid dat ze zich niet bewust zijn van de seksualiserende beelden, omdat de beelden met zo'n grote regelmaat voorbijkomen dat er gewenning optreedt. Een mogelijke verklaring hiervoor ligt in de Cultivatietheorie van Gerbner (1969). Gerbner (1969) vond in zijn studie dat hoe meer tijd mensen besteden aan het kijken van televisie, hoe groter de kans is dat ze de sociale werkelijkheid zoals die op televisie wordt afgebeeld, gaan geloven. Doordat men dus steeds vaker in aanraking komt met seksueel getinte beelden bestaat de kans dat men dit gaat zien als de werkelijkheid. De middelbare scholieren die een positieve attitude hanteerden ten aanzien van de seksualiserende media gaven dan ook aan dat ze niet inzagen waarom de beelden slecht zouden zijn. Ze horen er nou eenmaal bij, ze zien het al jaren voorbijkomen. Het gewenningsproces biedt een belangrijk aanknopingspunt voor toekomstige interventies die de negatieve effecten van de media, als mentale- en gezondheidsproblemen, trachten te minimaliseren. Uit de literatuur komt namelijk naar voren dat het gewenningsproces, en het daarmee dus niet bewust zijn van de seksualiserende beelden, ervoor zorgen dat de negatieve invloed van de media groter is. Het maakt dus uit hoe de jongeren de mediabeelden interpreteren. Het is dan ook van belang om jongeren te leren een kritische houding jegens dit beeldmateriaal aan te nemen. Hierbij kan de vraag 'Hoe relevant en realistisch zijn deze beelden nou eigenlijk?' gesteld worden. Toekomstige interventies zouden zich dan ook kunnen richten op het aangaan van een dialoog, waarbij jongeren gestimuleerd worden kritisch na te denken over hetgeen zij zien. Literatuur wijst uit dat het hierbij van belang is dat de interventie aansluit bij de leefwereld van de jongeren (Nikken, 2007a).

De tweede onderzoeksvraag luidde: 'Wat is de ervaren sociale invloed van middelbare scholieren ten aanzien van de seksualisering van de mediaboodschap?' Verwacht werd dat middelbare scholieren zich niet bewust waren van de invloed van de seksuele beelden en dat beïnvloeding dus verloopt via een onbewust proces. De resultaten bieden geen ondersteuning voor deze hypothese. De respondenten gaven namelijk aan dat de beelden niet op hen van invloed waren, maar dat ze zich wel konden voorstellen dat de beelden op iemand anders van invloed konden zijn. Een mogelijke verklaring voor deze bevinding kan gevonden worden in de 'Persoonlijke fabel' theorie. Volgens Elkind (1967) heeft een adolescent een intense focus op zichzelf als middelpunt van de aandacht, wat leidt tot de overtuiging dat men volstrekt uniek is, en op zijn beurt, kan dit aanleiding geven tot een gevoel van onkwetsbaarheid. Omdat de adolescent zich dus uniek voelt, en daarmee een gevoel van onkwetsbaarheid oproept, rapporteren zij dat de beelden op hen niet van invloed zijn, maar dat ze zich wel

kunnen voorstellen dat de beelden op iemand anders van invloed zijn. De twee duidelijke kenmerken van persoonlijke fabel zijn dus gevoelens van uniciteit en onkwetsbaarheid. Toekomstige interventies zouden kunnen ingrijpen op deze twee factoren, waardoor er een bewustzijn gecreëerd wordt dat de beelden ook op hen van invloed kunnen zijn en niet enkel op anderen. Daarnaast gaven enkele respondenten aan dat men onzeker kan worden van de beelden en dat ze de beelden gaan nadoen, omdat ze de mensen in de media als rolmodel zien. Een verklaring hiervoor kan gevonden worden in de sociale leertheorie van Bandura (1971). Bandura (1971) stelt dat men kan leren door naar anderen te kijken, ook wel observationeel leren genoemd. Indien het gedrag beloond wordt zal het gedrag in frequentie toenemen. Indien het gedrag bestraft wordt zal het gedrag in frequentie afnemen of zelfs uitdoven. Wanneer jongeren iemand in de media zien die zich schaars kleedt en uitdagend gedraagt en daar positieve consequenties aan ondervindt als veel likes en aandacht, zal de kans toenemen dat de jongeren zich ook zo gaan gedragen. Indien jongeren zien dat het gedrag geen positieve gevolgen oplevert, zal de kans dat dat gedrag vertoond wordt afnemen. Interventies zouden zich dan ook kunnen richten op de negatieve gevolgen die dat soort beelden voor de mensen veroorzaken.

De derde onderzoeksvraag luidde: ‘Hebben de middelbare scholieren, naar eigen inzicht, de controle over hun eigen mediagebruik?’. Hierin werd verwacht dat middelbare scholieren hun eigen mediagebruik niet onder controle zouden hebben en derhalve dus geen inzicht hebben in hun eigen gedrag en ook niet het vermogen hebben dit gedrag te veranderen. Ook deze hypothese werd niet ondersteund. De meeste respondenten gaven namelijk aan wel controle te hebben over hun mediagebruik. Slechts één respondent gaf aan hier geen controle over te hebben. Respondenten brachten ook manieren naar voren hun mediagebruik te controleren. Voorbij scrollen, er geen aandacht aan besteden, er niet naar kijken, een ouder vragen telefoon af te pakken werden naar voren gebracht als mogelijkheden. Opvallend was wel dat ze eerder met deze mogelijkheden kwamen, indien hen gevraagd werd een ander een tip te geven. Ook deze bevinding kan ondersteund worden met de persoonlijke fabel theorie (Elkind, 1967). Aangezien de jongeren zichzelf zien als uniek en onkwetsbaar kunnen ze wel tips voor anderen aandragen, maar niet voor zichzelf. Om het bewustzijn bij de jongeren te creëren dat voor hen dezelfde principes gelden als voor andere jongeren zal men met interventies kunnen ingrijpen op deze twee principes.

Limitaties

Enkele tekortkomingen zijn relevant om in acht te nemen bij de waardering van deze studie. Ten eerste was de omvang van de steekproef beperkt, namelijk 8 respondenten. Of de

resultaten te generaliseren zijn naar de gehele populatie middelbare scholieren, blijft dus nog maar de vraag. Voor toekomstig onderzoek kan het raadzaam zijn om een grotere steekproefgrootte te hanteren.

Door de problemen omtrent het Coronavirus en de gesloten middelbare scholen, was het rekruteren van participanten lastig. Derhalve is gekozen voor een gemak steekproef. Deze manier van selecteren brengt echter de nodige beperkingen met zich mee. Zo zijn de participanten geselecteerd op basis van gemakkelijke van rekrutering. Hierdoor bevat de steekproef mogelijk een ondervertegenwoordiging van middelbare scholieren waarbij een taboe berust op seksualiteit. Of de resultaten een representatieve weergave zijn van de houding van middelbare scholieren valt dus niet met zekerheid te stellen. Voor het vergroten van de representativiteit zou gekozen kunnen worden voor een steekproefdesign waarin de respondenten op een aselechte wijze worden geselecteerd. Daarnaast zijn de respondenten vanwege de Corona problematiek geïnterviewd via Skype of Facetime. Dit heeft het observeren van kwalitatieve informatie, die helpend kan zijn bij de interpretatie van de resultaten, bemoeilijkt. Derhalve wordt de voorkeur gegeven aan een 'live' interview. Op deze manier heeft men beter zicht op de non-verbale signalen die de respondent afgeeft.

Naast de beperkte steekproefgrootte was er geen evenredige verdeling tussen jongens en meisjes. De steekproef bestond uit 2 jongens en 6 meisjes. Omdat er gedurende dit onderzoek gebruik is gemaakt van een steekproefdesign zonder onderscheid in sekse, kunnen er geen uitspraken gedaan worden over mogelijke sekseverschillen. Om te bezien of er een verschil in sekse te duiden is zou men in de toekomst kunnen kiezen voor een steekproefdesign met onderscheid in sekse. Op deze manier kunnen mogelijke sekseverschillen geduid worden, waar interventieontwikkelaars rekening mee kunnen houden bij de ontwikkeling van interventies die de negatieve gevolgen van de media trachten te limiteren.

Ondanks dat alle mediaconsumenten dagelijks worden blootgesteld aan seksuele mediaboodschappen, blijft het praten over seks toch iets vreemds voor de meesten. De jongeren reageerden af en toe giechelig en ook waren er ouders die geen toestemming verleenden voor participatie aan dit onderzoek. Hieruit kan men concluderen dat er nog steeds een gigantisch taboe berust op dit onderwerp. Het kan dan ook lastig zijn voor middelbare scholieren om dit onderwerp te bespreken, waardoor er een grote mogelijkheid bestaat dat zij bij het beantwoorden van de vragen niet het achterste van hun tong hebben laten zien. Om dit ietwat te ondervangen is getracht een band te creëren met de respondent, door een informeel praatje aan te knopen voordat er met het daadwerkelijke interview gestart werd. Vanwege de

(online) face-to-face interviews bestaat er een mogelijkheid dat de respondenten sociaal wenselijke antwoorden hebben gegeven. Respondenten zijn bij (online) face-to-face interviews namelijk geneigd hun antwoorden te vervormen om zichzelf als meer sociaal wenselijk te presenteren (Holbrook, Green, & Krosnick, 2003). Een voorbeeld hiervan is dat de middelbare scholieren allemaal zeiden dat de beelden op hen niet van invloed waren en dat ze door de beelden niet anders naar seks gingen kijken. Mogelijk zijn de jongeren beïnvloed in hun manier van antwoord geven. Of de jongeren ook daadwerkelijk sociaal wenselijke antwoorden hebben gegeven valt helaas niet te achterhalen, maar kan gedurende het interview wel enigszins ondervangen worden door adequate interviewtechnieken. Omdat wij van tevoren hebben aangegeven wat de precieze aard van het interview was en het taboe rondom seksualiteit, bestaat er een grote kans dat de middelbare scholieren inderdaad sociaal wenselijk hebben geantwoord (Holbrook et al., 2003). Toekomstig onderzoek zal met deze invloed rekening kunnen houden.

Een kwalitatieve onderzoeksmethode biedt een grote kans voor onderzoekers om ook daadwerkelijk de diepte in te duiken en verschillende zaken uit te vragen. Echter bestaat er ook een mogelijkheid dat de onderzoekers de respondenten onbewust hebben beïnvloed, door bijvoorbeeld heel enthousiast of juist afwerend op een bepaald antwoord te reageren. Een kwalitatief onderzoek biedt dus zowel kansen als beperkingen. Waar de meeste onderzoeken rondom dit thema kwantitatief van aard zijn, bied deze studie een ander perspectief welke bruikbaar kan zijn bij de ontwikkeling van toekomstige interventies.

Als laatste is er in dit onderzoek alleen gericht op de gedragsdeterminanten van het ASE-model. Dit betekent dat verschillen in sekse of leeftijd niet meegenomen zijn. Echter zijn er wel een aantal opvallende uitspraken gedaan over deze verschillen in dit onderzoek. Dit geeft aan dat het van belang is om hiernaar verder onderzoek te doen. Dit zal ook ten goede komen bij het ontwikkelen van interventies die passend zijn bij de leefwereld van de middelbare scholier.

Literatuur

- Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. In P. Van Lange, W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.). *Handbook of theories of social psychology, 1*, 438-460. London: Sage.
- APA Task Force on the Sexualization of Girls. (2007). *Report of the APA task force on the sexualization of girls*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Aubrey, J. (2006). Effects of sexually objectifying media on self-objectification and body surveillance in undergraduates: Results of a 2-year panel study. *Journal of Communication, 56*, 366-386. doi: 10.1111/j.1460-2466.2006.00024.x
- Baams, L., Overbeek, G., Dubas, J. S., & van Aken, M. A. G. (2013). On early starters and late bloomers: The development of sexual behavior in adolescence across personality types. *The Journal of Sex Research, 51*(7), 754-764. doi:10.1080/00224499.2013.802758
- Baar, P. (2002). *Cursushandleiding training kwalitatieve analyse voor pedagogen*. Utrecht: Universiteit Utrecht.
- Baar, P., & Wubbels, T. (2013). Peer Aggression and Victimization: Dutch Sports Coaches' Views and Practices. *The Sport Psychologist, 27*(4), 380-389. doi:10.1123/tsp.27.4.380
- Baarda, D. B., De Goede, M. P. M., & Teunissen, J. (2001). *Basisboek kwalitatief onderzoek: Praktische handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers bv.
- Bandura, A. (1971). *Social learning theory*. NY: General Learning Press.
- Boot, N. M. W. M., De Jongh, D. M., Leurs, M. T. W., & De Vries, N. K. (2011). Gezonde school als methode voor GGD'en bij de invoering van schoolgezondheidsbeleid. *Tijdschrift voor Gezondheidswetenschappen, 89*, 222-228. doi:10.1007/s12508-011-0075-4
- Brug, J., Assema, P., & Lechner, L. (2012). *Gezondheidsvoorlichting en gedragsverandering: Een planmatige aanpak*. Assen: Van Gorcum.
- Crosby, R. A., DiClemente, R. J., Wingood, G. M., Lang, D. L., & Harrington, K. (2002). Infrequent parental monitoring predicts sexually transmitted infections among low-income African American female adolescents. *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine, 157*, 169-173 Geraadpleegd van <https://jamanetwork.com/journals/jamapediatrics/fullarticle/481256>
- Dijsselbloem, J., & Van Dam, M. (11 oktober 2006). Geen censuur, wel respect. *Dagblad Trouw*, 11-10-2006. Geraadpleegd van: <https://www.trouw.nl/nieuws/het-respect->

- moet-weer-terug-op-de-televisie-
opinie~bd21263d/?referer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F
- Elkind, D. (1967). Egocentrism in adolescence. *Child Development*, 38, 1025–1034.
- Gerbner, G. (1969). Toward “cultural indicators”: The analysis of mass mediated message systems. *AV Communication Review*, 17, 137–148.
- Graaf, H. de, Van den Borne, M., Nikkelen, S., Twisk, D., & Meijer, S. (2017). *Seks onder je 25e: Seksuele gezondheid van jongeren in Nederland anno 2017*. Delft: Eburon.
- Holbrook, A. L., Green, M. C., & Krosnick, J. T. (2003). Telephone versus face-to-face interviewing of national probability samples with long questionnaires: Comparisons of respondent satisficing and social desirability response bias. *The Public Opinion Quarterly*, 67, 79–125. Geraadpleegd van <http://www.jstor.com/stable/3521667>
- Klaassen, M., & Peter, J. (2015). Gender (in)equality in internet pornography: A content analysis of popular pornographic internet videos. *Journal of Sex Research*, 52, 721–735. doi:10.1080/00224499.2014.976781
- Loket gezond leven (2014). Geraadpleegd op 1 Mei 2020 van:
<https://interventies.loketgezondleven.nl/interventieoverzicht2/Seks>
- Neuman, W. L. (2014). *Understanding research*. Essex: Pearson Education Limited.
- Nikken, P. (2007). *Jongeren, media en seksualiteit. Hoe media-interesses en –gebruik samenhangen met fantasieën, opvattingen en gedrag*. Geraadpleegd van <https://www.nji.nl/nl/Download-NJi/Publicatie-NJi/Jongeren-media-en-seksualiteit-Compleet.pdf>
- Nikken, P. (2007a). *Mediageweld en kinderen*. Amsterdam: SWP.
- Nikken, P. (2007b). *Jongeren, media en seksualiteit*. Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut.
- NJI (2015). Geraadpleegd op 17 Mei 2020 van: <https://www.nji.nl/Zoek?q=seksualiteit>
- O’Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127, 800-804. doi:10.1542/peds.2011-0054
- Oosten, J. M. F. (2018). “Sexy selfies”. The role of social media in adolescents’ (self-) sexualization. In R. Kühne, S. E. Baumgartner, T. Koch, & M. Hofer (Eds.), *Youth and Media*, 187-202. doi: 10.5771/9783845280455
- Pagani, M., & Mirobello, A. (2011). The influence of personal and social-interactive engagement in social TV web sites. *International Journal of Electronic Commerce*, 16(2), 41–67. doi: 10.2753/JEC1086-4415160
- Peper, J. S. (2011). Geslachtshormonen en hersenontwikkeling in de puberteit. *Neuropraxis* 6, 178-183. doi: 10.1007/s12474-011-0032-7

- Plasterk, R.H.A. (2007). *Meer kansen voor vrouwen. Emancipatiebeleid 2008-2011*. Den Haag: het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.
- Rideout, V. J., Foehr, U. G., & Roberts, D. F. (2010). Generation M2. Media in the lives of 8- to 18-year-olds. *Kaiser Family Foundation*. Geraadpleegd van <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED527859.pdf>
- Sassen, B. (2004). *Gezondheidsvoorlichting en preventie. Leidraad voor verpleegkundigen*. Maarssen: Elsevier Gezondheidszorg.
- Sonck, N., & de Haan, J. (2015). *Media: Tijd in beeld. Dagelijkse tijdsbesteding aan media en communicatie*. Geraadpleegd op 23 februari 2020, van https://www.printmedianieuws.nl/wp-content/uploads/2015/02/Media_tijd_in_beeld.pdf
- Trekels, J., Karsay, K., Eggermont, S., & Vandenbosch, L. (2018). How social and mass media relate to youth's self-sexualization: Taking a cross-national perspective on rewarded appearance ideals. *Journal of Youth and Adolescence*, *47*, 1440–1455. doi:10.1007/s10964-018-0844-3
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *Cyber Psychology & Behavior*, *9*, 584-590. doi:10.1089/cpb.2006.9.584
- Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2014a). The role of television in adolescents' sexual attitudes: Exploring the explanatory value of the three-step self-objectification process. *Poetics*, *45*, 19–35. doi: 10.1016/j.poetic.2014.06.002
- Vandenbosch, L. (2014). De invloed van seksualiserende media op de seksualiteitsbeleving van adolescenten. *Uitgelezen*, *20*, 1–3. Geraadpleegd van <https://lirias.kuleuven.be/retrieve/271008>.
- Vandenbosch, L., Rousseau, A., Trekels, J., & Eggermont, S. (2019). De invloed van seksualiserende media op de seksualiteitsbeleving van adolescenten: Een objectiveringsperspectief. *Kind en Adolescent*, *40*(2), 178–195. doi:10.1007/s12453-019-00207-6
- Vanwesenbeeck, I. (2018). Jongeren, sociale media en seksualiteit: Een literatuuroverzicht. *Tijdschrift voor Seksuologie*, *1*, 14–24. Geraadpleegd van <https://pdfs.semanticscholar.org/fd9e/8fd59a9814484cce5e90505984fac1e40de2.pdf>
- Vries, H. de, Dijkstra, M., & Kuhlman, P. (1988). Self-efficacy: The third factor besides attitude and subjective norm as a predictor of behavioral intentions. *Health Education Research*, *3*, 273-282. doi: 10.1093/her/3.3.273

Ward, L. (2003). Understanding the role of entertainment media in the sexual socialization of American youth: A review of empirical research. *Developmental Review*, 23, 347- 388. doi: 10.1016/S0273-2297(03)00013-3