

**SEKSUALISERING:
REDEN TOT ZORG?**

*Een verkennend onderzoek
onder jongeren*

**SEKSUALISERING:
REDEN TOT ZORG?**

*Een verkennend onderzoek
onder jongeren*

Dit onderzoek is gefinancierd door het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap

Utrecht, 1 november 2008

Auteurs:

Hanneke de Graaf

Peter Nikken

Hanneke Felten

Kristin Janssens

Willy van Berlo

Projectnummer: SGI044

© 2008 Rutgers Nisso Groep/Nederlands Jeugdinstituut/MOVISIE

Rutgers Nisso Groep
Postbus 9022
3506 GA Utrecht
Telefoon: 030-2313431
www.rutgersnissogroep.nl

Nederlands Jeugdinstituut
Postbus 19221
3501 DE Utrecht
Telefoon: 030-2306344
www.nji.nl

MOVISIE
Postbus 19129
3501 DC Utrecht
telefoon: 030-7892000
www.movisie.nl

Voorwoord

Seksueel getinte uitingen en geïdealiseerde beelden in de media en mogelijke verbanden met gedrag en welzijn van jongeren zijn de laatste tijd een bron van maatschappelijke onrust. Gaan jongeren eerder aan seks doen als ze veelvuldig met seksuele beelden worden geconfronteerd? Vinden meisjes hun uiterlijk overmatig belangrijk door de gefotoshopte modellen in de glossy's? Om een antwoord te krijgen op deze en andere vragen heeft het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap dit voorjaar opdracht gegeven tot een verkennend onderzoek. Dit rapport doet verslag van deze studie.

Het onderzoek bestaat uit een aantal deelstudies, waarvoor het Nederlands Jeugdinstituut, MOVISIE en de Rutgers Nisso Groep ieder een aandeel hebben geleverd. Het literatuuronderzoek is uitgevoerd door het Nederlands Jeugdinstituut, de secundaire analyses door de Rutgers Nisso Groep, de kwantitatieve studie door het Nederlands Jeugdinstituut en de Rutgers Nisso Groep, en het kwalitatieve onderzoek door MOVISIE. De projectleiding was in handen van de Rutgers Nisso Groep.

Het onderzoeksteam is begeleid door de volgende adviescommissie: prof. dr. Hans Beentjes (Radboud Universiteit Nijmegen), drs. Gerla van Ophem (E-Quality), dr. Justine Pardoën (Mijn Kind Online), Marga Suvaal (Stichting Stade), prof. dr. Arnoud Verhoeff (GGD Amsterdam) en dr. Liesbeth Woertman (Universiteit Utrecht). De commissie is twee maal ter advisering bijeen geweest en heeft waar mogelijk tussentijds direct geadviseerd. Verder hebben Erik-Jan de Wilde (Nederlands Jeugdinstituut), Ben Serkei, Ossama Abu Amar (MOVISIE) en Wilco Schilthuis (GGD Amsterdam) een waardevolle bijdrage geleverd. Wij danken allen hartelijk voor hun kritische en deskundige inbreng. Ook vanuit het ministerie is het onderzoek kritisch gevolgd, waarvoor onze dank. Tevens danken wij het ministerie voor het financieel mogelijk maken van dit onderzoek.

Aan dit onderzoek heeft een groot aantal jongeren en hun ouders meegewerkt door een vragenlijst in te vullen via internet. Dit panel is georganiseerd door Intomart Gfk. Daarnaast hebben jongeren deelgenomen aan focusgroepen, en hebben professionals die met jongeren werken geparticipeerd in een expertmeeting. Zij hebben een schat aan informatie geleverd. Wij zijn zowel de respondenten als zij die hen benaderd hebben zeer erkentelijk.

Het onderzoeksteam,
Hanneke de Graaf
Peter Nikken
Kristin Janssens
Hanneke Felten
Willy van Berlo

November 2008

Samenvatting

In deze studie is verkend of er verbanden bestaan tussen de overmaat aan eenzijdige, gender stereotiepe, seksueel getinte uitingen in de media enerzijds ('seksualisering') en het seksuele en psychosociale welzijn van jongeren anderzijds. Tal van factoren waar seksualisering mogelijk mee samen hangt, zijn onder de loep genomen, zoals seksueel (grensoverschrijdende) attitudes en gedrag, ongelijkheid tussen jongens en meisjes, tevredenheid over het eigen lichaam, zelfobjectivering (overmatige aandacht voor het eigen uiterlijk) en psychosociaal welzijn. Daarnaast is de beleving en behoeften van jongeren zelf, beroepskrachten en (in mindere mate) ouders in kaart gebracht.

De vraagstellingen werden vanuit vier verschillende deelstudies benaderd. Ten eerste is een uitgebreid literatuuronderzoek uitgevoerd. Dit deelonderzoek biedt een theoretische en empirische basis voor de overige deelstudies. Vervolgens zijn verbanden die aan het licht kwamen in het literatuuronderzoek verwerkt in een model, dat werd getoetst door middel van secundaire analyses op bestaande data. Daarnaast maakte het literatuuronderzoek duidelijk waar de witte plekken zaten in het bestaande onderzoek. Hypothetische verbanden met seksualisering die in Nederland nog onvoldoende aandacht kregen, zijn vervolgens onderzocht in een vragenlijstonderzoek onder 1294 jongeren en 1194 ouders. Omdat deze deelstudie nog geen zicht kon geven op de beleving van seksualisering of de behoeften die jongeren of beroepskrachten zelf hebben op dit gebied, zijn tot slot ook nog focusgroepen gehouden onder 28 jongeren en een expertmeeting met 20 professionals die met jongeren werken.

Met nadruk dient vermeld te worden dat de resultaten uit de verschillende deelstudies elkaar aanvullen, maar niet één-op-één vergeleken kunnen worden. Aan het vragenlijstonderzoek hebben vrijwel uitsluitend autochtone jongeren deelgenomen, naar het zich laat aanzien met een relatief gunstige gezinsachtergrond. Aan de focusgroepen hebben vrijwel uitsluitend laagopgeleide jongeren met een allochtone (hoofdzakelijk Turkse of Marokkaanse) achtergrond deelgenomen, grotendeels uit 'probleemwijken'. Daarnaast is de methodiek verschillend: het vragenlijstonderzoek leent zich bij uitstek voor het aantonen van statistische verbanden, de focusgroepen voor het bovenhalen van beleving en behoeften. Waar in de focusgroepen verbanden worden gelegd, gaat het om verbanden die jongeren zelf leggen. Het is voornamelijk onduidelijk hoe verschillen in resultaten van beide deelstudies verklaard moeten worden. Er kunnen geen conclusies worden getrokken over verschillen naar etniciteit.

De resultaten van het vragenlijstonderzoek laten zien dat er binnen de groep autochtone jongeren uit relatief goede gezinnen maar weinig sterke verbanden bestaan tussen het gebruik van geseksualiseerde media enerzijds en seksuele ervaring, seksueel (grensoverschrijdende) attitudes, zelfobjectivering of psychosociaal welzijn anderzijds. Voor zover er wel een samenhang is, hangen deze verbanden sterk af van welk type media wordt gebruikt. Seksuele ervaring en seksuele (grensoverschrijdende) attitudes hangen niet met alle MTV programma's samen, maar wel met het gebruik van sterk seksueel getinte beelden, zoals porno of x-rated muziekclips. Zelfobjectivering hangt bij de meisjes vooral samen met het vaker lezen van bladen waarin een sterk geïdealiseerd schoonheidsideaal wordt gepresenteerd, zoals glossy's.

Daarnaast hangen seksuele ervaring, attitudes en zelfobjectivering samen met hoe jongeren tegen de media aankijken. Opvattingen over controversiële en grensoverschrijdende vormen van seks hangen bij zowel jongens als meisjes samen met de mate waarin ze geïnteresseerd zijn in beelden van sexy mannen of vrouwen en met de mate waarin ze de beelden daarvan in de media realistisch vinden. Jongeren die zich vaker spiegelen aan rolmodellen in de media doen meer aan zelfobjectivering. Tot slot

spelen ook de ouders en vrienden een rol. Jongeren die denken dat ze er alleen bijhoren in de vriendenkring als ze er goed uitzien, doen meer aan zelfobjectivering. En jongeren die minder negatief denken over controversiële seks en grensoverschrijding, die meer aandacht besteden aan hun uiterlijk en die een positief lichaamsbeeld hebben, hebben ouders met vergelijkbare ideeën.

De richting van alle hierboven beschreven verbanden is – doordat er slechts eenmalig een meting heeft plaatsgevonden – niet duidelijk. Het kan zijn dat deze media invloed hebben op bovengenoemde gedragingen, gedachten en gevoelens, maar het is evengoed mogelijk dat jongeren die media selecteren omdat zij aansluiten bij hun behoeften. Ook beide aannames kunnen waar zijn. De secundaire analyses op bestaande data bevestigen de wederkerigheid van dit verband. Een statistisch model met kijken naar MTV als oorzaak van seksueel gedrag en seksuele attitudes blijkt bij toetsing even goed te passen als hetzelfde model waar kijken naar MTV het gevolg is van houding en gedrag.

Meisjes in de focusgroepen en professionals vinden de ongelijkwaardige verhoudingen tussen mannen en vrouwen het meest problematisch aan de sterk seksualiserende beelden. De meisjes ervaren die ongelijkheid in hun dagelijks leven en leggen de verantwoordelijkheid daarvoor in hun opvoeding, maar de media hebben hier waarschijnlijk wel een versterkend effect. De neerbuigende en soms zelfs vijandige houding van mannen ten opzichte van vrouwen uit de mediabeelden wordt ook waargenomen bij sommige jongens in de focusgroepen. Waarschijnlijk is groepsdruk hier voor een belangrijk deel debet aan: het lijkt stoer te zijn om neerbuigend te praten over meisjes. In hoeverre een dergelijk gedachtegoed wijdverbreid is onder jongens, en welke rol opleidingsniveau en etnische achtergrond hierbij spelen, zal in vervolgonderzoek worden uitgezocht.

De professionals in dit onderzoek hebben behoefte aan kennis van de leefwereld van jongeren en aan tools om jongeren goed te kunnen helpen in de context van seksualisering. De jongeren gaven te kennen graag te praten en te leren over seksualiteit en sekserollen, en zien de media soms als informatiebron. Gericht en gedifferentieerde seksuele vorming, waarin ook aandacht is voor respect en gelijkwaardigheid, is dan ook aanbevolen. De media kunnen een vormende rol vervullen door meer variatie in mediabeelden te laten zien en betrouwbare informatie op het gebied van seksualiteit te verstrekken.

Summary

This study explores the possible connections between an excess of one-sided, gender stereotyped, sexual content in the media on the one hand ('sexualisation') and the sexual and psychosocial well-being of young people on the other. We investigated a number of factors that might be connected with sexualisation, such as sexual attitudes and sexually intimidating behaviour, inequality between boys and girls, body satisfaction, self objectification (excessive focus on one's appearance) and psychosocial well-being. Additionally, we studied the experiences and needs of young people themselves, (to a lesser degree) of their parents and of professionals.

The query was approached from various substudies. First, an extensive literature search was done, which offered a theoretical and empirical basis for the other substudies. Connections that came to light in the literature search were developed into a model, which in turn was assessed by means of secondary analyses of existing data. Additionally, the literature search showed the gaps in current research. Hypothetical connections with sexualisation that had not received enough attention as yet, were studied by having 1,294 young people and 1,194 parents fill out a questionnaire. Since this substudy did not throw any light on how people experience sexualisation or the needs that young people or professionals have on that subject we asked 28 young people to participate in focus groups and organised an expert meeting of 19 professionals working with young people.

It needs to be emphasized that results from various substudies are supplementary, but cannot be compared on a one-to-one basis. The questionnaire was almost exclusively answered by native Dutch youngsters, who appeared to have fairly positive family backgrounds. The focus groups, on the other hand, almost exclusively consisted of young people from ethnic minorities – mainly Turkish or Moroccan – having a low educational level and living in the poorer council housing estates. Moreover, a different method has been employed: a questionnaire is especially suitable to show statistical connections, whereas focus groups easily bring out experiences and needs. It cannot be convincingly explained as yet why both substudies show different results. We cannot draw any conclusions about the differences between ethnic groups.

Results from this questionnaire show that within the group of young people of Dutch origin with positive family backgrounds we do not see many strong associations between sexualised media on the one hand and sexual experience, sexual (harassing) attitudes, self objectification or psychosocial well-being on the other. If correlations do exist they greatly depend on which type of media is used. Sexual experience and sexually harassing attitudes do not seem to be related to MTV-programmes per se, but rather to strong sexual imagery, like pornography or X-rated music videos. Self objectification of girls is mainly related to reading magazines, such as glossies, in which a highly overrated beauty ideal is presented.

Furthermore, sexual experience, attitudes and self objectification are related to the way young people look at the media. Both boys' and girls' opinions about controversial and intimidating forms of sex correlate with being interested in images of sexy men and women and with taking these images in the media seriously. Young people who tend to compare themselves to role models in the media, are more self objectifying. Finally, parents and friends play their part. Young people who only feel accepted by their friends if they look good, objectify themselves more often. Also, young people who are less negative about controversial and intimidating sex, who spend more time on how they look and who have a positive body-image, have parents with the same ideas.

The direction of the connections as described above is not clear, since data have been collected only once. The media may have some influence on sexual behaviours, thoughts and feelings, but it may well be that young people select precisely those media that fit in with their needs. In addition, both premises may be true. The secondary analyses of existing data have confirmed the reciprocity of this relation. A statistical model of watching MTV being the cause of sexual behaviour and sexual attitudes fits –when tested– as well as the identical model of watching MTV as a result of attitude and behaviour.

Girls in the focus groups and professionals find the unequal relations between men and women to be the most problematic in these strongly sexualised images. Girls feel this disparity in their daily lives and blame their parents, but the media may add to this effect. Some boys in the focus groups also show the condescending and even sometimes hostile attitude towards women that is present in some music videos. Peer pressure is likely to be an important cause of this attitude: it appears to be cool to talk condescendingly about girls. We will have to do further research, in order to find out how many boys indeed share this view and whether level of education and ethnic background play any part in this.

Professionals in the study show their need for insight into the world of youngsters and they need tools to help them in this domain of sexualisation. The young people on their part want to talk and learn about sexuality and sex roles, and consider the media as a source of information. Therefore, we recommend focussed and differentiated sexual education, in which there is room for respect and equal relations. The media can play an educating role in this by showing more variation in media images and distributing reliable information about sexuality.

Inhoudsopgave

1	Introductie	1
2	Literatuuronderzoek	15
3	Secundaire analyses op bestaande data	45
4	Kwantitatief onderzoek	53
5	Kwalitatief onderzoek	79
6	Conclusies en aanbevelingen	111
	Referenties	121
	Bijlage 1 Samenstelling van de steekproef	127
	Bijlage 2 Conceptenlijst	129
	Bijlage 3 Psychometrische gegevens gebruikte schalen	131
	Bijlage 4 Bivariate verbanden	141
	Bijlage 5 Powerpoint	145
	Bijlage 6 Vragenlijst focusgroepen en expertmeeting	153

1 Introductie

1.1 Achtergrond en aanleiding

Er is de laatste tijd maatschappelijke onrust ontstaan rondom seksueel getinte uitingen in de media en de mogelijk negatieve effecten daarvan op jongeren. Er is zowel kritiek op de mate waarin deze uitingen in de media voorkomen (en op de vermeende toename hiervan), als op de manier waarop mannen en vrouwen worden afgebeeld en het beeld dat de media geven van seksualiteit. De uitingen worden vaak beschouwd als eenzijdig en stereotiep. Meisjes en vrouwen worden vaak afgebeeld als 'lustobject', jongens en mannen als dominant, vrouwonvriendelijk en onderdrukkend. Daarbij ligt een sterke nadruk op een mooi en sexy uiterlijk, vooral voor meisjes en vrouwen. De gepresenteerde schoonheidsidealen zijn vrijwel onhaalbaar zonder hulp van cosmetische chirurgie (APA Taskforce, 2007). Ook wordt vaak aangegeven dat seks in de media bijna alleen plaats vindt buiten een intieme relatie en in het gangbare aanbod is maar weinig ruimte voor de emotionele kant en risico's van seks (Nikken, 2007b).

Op politiek niveau vraagt men zich af of er een link bestaat tussen de seksueel getinte en (seksueel) objectiverende media-uitingen enerzijds en verschuivingen in de seksuele moraal (Plasterk, 2007). Jongeren worden hierbij gezien als een groep die extra kwetsbaar is, omdat zij nog volop bezig zijn met hun seksuele en relationele ontwikkeling en omdat zij intensieve mediagebruikers zijn. In de media verschijnen met enige regelmaat berichten die het bestaan van dergelijke verbanden onderstrepen. Er gaan stemmen op voor media-educatie (Dibi, 2007) en een gedragscode voor de media (Dijsselbloem & Van Dam, 2006; Plasterk, 2007).

Ook vanuit de wetenschappelijke literatuur zijn er signalen dat contact met of gebruik van (geseksualiseerde uitingen in) de media gevolgen kan hebben voor jongeren. Amerikaans onderzoek laat bijvoorbeeld zien dat jongeren die meer dan gemiddeld naar televisiebeelden met een seksuele inhoud kijken, wat betreft seksueel gedrag 9 tot 17 maanden voorlopen op jongeren die daar gemiddeld of minder vaak naar kijken (Collins et al., 2004). Uit Nederlandse cross-sectionele studies komt naar voren dat jongeren die meer in contact komen met seksuele getinte media-uitingen, makkelijker denken over seks zonder gevoelens, over de meer controversiële vormen van seks (breezerseks, cyberseks) en over grensoverschrijding (De Graaf et al., 2007; Nikken, 2007b). Uit enkele Nederlandse experimentele studies blijkt verder dat bepaalde groepen jongeren na het zien van seksueel objectiverende videoclips vaker instemmen met stellingen als "een vrouw hoort thuis achter het aanrecht" (Schwinghammer, 2007) of "een sexy uiterlijk is belangrijk voor meisjes" (Ter Bogt, 2008) dan na het zien van neutrale mediabeelden. Op basis van een uitgebreide literatuurstudie concludeert de Amerikaanse APA Taskforce (2007) dat de sterke nadruk op vrouwelijk schoon in de media zou leiden tot een preoccupatie met het eigen uiterlijk ('zelfobjectivering') bij meisjes, hetgeen vervolgens negatieve gevolgen zou hebben voor het psychosociaal welzijn van meisjes en vrouwen.

Aanwijzingen zijn er genoeg, maar er is nog geen bewijs dat seksueel getinte beelden in de media een negatief effect hebben op de attitudes en het gedrag van jongeren. De literatuurstudie van de APA Taskforce (2007) schetst weliswaar een verontrustend beeld voor de Verenigde Staten, maar het is niet gezegd dat de beschreven verbanden replicerbaar zijn in Nederland, waar een liberaal seksueel klimaat bestaat (Braeken, Rademakers & Reinders, 2002). Bovendien blijven jongens in de APA-studie geheel buiten beschouwing. Nederlandse cross-sectionele studies tonen slechts een verband aan met eerder seksueel actief worden of seksuele attitudes. Hierbij onduidelijk is wat de

richting is van het gevonden verband: het is goed mogelijk dat jongeren die verder zijn op seksueel gebied, de seksueel getinte media-uitingen vaker opzoeken. Bovendien zijn dergelijke verbanden niet zonder meer negatief te noemen, omdat ze niets zeggen over seksueel risico of grensoverschrijding. Bij het beschikbare experimentele onderzoek is weliswaar wel duidelijk wat de kip is en wat het ei, maar er zijn slechts attitudes gemeten. Het is de vraag in hoeverre de gemeten attitudes zich laten vertalen in seksistisch of seksueel intimiderend gedrag.

Daarnaast zijn alle eerder gevonden verbanden en effecten nog nauwelijks vertaald in beleid. De mate waarin de media invloed hebben op jongeren, is afhankelijk van tal van persoonlijkheidskenmerken, zoals de interesse voor en het begrip en de interpretatie van media-uitingen. Daarnaast is het zo dat seksualisering zich niet alleen in de media manifesteert, hoewel de maatschappelijke discussie anders doet vermoeden. Denk bijvoorbeeld aan ouders die veel waarde hechten aan het uiterlijk van hun dochter of die meebetalen aan plastische chirurgie, of aan de druk in de vriendengroep om er goed uit te zien. Interventies kunnen zich ook op deze omgevingsfactoren richten. Tenslotte is het van belang dat eventueel te ontwikkelen interventies en beleid aansluiten bij de beleving van seksualisering van jongeren zelf. Tot nu toe is er nog weinig inzicht in deze beleving. De signalen in zowel de media als in wetenschappelijk onderzoek dat seksualisering leidt tot zelfobjectivering van meisjes en dat zelfobjectivering gevolgen heeft voor psychosociaal welzijn en grensoverschrijdende omgangsvormen, en de vele onduidelikheden hieromtrent, waren voor het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap aanleiding om een verkennend onderzoek op dit terrein uit te laten voeren. De Rutgers Nisso Groep, het Nederlands Jeugdinstituut en MOVISIE sloegen de handen ineen voor dit verkennend onderzoek.

1.2 Doelstellingen

Doel van dit onderzoek is:

1. Inzicht krijgen in het verband tussen seksualisering enerzijds en zelfobjectivering en psychosociaal welzijn anderzijds bij jongeren in Nederland;
2. Inzicht krijgen in het verband tussen seksualisering en objectiverende en grensoverschrijdende interacties tussen jongeren;
3. Inzicht krijgen in de visie op en beleving van seksualisering door jongeren, ouders en beroepskrachten en hun behoefte aan ondersteuning;
4. Factoren identificeren die een rol spelen bij de invloed van seksualisering op jongeren.

Deze inzichten vormen de basis voor het formuleren en uitvoeren van beleid dat aansluit bij de beleving en behoeften van jongeren en hun ouders en het formuleren van aanbevelingen voor vervolgonderzoek.

1.3 Vraagstellingen

De volgende vragen zijn leidend bij dit onderzoek:

1. Wat zijn de witte plekken in het bestaande onderzoek naar de invloed van seksualisering op jongeren?
2. Zijn er aanwijzingen voor een verband tussen seksualisering in de media enerzijds en seksueel (grensoverschrijdend) gedrag anderzijds bij jongeren?
3. Zijn er aanwijzingen voor een verband tussen objectivering door media, ouders en leeftijdsgenoten en zelfobjectivering anderzijds bij jongeren?

4. Zijn er aanwijzingen voor een verband tussen zelfobjectivering enerzijds en psychosociaal welbevinden en seksueel (grensoverschrijdend) gedrag anderzijds bij jongeren?
5. Welke risico- en beschermende factoren spelen een rol bij de invloed van seksualisering op jongeren?
6. Welke (groepen) jongeren zijn het meest kwetsbaar voor de invloed van seksualisering?
7. Hoe wordt seksualisering in Nederland beleefd door jongeren, ouders en beroepskrachten?
8. Welke behoeften hebben jongeren, ouders en beroepskrachten zelf op dit gebied?

1.4 Begrippenkader

In de doel- en vraagstellingen staan verschillende termen die nadere toelichting behoeven. Het zijn termen die in de eerder beschreven maatschappelijke discussie vaak terugkomen, maar waarvan de betekenis vaak onduidelijk is. Het gaat om de termen 'seksualisering', 'objectivering' en 'zelfobjectivering'. In de maatschappelijke discussie wordt het begrip 'seksualisering' vaak gebruikt om verschillende fenomenen te beschrijven. Soms heeft het uitsluitend betrekking op de media, soms wordt het veel breder getrokken en betreft het de 'geseksualiseerde' maatschappij. Soms gaat het alleen over beelden van seks en bloot, op andere momenten gaat het over de manier waarop mannen en vrouwen(rollen) worden afgebeeld, of over het onrealistische schoonheidsideaal van vooral vrouwen in de media.

Als onderzoekers stonden wij voor de uitdaging het begrip seksualisering helder te krijgen, en wel zodanig dat het begrip 'meetbaar' werd. Hierbij hebben we ons beperkt tot media-uitingen, omdat dit de uitingen van seksualisering zijn waar de discussie zich vooral op richt. Op basis van literatuuronderzoek en uitgebreide discussie is er voor gekozen om tussen twee mogelijk problematische kanten aan media-uitingen, die vaak onder de noemer van seksualisering geplaatst worden, onderscheid te maken. Aan de ene kant richt de discussie zich op de overmaat aan eenzijdige, gender stereotiepe, seksueel getinte uitingen in de media. Dit benoemen wij als *seksualisering*. Daarnaast maakt men zich sinds jaar en dag ook zorgen over de onrealistisch mooie beelden van (vooral) vrouwen. Sinds de komst van de plastische chirurgie en het fotoshoppen zijn deze beelden nog onrealistischer geworden. In bepaalde media-uitingen zijn andere kenmerken van vrouwen (gevoelens, gedachten, vaardigheden) veel minder van belang dan het mooie uiterlijk. Wij noemen deze overmatige belangstelling voor iemands lichaam of uiterlijk, in combinatie met een beperkte aandacht voor andere kenmerken van die persoon: *objectivering*. Wanneer iemand deze objectivering internaliseert, dus wanneer iemand overmatig veel waarde hecht aan het eigen uiterlijk, of meer waarde hecht aan het eigen uiterlijk dan aan andere persoonlijke kenmerken, spreken we van *zelfobjectivering*.

Objectivering en seksualisering komen vaak in combinatie met elkaar voor. In bepaalde videoclipps, bijvoorbeeld, worden vrouwen zowel geobjectiveerd (ze hebben zuiver een decoratieve functie) als geseksualiseerd (ze hebben weinig kleding aan, de focus is vooral op borsten en billen en de bewegingen zijn seksueel getint). Een sexy uitstraling maakt deel uit van het huidige schoonheidsideaal.

1.5 Onderzoeksofzet en opbouw van dit rapport

De opdrachtgever wilde zowel zicht krijgen op de mogelijke invloed van de media op jongeren, alsmede op de belevingswereld van jongeren en de eventuele behoeften die zij op dit gebied hebben.

Om vast te kunnen stellen of seksualisering van de media invloed heeft op jongeren, is een longitudinaal onderzoek met minimaal twee meetmomenten met minimaal één jaar ertussen, onontbeerlijk. Een korter durend longitudinaal onderzoek is alleen mogelijk bij interventiestudies, waar in dit geval geen sprake van kan zijn. Ook een experimenteel design biedt geen uitsluitel, omdat resultaten uit dergelijk onderzoek niet zonder meer generaliseerbaar zijn naar de werkelijkheid. In het bijzonder met betrekking tot seksualisering in de media, waar vrijwel iedereen met enige regelmaat mee te maken krijgt, en wat naar alle waarschijnlijkheid al heel lang een rol speelt in het leven van de jongeren, is het vaststellen van een effect van een experimentele stimulus problematisch. Een effect dat gevonden wordt in een experimentele studie toont hooguit aan dat onder bepaalde omstandigheden de media invloed kunnen uitoefenen. De context waarin jongeren de media gewoonlijk consumeren en het effect kunnen versterken of filteren blijft in dat geval echter uit het zicht.

De opdrachtgever heeft gekozen voor een kortdurend onderzoek, omdat op korte termijn behoefte was aan aanvullende informatie op dit terrein. Een longitudinale studie was daarom uitgesloten. Bovendien vraagt inzicht krijgen in de beleving van jongeren om weer een andere methodiek. Om de beschikbare tijd optimaal ter beantwoording van de hierboven beschreven doel- en vraagstellingen aan te wenden, is gebruik gemaakt van verschillende, elkaar aanvullende methoden:

- *Een uitgebreid literatuuronderzoek.* Literatuuronderzoek geeft een overzicht van eerder verricht internationaal onderzoek en legt hiermee tevens de witte plekken in het bestaande onderzoek bloot. Daarnaast kunnen op basis van de resultaten van deze studies de hypothesen worden gevormd en variabelen geselecteerd voor het empirische gedeelte van dit onderzoek.
- *Secundaire analyses* op een eerder gepresenteerd onderzoek (Nikken, 2007) van het Nederlands Jeugdinstituut. Dit geeft de mogelijkheid een model te toetsen dat de verbanden tussen mediagebruik, de omgang van ouders en leeftijdsgenoten met de media en verschillende seksuele gedragingen, cognities en gevoelens in kaart brengt. Deze analyses kunnen een verdieping geven van de bestaande kennis, omdat het model inzichtelijk maakt hoe deze factoren met elkaar in verband staan: rechtstreeks of via andere persoons- of omgevingskenmerken.
- *Een kwantitatief panelonderzoek* onder jongeren en ouders. Hiermee kunnen statistische verbanden onderzocht worden tussen seksualisering en objectivering enerzijds en seksuele ervaring, attitudes, grensoverschrijding, zelfobjectivering, lichaamsbeeld en psychosociaal welzijn anderzijds. Ook wordt hier gekeken naar risicogroepen en eventuele risico- en beschermende factoren.
- *Kwalitatief onderzoek* onder jongeren en beroepskrachten. Een kwalitatieve benadering geeft de mogelijkheid om de individuele belevingswereld van de onderzoeksgroep, in dit geval jongeren, te exploreren. Daarnaast kan nagegaan worden of jongeren en beroepskrachten zelf verbanden met seksualisering identificeren, en welke behoeften ze hebben. Er is gekozen voor focusgroepen, omdat deze bij uitstek geschikt zijn voor het achterhalen van belevingsaspecten en de totstandkoming van deze beleving in onderlinge interacties. Focusgroepen waren in verband met de tijd bovendien beter haalbaar dan individuele interviews.

In dit rapport wordt van elk van deze deelstudies verslag gedaan in achtereenvolgende hoofdstukken. In het laatste hoofdstuk tenslotte, zetten we de belangrijkste uitkomsten van al deze deelstudies op een rij en trekken we onze conclusies. Ook doen we hier aanbevelingen voor toekomstig onderzoek en beleid.

2 Literatuuronderzoek

Peter Nikken

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk gaan we na welke aanwijzingen de internationale wetenschappelijke literatuur aandraagt voor het idee dat jongeren geseksualiseerd worden, in het bijzonder door de media. Allereerst volgt een korte beschouwing over hoe jongeren door de media beïnvloed kunnen worden en welke andere factoren daar een rol bij spelen. Vervolgens bespreken we de te verwachten gevolgen van seksualisering. Daarna wordt ingegaan op wat er bekend is over de mate waarin de media een geseksualiseerd beeld ten toon spreiden. Tot slot wordt gezien welke aanwijzingen er zijn voor het daadwerkelijk optreden van media-effecten en hoe die effecten tot stand komen. Er volgt dus een risicoanalyse van welke jongeren onder welke omstandigheden het meest beïnvloed kunnen worden en in welke gevallen er minder kans op een nadelige beïnvloeding is.

Voor het huidige rapport is gebruik gemaakt van literatuur over jeugd en media die al voorhanden was bij het Nederlands Jeugdinstituut. Daarnaast is een zoektocht naar de wetenschappelijke literatuur uitgevoerd via Psychinfo, MedLine en Social SciSearch op vier typen trefwoorden: 1) media gerelateerde termen zoals tv, internet en games, 2) leeftijdsaanduidende termen zoals kinderen, jeugd of adolescentie, 3) termen die van doen hebben met seksualiteit en seksualisering, en 4) termen die te maken hebben met psychosociaal welzijn, zoals zelfbeeld, eigenwaarde, eetstoornissen, depressie etc. Bij de zoektocht zijn alleen Engelse termen gebruikt en is gezocht naar literatuur uit de periode 1970-2008.

Een gespecificeerde zoektocht waarbij tegelijkertijd aan alle vier de zoektermen voldaan moest worden, dus aan de media- en jeugdtermen (1 en 2), de termen voor seksualiteit (3) en aan de termen voor emoties of gedragingen (4), leverde slechts een tiental artikelen op waarvan bij nalezing uiteindelijk slechts drie studies relevant bleken. De andere zeven artikelen hadden uiteindelijk toch betrekking op volwassenen of beschreven geen feitelijk onderzoek. Een meer liberale zoektocht waarbij werd gezocht op een combinatie van de termen 1, 2 én 3 of de termen 1, 2 én 4 resulteerde in ruim 400 treffers. Ook van deze set van referenties bleken echter bij nalezing zeer veel artikelen toch weer af te vallen. De meest voorkomende redenen waren dat a) de literatuur uiteindelijk onvoldoende specifiek over kinderen of jongeren handelde, b) een aanverwant onderzoeksgebied bestreken werd (bijvoorbeeld de relatie tussen zelfvertrouwen en gamegedrag, het internetgebruik onder pedofielen of justitiële studies naar wetgeving rond kindermisbruik), c) de literatuur moeilijk bereikbaar was (vooral ongepubliceerde Amerikaanse dissertaties), d) het om algemene overzichtsstudies of reviews van mediaboeken ging, of e) referenties dubbel voorkwamen in de lijst. Daarnaast kwamen in de set referenties artikelen en boeken voor die eerder essays waren dan feitelijke onderzoeksrapportages. Uiteindelijk bleken ruim 80 referenties relevant voor de onderhavige literatuurstudie. Verder bevonden zich onder de ruim 400 gevonden referenties ook nog circa twintig studies die informatie geven over de mate waarin het media-aanbod een geseksualiseerd beeld geeft.

2.2 Hoe de media jongeren kunnen beïnvloeden

Communicatiewetenschappers hebben in de loop der jaren diverse verklaringen en theorieën geformuleerd voor de wijze waarop individuen omgaan met de media en hoe ze zich daarbij laten beïnvloeden. Veel verklaringen zijn ingegeven door zorgen over mogelijke negatieve invloeden van de media, vooral invloeden door gewelddadige televisieprogramma's en films. De onderliggende ratio van deze theorieën –hoe het mediageweld kinderen en jongeren kan beïnvloeden– is echter ook toepasbaar op mediaproducties die berichten over intimiteit, uiterlijk, relaties en seksualiteit.

2.2.1 Cultiverende en socialiserende invloeden van de media

In het communicatiewetenschappelijk onderzoek naar de invloed van uiterlijk, seks en seksualisering is een zeer gangbare gedachte dat jongeren de getoonde voorbeelden in de media overnemen in hun houding en gedrag via *sociaal leren* of via *cultivatietheorieën* (APA, 2007; Gunter, 2002; Ward, 2003).

De cultivatietheorie, oorspronkelijk bedacht door George Gerbner in de zeventiger jaren van de vorige eeuw, gaat ervan uit dat denkbeelden en situaties die veel voorkomen in de media, als denkbeelden worden overgenomen door de kijker. De media bepalen volgens deze visie in feite de mentale agenda van de gebruiker. Veel voorkomende beelden op televisie of in bladen sturen het denken en de verwachtingen over de eigen realiteit, waarna de kijker of lezer vervolgens zijn gedrag aan die verwachtingen aanpast. Een langdurig en constant dieet van bepaalde mediavoorbeelden kan er volgens de theorie dus toe leiden dat de mediagebruiker die ideeën overneemt en op zijn eigen omgeving gaat projecteren. Ideeën van jongeren over hoe mannen en vrouwen zich horen te gedragen, of hoe ze zich moeten kleden, zouden dus vooral bepaald worden doordat de media deze zeer stereotiep presenteren. Verwachtingen over schoonheid en aantrekkelijkheid zijn dus gebaseerd op de gangbare medianorm, terwijl ook de prevalentie en de kwaliteit van seksuele relaties in de eigen omgeving op basis van het veel voorkomende mediabeeld ingeschat worden. De cultivatietheorie stelt dus dat a) de media veelvuldig stereotiepe representaties naar voren brengen en b) dat die vertekende beelden door zware mediagebruikers eerder voor waar en relevant gehouden worden. Lichte mediagebruikers zouden daarentegen minder stereotiepe verwachtingen hebben.

Volgens de sociale leertheorie, die voor media-effecten door Albert Bandura is uitgewerkt, wordt het denken en doen van jongeren ook beïnvloed door de voorbeelden die de media geven, maar dan meer op korte termijn en volgens het principe van voorbeelden die beloofd of afgekeurd worden. De theorie is een typische cognitieve theorie en gestoeld op het idee dat mensen leren door zich te spiegelen aan rolmodellen. Specifieke voorbeelden die de media geven over uiterlijk, seksueel gedrag, genderrollen en seksuele attitudes kunnen volgens de sociale leertheorie aanstekelijk werken op het gedrag en de houding van jongeren. Desalniettemin voorspelt de theorie geen blind kopieergedrag voor het overnemen van gedragingen en houdingen die de media als voorbeeld stellen. Het gaat daarentegen om aangeleerde gedragingen of houdingen, waarbij voor het kunnen optreden van effecten aan vier voorwaarden voldaan moet zijn (Bandura, 1978). Zo moeten de mediavoorbeelden als eerste door een jongere als relevant worden ervaren. Seksuele gedragingen of ideeën waar een jongere geen boodschap aan heeft, bijvoorbeeld omdat deze daar nog te jong voor is, zullen niet snel overgenomen worden. Vervolgens moeten de voorbeelden in de media ook door de

jongere worden geïnternaliseerd. De kijker of lezer moet het geziene dus onthouden en mentaal kunnen opslaan. Hij moet het beeld kunnen plaatsen en begrijpen. Van seksuele toespelingen, bijvoorbeeld, moet een jongere dus op z'n minst enig begrip hebben om het te kunnen onthouden en er zich een voorstelling bij maken. In de derde plaats moet het gedrag of de aangenomen houding van het rolmodel in de media ook repliceerbaar zijn door de jongere. Voorbeeldgedrag, zoals bijvoorbeeld het seksueel geveel van sexy danseressen in videoclippen of de pooierachtige houding van de muzikantiest, moet dus ook feitelijk nagedaan kunnen worden. Tenslotte moet het gedrag of de houding van het rolmodel in de media ook als positief voorbeeld worden voorgesteld. Er moet bijvoorbeeld duidelijk worden gemaakt dat de inspanningen van jonge blonde vrouwen om af te slanken, lonend en succesvol zijn voor hun welzijn, carrière of hun seksleven. Mediavoorbeelden die niet als succesvol worden gepositioneerd zullen weinig effect bij jongeren sorteren.

2.2.2 Circulaire beïnvloedingsmodellen

In reactie op de gangbare theorieën, zoals die hiervoor zijn beschreven, houden onderzoekers er tegenwoordig steeds meer rekening mee dat kinderen en jongeren actieve gebruikers zijn van media-inhouden en dat zij zelf min of meer bewuste keuzen voor de media maken. Ze zijn geen passieve consumenten die het media-aanbod over zich heen laten komen, maar zijn actief bezig de beelden van de media te begrijpen en in te passen in hun begrip van zichzelf en van de wereld om hen heen. Jongeren zijn op zoek naar sociale en individuele grenzen en experimenteren met het aangaan van relaties en vriendschappen. Daarbij gebruiken zij zowel de traditionele media, zoals tv, bladen en films (Ward, 2003), als moderne media zoals chat sites en MSN (Valkenburg, Schouten & Peter, 2005) en games (Jansz, 2005). Kinderen en jongeren brengen dus hun eigen kennis en vaardigheden mee bij de confrontatie met de media en proberen die kennis te verrijken. Daarbij gaat het overigens niet alleen om cognitieve vaardigheden. Ook emotionele en affectieve processen spelen bij de confrontatie met media-inhouden een rol. Voorkeuren voor bepaalde media-inhouden en de actieve verwerking ervan vindt dus zowel plaats op cognitief niveau, als op affectief en emotioneel niveau.

Communicatiewetenschappers hebben bij het onderzoek naar de invloed van mediageweld in de afgelopen decennia verschillende theorieën opgesteld die ervan uitgaan dat gedrag- en houdingseffecten pas tot stand kunnen komen wanneer de emoties van de kijker of lezer voldoende geactiveerd zijn. Volgens de activatie-, associatie- en primingtheorie zijn zulke automatisch opgeroepen emoties bij het bekijken van media-inhouden een belangrijke katalysator voor eventuele gedrag- en houdingseffecten (Berkowitz, 1984; Anderson et al., 2000). Een gefrustreerd of opgewonden persoon laat zich makkelijker verlokken tot bepaalde agressieve ideeën en gedachten en vervolgens tot bepaalde gedragingen. Onderzoekers nemen hierbij aan dat de emoties ervoor zorgen dat er automatisch specifieke mentale scripts worden gevormd die tot routineuze reacties gaan leiden. Een van de consequenties van die routineprocessen is echter ook dat jongeren dan weer meer voorkeur ontwikkelen voor mediaproducties die bij hun gedachten en gedrag aansluiten.

Als het gaat om seksueel geladen of objectiverende media-inhouden, is het zeer voorstelbaar dat ook daarbij emoties een belangrijke rol spelen. Een regelmatige confrontatie met seksueel geladen mediabeelden zou dan via de automatisch opgeroepen emotionele reacties tot specifieke houdingseffecten en gedrageffecten kunnen leiden. Die

houding en dat gedrag zouden vervolgens weer kunnen leiden tot een specifieke voorkeur voor bepaalde media-inhoud die nauw aansluiten bij de gevormde houding en het gedrag. In feite kan het bij het optreden van eventuele effecten van geseksualiseerde beelden dus net als bij geweldseffecten gaan om een zichzelf versterkend proces. Hedendaagse modellen die dit circulaire, zelfversterkende mediagedrag proberen te verklaren zijn gebaseerd op (deel)theorieën uit de communicatiewetenschappen en houden rekening met de emoties, cognities en attitudes van de jongeren zelf. Een toepasselijk model is bijvoorbeeld het *Adolescents' Media Practice Model* (Steele, 1999) waarin wordt aangenomen dat jongeren bepaalde media kiezen en ermee interacteren op basis van wie ze zijn en welke behoeftes ze hebben op een bepaald moment. Ze kunnen zich laten beïnvloeden, maar bepalen zelf ook als actieve mediagebruiker hoe en door wat. Bovendien is datgene wat kinderen uit de media in positieve of negatieve zin opdoen afhankelijk van de levenservaring van een jongere en de staat van zijn identiteitsontwikkeling op dat moment. Volgens het Media Practice Model bepaalt de persoonlijkheid of identiteit van een jongere (die overigens al gevormd kan zijn door eerdere media-ervaringen) dus welke motivatie hij op een gegeven moment heeft om bepaalde media te selecteren en daar vervolgens aandacht aan te schenken. Hierop volgt een meer of minder intensieve interactie met die media en een fase waarin de geziene inhoud op waarde wordt geschat en geïnterpreteerd. Dat leidt vervolgens weer tot een meer of minder bewuste keuze om die media(voor)beelden in het eigen denk- en gedragspatroon op te nemen en onderdeel te maken van de eigen identiteit. Vanuit die vernieuwde identiteit worden dan opnieuw keuzen gemaakt voor bepaalde media etc.

2.2.3 Mediërende en modererende factoren

In het wetenschappelijk onderzoek ligt veel nadruk op de media, omdat jongeren daar veel tijd mee doorbrengen. Hedendaagse modellen die een verklaring willen geven voor hoe de media jongeren kunnen beïnvloeden houden, zoals hierboven werd beschreven, rekening met het gedrag en de gevoelens die jongeren zelf inbrengen bij de confrontatie met de media. Het Media Practice Model houdt echter geen rekening met andere factoren die het beïnvloedingsmodel kunnen sturen, zoals leeftijdgenoten, broers en zussen, ouders, school of religie en cultuur. De media kunnen immers niet gezien worden als de enige en ultieme scheppers van waarden en normen. De externe actoren kunnen op elk van de 'beslismomenten', zowel een filterende of beschermende rol hebben, als een schadelijke of versterkende rol. Commentaar van ouders bijvoorbeeld op wat jongeren in videoclippen zien kan hun gedachten sturen en daarmee bepaalde effecten voorkomen.

Kenmerken van de omgeving

Emoties, houding en gedrag worden bovendien ook geheel buiten de media om gevormd. Kinderen groeien niet in een vacuüm op. Ouders, vrienden, broers en zussen en professionele opvoeders hebben ook los van de media een directe invloed op jongeren en kunnen ook op die manier de seksualisering bij jeugdigen sturen, versterken of tegengaan. De ideeën die ouders huldigen over mannen- en vrouwenrollen zijn bijvoorbeeld een belangrijke determinant van hoe kinderen daarover denken en welke rol zij voor zichzelf zien. Zo zijn vooral moeder-dochter interacties relevant voor het idee dat vrouwen slank horen te zijn (Ogle & Damhorst, 2004). Opvattingen van moeders over hun eigen gewicht en over dat van hun dochters, zijn gerelateerd aan eetproblemen bij meisjes. Waarschijnlijk omdat meisjes vooral van hun moeders meekrijgen dat het voor hen belangrijk is om slank en attractief te zijn. Opmerkingen van vaders tegen hun

kinderen gaan ook wel vaak om uiterlijk, maar zijn dan vaker gekoppeld aan seksualiserende opmerkingen. Daardoor kunnen meisjes hun lichaam en vooral een mooi uiterlijk belangrijker gaan vinden dan hun gevoelens en het feitelijke welzijn. Ouders kunnen verder ook nog heel direct meewerken aan de seksualisering van hun kinderen door hen specifieke kleding te geven, mee te laten doen aan schoonheidswedstrijden, of door bijvoorbeeld cosmetische chirurgie te financieren.

Verder leren meisjes en jongens in het gewone leven ook impliciet om bepaalde gedragingen en houdingen aan te nemen die bij hun sekse passen, doordat die gedragingen en houdingen beloofd of afgekeurd worden. Rond de kleutertijd weten kinderen al hoe jongens en meisjes zich kunnen gedragen. Van jongens wordt ruwer spelgedrag dan al meer geaccepteerd door de ouders dan van meisjes (Nikken, 2007a). Op latere leeftijd zijn jongens en meisjes nog steeds bezig met het zoeken naar hun eigen rol. Vrienden zijn dan via hun opmerkingen en hun gedrag bepalend voor hoe jongeren over zichzelf en het andere geslacht denken en wat een jongen of meisje hoort te doen om populair te zijn. Meisjes en jongens krijgen dan steeds meer vaststaande ideeën over de onderlinge omgang en de rollen die ze binnen de groep horen aan te nemen. Vrienden kunnen daarnaast ook direct een seksualiserende invloed hebben in de vorm van (denigrerende) opmerkingen over het uiterlijk of door onderdrukkend gedrag te vertonen. Grapjes over uiterlijk en seks zijn bijvoorbeeld de meest voorkomende vormen van seksuele onderdrukking onder jongeren (Lindberg, Grabe & Hyde, 2007). Volgens deze studie heeft ruim 60% van de meisjes hier ervaring mee.

Op school kunnen ook leerkrachten genderstereotiep gedrag stimuleren. Al op jonge leeftijd worden jongens en meisjes bijvoorbeeld door professionele opvoeders gestimuleerd tot genderspecifiek spel. Daarnaast blijkt uit onderzoek dat de verwachtingen van professionele opvoeders, zoals leerkrachten, over intelligentie bij meisjes negatief samenhangen met hun overgewicht en uiterlijk. Bij jongens is dat niet zo, of kunnen deze zelfs positief met elkaar samenhangen (Rolon-Dow, 2004). Verder heeft de school uiteraard ook een rol in de seksuele opvoeding van jongeren, waardoor eventuele invloeden van de media of van leeftijdgenoten gemedieerd kunnen worden.

Tot slot zijn er ook, directe en indirecte seksualiserende invloeden op jongeren te verwachten van commerciële producten, al dan niet in combinatie met de media. Vooralsnog is er nog heel weinig onderzoek verricht naar de mogelijke invloeden van materiële goederen, zoals kleding, speelgoed en cosmetica op de opvattingen en gedragingen van kinderen of jongeren, maar het is voorstelbaar dat kinderen en jongeren ook daardoor beïnvloed worden (APA, 2007). Meisjes spelen bijvoorbeeld veel met poppen. Wanneer deze producten geseksualiseerd worden, kunnen ze een negatieve invloed hebben op de ontwikkeling van kinderen. De discussie over Barbie als boegbeeld van seksisme is al wel zo oud als de weg naar Rome, maar poppen worden tegenwoordig steeds vaker massaal geproduceerd in relatie tot media-uitingen, zoals bijv. de Bratz en Trollz poppen die al voor kinderen vanaf vier jaar bedoeld zijn. De enorme commerciële druk van het massamedia-offensief achter dit speelgoed vraagt om extra weerbaarheid door opvoeders en kinderen zelf (CCFC, 2006). Ook de kledingindustrie is tegenwoordig steeds meer gericht op uiterlijk als bepalend element voor succes. Bovendien lijkt het aanbod van kleding voor jongere kinderen steeds meer te veranderen in de richting van sexy en attractief (denk bijvoorbeeld aan de kinderstring) dan in plaats van functioneel. Een studie naar Halloweenkleding heeft verder uitgewezen dat er binnen dit type kleding meer variatie voor jongens is dan voor meisjes, terwijl kleren voor de laatste groep het

vooral van het (attractieve) uiterlijk moeten hebben (APA, 2007). Marketeers, tot slot, hebben ook bij cosmeticaproducten inmiddels de jongere consument ontdekt. Er zijn allerlei lipsticks en geurtjes speciaal voor jongere meisjes. Volgens de APA (2007) wordt daarmee het uiterlijk van kinderen van groter belang geacht, mogelijk groter zelfs dan hun welzijn.

Kenmerken van de jongeren zelf

Naast externe factoren in de leefwereld van de jongeren dient bij de mogelijke beïnvloeding door de media verder ook rekening gehouden te worden met kenmerken van de jongeren zelf. Wat kinderen of jongeren zelf inbrengen bij het bekijken van televisiebeelden, websites of tijdschriften is afhankelijk van hun persoonlijke situatie. Jongeren van verschillende leeftijden kunnen heel verschillend reageren op wat zij in de media tegenkomen. Beelden die voor jonge kinderen ongeschikt of zelfs schadelijk zijn, hoeven voor oudere kinderen of jonge adolescenten geen problemen op te leveren. Andersom kan overigens ook. Sommige beelden gaan aan jonge kinderen voorbij, terwijl oudere kinderen daar wel door geraakt kunnen worden. Het vermogen om de 'boodschappen' in mediaproducties te kunnen begrijpen en interpreteren is immers afhankelijk van de cognitieve, morele en emotionele ontwikkeling van jongeren (zie Nikken, 2007a). Reclameboodschappen en fantasy-fictie kunnen doorzien, gebeurt bijvoorbeeld pas vanaf acht à negen jaar. Realistische fictieproducties zoals soaps, bioscoopfilms en meer realistische dramaseries kunnen begrijpen en op waarde schatten, gebeurt doorgaans pas goed vanaf het twaalfde jaar, terwijl goed om kunnen gaan met genreparodieën, horror en andere 'volwassen' onderwerpen in mediaproducties meestal pas na de adolescentie goed mogelijk is. Leeftijd en in kunnen schatten wat (on)realistisch en daardoor relevant is, is dus een belangrijke modererende factor als het gaat om de mogelijke vatbaarheid voor uitingen in de media. Taylor (2005) vond dan ook dat jongeren die meer realiteit toekennen aan vertekende seksuele mediaproducties meer liberale ideeën hebben over controversiële seks dan jongeren die een meer kritische blik op beelden van zulke seks hebben. Brown en haar collega's (2005) vonden verder dat oudere meisjes (circa 15 jaar) meer geïnteresseerd zijn in seks in de media (dating, zwangerschapspreventie en soa's) dan jongere meisjes (circa 12 jaar). De verschillen bleken vooral met hun seksuele ontwikkeling van doen te hebben. Meisjes die eerder dan hun leeftijdgenoten menstrueerden hadden meer interesse in seks in de media en keken daar ook vaker naar.

Daarnaast hebben jongens en meisjes in het algemeen andere behoeftes die van belang zijn bij de keuzen die ze maken om bepaalde media-inhouden op te zoeken en bij de interpretatie van die inhouden. Zeker op het gebied van seksualiteit en uiterlijk is het *geslacht*, zowel biologisch als gender, een factor van veel betekenis.

Tot slot, houden wetenschappers er ook rekening mee dat sociaal-culturele verschillen tussen jongeren een belangrijke modererende factor vormen bij hun mediagedrag en de mogelijke uitwerking van de media op hun denken en handelen. Opvattingen over seksualiteit, omgangsvormen en een gepast uiterlijk kunnen zeer sterk verschillen voor personen met *verschillende religieuze of culturele achtergronden*. Jongeren met zo'n onderscheiden achtergrond brengen dus andere cognities en emoties in bij de confrontatie met de media, waardoor de effecten zowel op korte als lange termijn zeer divers kunnen zijn.

Samenvattend, kan dus gesteld worden dat jongeren tijdens het opgroeien en ook los van de media al doende 'leren' hoe zij over allerlei zaken horen te denken en in welke situaties bepaald gedrag gepast is. Kinderen en jongeren worden niet automatisch door

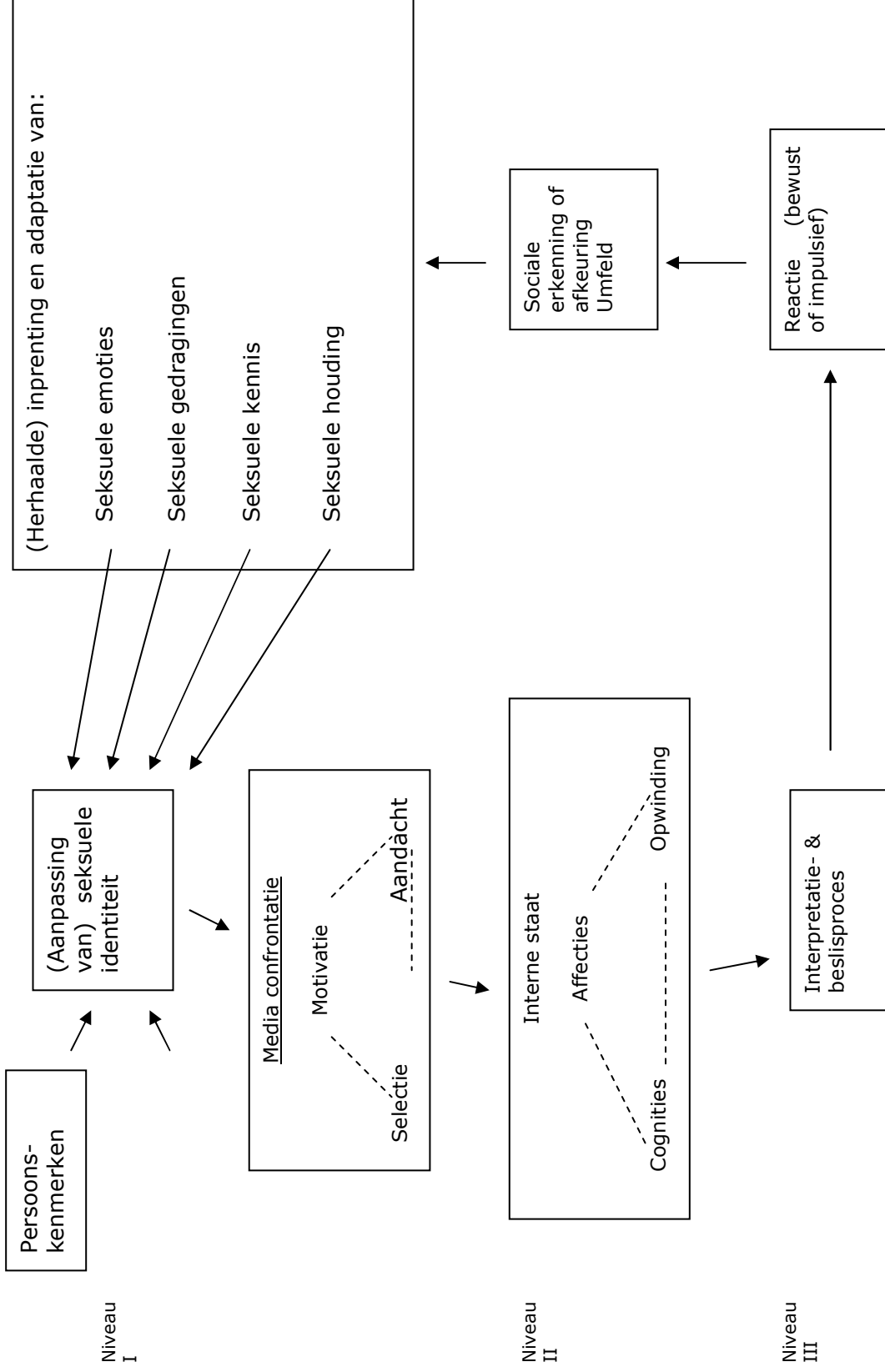
de media beïnvloed. Integendeel, er is een constante wisselwerking tussen wat kinderen in de media opzoeken en zien, hoe zij die beelden (kunnen) interpreteren, en hoe zij daarbij met hun gevoelens, denkbeelden en gedragingen omgaan. De media *kunnen* jongeren beïnvloeden, maar de mate waarin dit plaatsvindt hangt af van zowel situationele kenmerken, zoals opvoeders en leeftijdgenoten, als van persoonskenmerken, zoals bijvoorbeeld leeftijd en geslacht. Bij het zoeken naar een antwoord op de mogelijk seksualiserende effecten van de media op kinderen of jongeren dient dus met al deze factoren rekening gehouden te worden. In Figuur 3.1, dat gebaseerd is op het eerder genoemde *Adolescents' Media Practice Model* (Steele, 1999) en op het *General Aggression Model* (Carnagey & Anderson, 2003), is aangegeven hoe de situationele en persoonskenmerken mogelijk van invloed zijn op het proces van seksualisering bij jongeren.

Het media seksualiseringmodel in Figuur 3.1 is gebaseerd op het idee dat jongeren op basis van hun identiteit een bepaalde motivatie hebben om specifieke mediaproducten te bekijken of te lezen. Die basisidentiteit is mede gevormd door situationele kenmerken, zoals gezinsomgeving, school, religie, etnisch-culturele achtergrond etc. en door specifieke persoonlijkheidskenmerken, zoals geslacht, in- of extravertheid etc. Door de motivatie om bepaalde mediaproducten te selecteren interacteert de jongere meer met die media-inhouden. Jongeren identificeren zich bijvoorbeeld meer met de rolmodellen of maken vaker een vergelijking tussen zichzelf en de personen op televisie of in bladen. Ook zorgen de verkozen mediaproducten voor meer emoties en affecties. Na het interpreteren en toe-eigenen van de inhouden uit de aansprekende media volgt vervolgens een (on)bewuste beslissing om de voorbeelden uit de media ook daadwerkelijk op te nemen in het eigen gedachtegoed of gedrag. De sociale erkenning (goedkeuring of afkeuring door personen in de naaste omgeving, zoals familieleden of vrienden) leidt vervolgens tot het wel of niet accepteren van de nieuwe houding, kennis, emoties of gedrag en daarmee tot de verdere vorming of bestending van de seksuele identiteit. Het steeds opnieuw doorlopen van dit model verklaart aldus hoe bepaalde media-inhouden bij kunnen dragen tot langetermijneffecten voor emoties, gedrag en houding.

2.3 Mogelijke effecten van seksualisering

Er is reden om aan te nemen dat vooral jongeren gevoelig zijn voor seksualisering. De puberteit (en adolescentie) is de periode dat mannelijkheid en vrouwelijkheid een andere betekenis krijgen voor jongeren, omdat seks een heel andere rol in hun leven gaat spelen. Bovendien is het de periode bij uitstek voor jongeren om hun definitieve identiteit te vormen. Dat gebeurt via een zoektocht en het uitproberen van verschillende rollen. Hierdoor zijn ze meer dan volwassenen vatbaar voor de voorbeelden die ze in de samenleving en de media tegenkomen. Effecten zijn vooral voorstelbaar groot als de geseksualiseerde media-inhouden via marketingstrategieën gekoppeld worden aan populariteit en succes en wanneer het beeld gecreëerd wordt dat het sociaal aanvaarde voorbeelden zijn. Geseksualiseerde boodschappen en producten kunnen dus juist in deze periode van ontwikkeling meer geaccepteerd worden, althans wanneer jongeren daar weinig tegenwicht bij krijgen van andere bronnen zoals opvoeders, school of buurt.

Figuur 3.1. Media Seksualiseringmodel Naar: Steele (1999) en Carnagey & Anderson (2003).



2.3.1 Zelfobjectivering

De APA (2007) noemt als een van de meest belangrijke schadelijke effecten van seksualisering mogelijke *zelfobjectivering* bij jongeren. Zelfobjectivering vindt plaats wanneer jongeren het geobjectiveerde beeld van de ideale persoon, dat wil zeggen mannen of vrouwen die vooral gewaardeerd worden om hun ideale uiterlijk, in hun denkpatroon opnemen en zichzelf vanuit een derde persoonsperspectief met dit ideaalbeeld gaan vergelijken en er alles aan doen om dit uiterlijke beeld na te volgen in plaats van te letten op hun eigen wensen, gezondheid, welzijn, vaardigheden en competenties. Het risico op *zelfobjectivering* is volgens de APA overigens groter voor meisjes dan voor jongens. Als meisjes in de puberteit of adolescentie hun identiteit vormen is er bij hen een grotere kans dan bij jongens dat ze minder zelfvertrouwen hebben. Zelfvertrouwen hangt vervolgens nauw samen met het zelfbeeld en met het idee van eigen aantrekkelijkheid. Meisjes die hun lichaam meer objectiveren hebben volgens onderzoek (Tiggemann & Slater, 2001) inderdaad minder zelfvertrouwen. Verder zijn er volgens de APA aanwijzingen dat meisjes en vrouwen door de nadruk op objectiveren minder aspiraties ontwikkelen en zichzelf meer wegcijferen in sociaal opzicht (bijvoorbeeld Davison & McCabe, 2006).

2.3.2 Denigreren van vrouwen en grensoverschrijdend gedrag

Een ander mogelijk negatief effect van de nadruk van de media op seksualiteit en seksualisering is dat het een denigrerende houding naar vrouwen en of meisjes kan bewerkstelligen en grensoverschrijdend gedrag in de hand kan werken (Gunter, 2002). In het algemeen geeft het media-aanbod een vertekend en stereotiep beeld van de rollen die mannen en vrouwen hebben. Mannen worden eerder geportretteerd in samenhang met macht en succes, terwijl vrouwen doorgaans vaker gepreoccupeerd zijn met emoties en romantiek. Tegelijkertijd worden vrouwen ook vaker geobjectiveerd en als lustobject voorgesteld. Vooral in expliciet erotische of pornografische mediaproducten is het algemene beeld dat de vrouw ondergeschikt is aan de man, hoewel dat zeker niet alleen tot dat genre beperkt is. Onderzoek naar gewelddadige seksuele mediaproducties heeft uitgewezen dat bij jongens en mannen een stimulerende invloed op agressieve gedachten en fantasieën niet uit te sluiten is (Lyons et al., 1994). Gewelddadige seks is doorgaans meer opwindend voor zedendelinquenten. Wanneer echter de illusie gewekt wordt dat het slachtoffer de seks ook lekker vindt kunnen ook 'gewone' personen het idee krijgen dat het oké is om vrouwen te belagen (Gunter, 2002).

Ander onderzoek naar denigrerende seks heeft aangetoond dat bij volwassen vrouwen hun zelfwaarde na het zien af kan nemen (APA, 2007) en dat meisjes van 11 tot 16 jaar het meer acceptabel kunnen gaan vinden dat vrouwen seksueel lastig gevallen mogen worden (Strouse et al., 1994). De media zouden er dus aan kunnen bijdragen dat vrouwen als minderwaardig en als gebruiksvoorwerp gezien gaan worden. Mogelijk kan dit tot grensoverschrijdend gedrag onder jongeren leiden, omdat de media het beeld geven dat grenzen niet gehonoreerd hoeven worden of dat er weinig sancties zijn. Desalniettemin wordt soms ook aangegeven dat een meer open omgang met seks in de media juist positief uit kan werken (Helsper, 2005). In Japan is bijvoorbeeld een daling van zedendelicten geconstateerd, nadat het verbod op pornografie werd opgeheven. Een verklaring zou, aldus Helsper, kunnen zijn dat de openheid over seks en porno voor meer publiek debat en kennis zorgt over wat (on)gewenst is. Bovendien kunnen zedendelinquenten mogelijk met porno hun behoeften beter stillen.

2.3.3 Seksuele moraal

De verbeelding van seks, relaties, romantiek en intimiteit in de media is in het algemeen stereotiep en vertekend. Aangenomen wordt dat hierdoor de opvattingen van jeugdige kijkers en lezers over geëigend seksueel gedrag beïnvloed kunnen worden (Kunkel et al., 2005; Ward, 2003). De nadruk van de media op extreme vormen van seksueel gedrag, overspel, ontrouw etc. zou bij jongeren die relatief nog weinig eigen ervaring hebben met zulke gedragingen en emoties ertoe kunnen leiden dat zij makkelijker gaan denken over dergelijke vormen van seks en relaties. Vooral in Amerikaanse studies is, gegeven de gangbare attitude over het huwelijk, veel onderzoek verricht naar hoe jongeren denken over seks voor of buiten het huwelijk en hoe die opvattingen samenhangen met het mediagebruik. In het algemeen wijzen deze studies uit dat een verhoogd mediagebruik samen gaat met meer acceptatie van seks voor of buiten het huwelijk.

2.3.4 Seksueel gedrag

Een laatste risico van de verhoogde aandacht van de media voor seks is te omschrijven als een verhoogde kans op eerder beginnend seksueel gedrag. Vooral in de Amerikaanse literatuur wordt de confrontatie met een veelheid aan geseksualiseerde boodschappen in de media als risico gezien voor het idee dat seks op jongere leeftijd geaccepteerd is en voor 'te vroeg' aan seks beginnen (Collins et al., 2004) en aan seks doen zonder bescherming waardoor soa's en tienerzwangerschappen kunnen worden voorkomen (Kunkel et al., 2005). Vooral in de huidige maatschappij waar jongeren via internet gemakkelijk contacten met anderen kunnen leggen bestaat het risico dat zij ongewild geconfronteerd worden met seksuele avances door anderen wanneer ze hier nog niet zelf aan toe zijn (Ybarra et al., 2007).

2.4 Voorwaarden voor het optreden van seksualisering door de media

In de nieuwsberichtgeving is regelmatig te horen dat jongeren beïnvloed worden door hun leefomgeving, vooral de media, en dat de seksualiserende invloeden tegenwoordig sterker zijn dan vroeger. Over de mate waarin jongeren in Nederland geconfronteerd worden met geseksualiseerde media is relatief weinig bekend. Recent onderzoek van de Universiteit van Amsterdam (Peter & Valkenburg, 2006) heeft wel laten zien dat jongeren tussen de 13 en 18 jaar gemiddeld iets minder dan een keer per maand erotisch of porno via het internet tegenkomen. Jongens zien dit vaker dan meisjes. Voor andere media zijn specifieke gegevens over de confrontatie met geseksualiseerde inhoud schaars.

De gemiddelde jongere in Nederland besteedt relatief veel tijd aan de media. Jongeren van 13 tot 16 jaar zitten per dag zo'n drie en een half uur achter een beeldscherm en jongeren van 17 tot 19 jaar bijna vijf uur (SPOTtime, 2008). Surfen, chatten en MSN-en doen jongeren het langst (anderhalf tot twee en een half uur per dag), gevolgd door televisie en dvd's kijken (anderhalf tot twee uur per dag). Voor offline gamen en het lezen van bladen en tijdschriften wordt samen een klein half uur per dag uitgetrokken. Hoewel de mediatijdbesteding bij ons altijd nog minder is dan in de Verenigde Staten (Amerikaanse jongeren komen uit op gemiddeld zes en een half uur mediaconsumptie per dag; Roberts, Foehr & Rideout, 2005), zitten Nederlandse jongeren tegenwoordig wel veel langer achter een beeldscherm dan voorheen. Veel jongeren hebben nu ook de beschikking over een eigen televisietoestel, een eigen computer (veelal een laptop) en een eigen mobieltje.

Hoewel jongeren tegenwoordig dus meer media consumeren dan een of twee decennia terug, betekent dat op zich nog niet dat ze ook een groter risico lopen om in contact te komen met seksualisering. Het hangt er daarvoor maar net van af of de media veelvuldig geseksualiseerde media-inhouden voor jongeren aanbieden. Hieronder behandelen we daarom wat er bekend is over de mate waarin de media aandacht besteden aan seksualiteit, relatievorming en uiterlijk.

In de communicatiewetenschappen is in de afgelopen decennia relatief veel aandacht geweest voor analyses van de inhoud van verschillende media. In het algemeen hebben de inhoudsanalyses uitgewezen dat het media-aanbod een duidelijk vertekend beeld geeft van zowel de aanwezigheid als van de verschijningsvormen van vrouwen en mannen en van hun onderlinge omgangsvormen.

2.4.1 Televisie

Studies naar de mate van seksualisering in het aanbod van Nederlandse televisiezoekers zijn niet bekend. Buitenlandse studies geven daarentegen wel aanwijzingen dat jongeren via dat medium een wereld zien die meer wordt gedomineerd door mannen dan door vrouwen. Dat verschil geldt zowel voor het aanbod van jeugdprogramma's als het aanbod voor volwassenen. Een recente analyse van jeugdprogramma's in 24 verschillende landen heeft uitgewezen dat er gemiddeld twee keer zoveel mannelijke (hoofd)personen te zien zijn dan vrouwelijke (Götz et al., 2008). Als vrouwen al op televisie voorkomen, dan is dat vooral als attractief slank model, vaker met relatief weinig kleding, eerder met een blanke huidskleur en blond haar, en vaker als tiener of jonge vrouw. Meisjes en vrouwen zijn, in vergelijking met mannelijke personen op televisie, ook vaker te zien als gelijkwaardig lid van een groep dan als aanvoerder.

Volgens Amerikaans onderzoek van bijna twee decennia terug zou de jongere die zijn kennis over relatievorming en seksualiteit op het televisieaanbod baseert, vooral verwachten dat vrouwen knap en attractief moeten zijn en dat seks voor of buiten het huwelijk en met verschillende partners de norm is (Brown, Childers & Waszak, 1990). Meer recente Amerikaanse en Britse tellingen wijzen uit dat er in de afgelopen decennia zowel in absolute, als in relatieve zin steeds meer tijd wordt besteed aan beelden van seks (o.a. Cumberbatch e.a., 2003; Greenberg & Woods, 1999; Kunkel e.a., 2005). De meeste aandacht voor geseksualiseerde media-inhouden is aangetroffen in het zogenaamde prime-time aanbod, de programmering tussen zeven en tien uur 's avonds, en in jongerenprogramma's. Het betreft dan vooral dramaserieën, soaps, films en diverse talkshows en reality-TV programma's. Meer expliciet erotische of pornografische uitingen komen relatief weinig voor in het televisiemenu van jongeren.

In Amerikaanse studies is vastgesteld dat het televisiebeeld van seksualiteit en relatievorming in het aanbod dat jongeren vaak zien sterk afwijkt van de realiteit. Als er al aandacht besteed wordt aan de consequenties van seksueel gedrag, dan zijn dat eerder sociale gevolgen dan fysieke consequenties zoals geslachtsziekten en tienerzwangerschappen (Aubrey, 2004). Sommige Britse studies geven een iets genuanceerder beeld en geven aan dat juist in jongerenprogramma's ook aandacht is voor de risico's van (grensoverschrijdend) seksueel gedrag (Batchelor, Kitzinger & Burtney, 2004). Tegelijkertijd wordt de verantwoordelijkheid voor gezond seksueel gedrag, zoals voorbehoedsmiddelen en de grenzen, in veel Engelse programma's wel alleen bij de meisjes gelegd. Die trend is ook door Aubrey (2004) vastgesteld in de

Amerikaanse tienerseries: de negatieve gevolgen van seks worden vaker gekoppeld aan seks die door meisjes is geïnitieerd, dan door jongens. Het seksuele gedrag van jongens lijkt op televisie dus minder risicovol en meer geaccepteerd te zijn dan dat van meisjes. In een eerdere studie naar het voorkomen van seks in tienerprogramma's concludeerde Ward (1995) ook al dat mannen makkelijker weg lijken te komen met seks dan vrouwen. Seks werd meestal voorgesteld als een vorm van competitie, waarbij mannen allerlei (denigrerende) opmerkingen mogen maken over het lichaam van vrouwen en hun uiterlijk en waarbij vrouwelijkheid gelijk gesteld werd aan sexy zijn.

De hiervoor genoemde studies van Kunkel en collega's (2005) en Cumberbatch en anderen (2003) hebben ook uitgewezen dat er de afgelopen decennia niet alleen meer seksualiteit te zien is, maar dat er ook aanzienlijk vaker over seksualiteit gesproken wordt. De hoeveelheid seksueel getinte opmerkingen is aanzienlijk, vooral in het aanbod voor jongeren. Diverse analyses wijzen erop dat de opmerkingen vooral in het nadeel zijn van de vrouwen (Kunkel et al., 2005).

Ook een meerderheid van de clips op muziekzenders geeft een stereotiep, geseksualiseerd beeld van vrouwen en van mannen. Daar is relatief veel onderzoek naar gedaan en die studies wijzen erop dat clips steeds meer aandacht geven aan seks (McKee & Pardun, 1996; Gow, 1996; Jones, 1997). Circa 20 tot 50% van de videoclipsonen seksueel getinte elementen of erotiek (Brown, 2002). Vrouwen zijn daarbij veel vaker dan mannen te zien in provocerende kleding die de aandacht naar hun lichaam trekt. Ze fungeren meer als decorstuk dan dat ze een actieve leidende functie in de clips hebben. In clips bij hip hop muziek en met zwarte artiesten fungeren de vrouwen het meest als lustobject, maar ook andere clipgenres geven een vertekend beeld (Sommers-Flanagan, Sommers-Flanagan & Davis, 1993). Gemiddeld is circa 15% van het aanbod denigrerend voor de vrouwen en meisjes die in de muziekclips figureren. Mannen zijn overwegend actief in muziekclips.

Er is vooralsnog weinig systematisch onderzoek verricht naar de mate waarin seksualiserende beelden voorkomen in cartoons en animatie. Hoewel er wel steeds meer animatieproducties komen waarin meisjes of vrouwen een actieve rol spelen en net als mannen een succesvolle en gewelddadige hoofdrol kunnen vervullen (Nikken, 2007a), zijn er anekdotische aanwijzingen (Parents Television Council, 2006) dat meisjes nu meer dan vroeger in veel programma's stereotiep worden afgebeeld (sexy kleding, meer decolleté, onderdanig, geïnteresseerd in jongens en bezig met hun uiterlijk). Op jonge leeftijd zouden kinderen dus al een vertekend beeld krijgen van hoe mannen en vooral vrouwen er ideaal uit zouden moeten zien. Een recente telling van tekenfilmkarakters (Herche & Götz, 2008) geeft inderdaad steun aan het idee dat meisjes en jonge vrouwen ook in het kindertelevisie-aanbod geseksualiseerd weergegeven worden. Volgens deze analyse waarin 102 karakters zijn bekeken, heeft 58% een middel-heup ratio lager dan de gezonde waarde van 0,69. Ook heeft 65% van de karakters een middel-schouder ratio die lager ligt dan het gezonde gemiddelde tussen 0,70-0,80. Tot slot, heeft een groot deel (57%) van de vrouwen of meisjes benen die veel langer zijn dan passend bij de lengte van de torso (normale torso-benen ratio is 0,32 tot 0,42). Bijna een derde van de karakters heeft zelfs benen die langer zijn dan de benen van Barbiepoppen. Het vrouwelijke voorbeeld dat tekenfilms aan kinderen geven is dus vooral dat vrouwen een sterk overdreven wespentaille hebben en lange slanke benen. Mannelijke karakters in tekenfilms bleken overigens ook onnatuurlijk afgebeeld te kunnen worden met als extreem voorbeeld de V-man waarbij de middel-schouder ratio lager is dan 0,40. In het

algemeen is de variatie in mannelijke lichaamstypen echter veel groter dan bij vrouwelijke karakters.

De media-aandacht voor vrouwen in sportprogramma's is, blijkens onderzoek (Marovelli & Crawford, 1987), minder groot dan die voor mannen. Voor zover er aandacht is voor vrouwensport is deze ook vertekend: volgens de APA (2007) worden vrouwelijke sporters vaker dan mannen geobjectiveerd. Daarenboven zouden vrouwelijke sporters ook meer dan mannelijke gevraagd worden voor fotoshoots in Playboy en dergelijke.

Onderzoek naar seksualiteit en uiterlijk in nieuwsprogramma's is zeer schaars. In Engeland is één studie verricht naar de aandacht voor seksueel kindermisbruik in het tv-nieuws en de kranten over een periode van 12 maanden (Kitzinger & Skidmore, 1995). De onderzoekers rapporteren dat ook het nieuws een vertekend beeld geeft van de werkelijkheid, doordat het vooral aandacht besteedt aan misbruik dat buitenshuis plaatsvindt. Er is veel aandacht voor grote scandaleuze zaken en relatief weinig voor kleinere, maar daarom niet minder ernstige zaken die zich vooral in het gezin afspelen. Bovendien bericht het nieuws vooral over het voorkomen van de feiten en is er weinig ruimte voor de mogelijke oorzaken en de preventie van seksueel misbruik van kinderen.

2.4.2 Bioscoopfilms

Films zijn populair bij jongeren en veel van de populaire bioscoopfilms bevatten referenties naar seks (o.a. Kunkel et al., 2005). Bekend is ook dat er een vertekend beeld is van mannen en vrouwen in films, vooral als het gaat om de mate waarin zij (gedeeltelijk) naakt in beeld zijn en in meer of mindere mate als lustobject worden neergezet. Vrouwen zijn dat veel vaker dan mannen. Bovendien spelen mannen veel vaker dan vrouwen een hoofdrol in topfilms. Daardoor krijgen vrouwen en meisjes veel minder voorbeelden en een meer geseksualiseerd voorbeeld van het vrouwelijk voorkomen.

Onderzoek naar educatieve films die seksvoorlichting aan jongeren bieden heeft uitgewezen dat de boodschap in zulke producties voor jongens en meisjes ook wezenlijk verschilt. De films hebben vaak een dubbele moraal waarbij de mannelijke drift tot seks eerder wordt goedgekeurd en vrouwelijke seksualiteit juist wordt afgekeurd of ontkend en als gevaarlijk wordt voorgesteld (Hartley & Drew, 2001).

2.4.3 Reclame

In reclames worden vrouwen vaker dan mannen geseksualiseerd. Dat geldt voor verschillende landen en voor verschillende televisiegenres waarbij de reclame verschijnt. Vrouwen en mannen zijn beiden stereotiep gekoppeld aan specifieke producten. In veel reclames komt een zogenaamd deskundig commentaar (voice-over) bijna altijd van een man, ook bij vrouwenproducten. Volgens een recent Taiwanees onderzoek naar tabaksreclames zijn juist daarin veelvuldig mannen te zien en dan typisch als stoer, avontuurlijk, risicozoekend en sociaal (Chang, 2007). In bladen worden vrouwen ook vaak neergezet als kijkobject bij producten. Vrouwen zijn het lokaas in plaats van actieve productgebruikers. Vrouwen als decoratie komt meer voor in bladen voor mannen en meer in bladen voor zwarte lezers dan blanke lezers. In advertenties in sportbladen lijkt wel een trend aanwezig om bij mannen tegenwoordig ook meer de nadruk te leggen op een mooi, verzorgd uiterlijk dan op prestatiekenmerken (Farquhar & Wasylikiw, 2007).

2.4.4 Tijdschriften

Het aantal tijdschriften voor jongeren is de laatste tijd enorm toegenomen. Veel tieners lezen deze bladen ook graag. Het meeste onderzoek naar de geseksualiseerde inhoud van tijdschriften is geconcentreerd op bladen voor vrouwen en meisjes. Een van de centrale uitkomsten van deze inhoudsanalyses is dat het belangrijkste doel van vrouwen is zichzelf als seksueel aantrekkelijk te presenteren en de aandacht van mannen te trekken. Meisjes en jonge vrouwen worden regelmatig aangemoedigd bepaalde producten te gebruiken en zich sexy op te maken en te kleden (costuming for seduction). Er hot en sexy uitzien en een object van mannelijke lust zijn, is een belangrijke boodschap van de artikelen, verhalen, foto's etc. Aantrekkingskracht is een belangrijk doel, zelfs bij het aanmoedigen tot gezonde beweging is dat belangrijker dan de gezondheid en het welzijn zelf.

In bladen worden vrouwen ook vaker dan mannen in seksueel geladen situaties geplaatst, als slachtoffer neergezet of slechts gedeeltelijk afgebeeld (tot object gemaakt). In het algemeen wijzen studies uit dat de seksualisering in de loop der jaren sterk is toegenomen. Er is tegenwoordig een veel sterkere focus op het vrouwenlichaam als seksueel object voor het plezier van anderen. Blanke vrouwen worden in bladen vaker geobjectiveerd dan zwarte vrouwen en bladen die zich richten op blanke lezers objectiveren meer. Soms worden ook jonge meisjes al in reclames gepresenteerd als seksuele objecten of lijkend op volwassen vrouwen. In een onderzoek van O'Donohue, Gold en McKay (1997) is aangetroffen dat bijna 2% van alle kinderen op reclamefoto's in een sensuele setting werden geportretteerd. Het ging daarbij vaker om meisjes dan jongens, er was een lichte toename sinds de jaren vijftig, en zulke beelden kwamen vaker in vrouwenbladen dan in neutrale of mannenbladen voor.

Onderzoek naar sportbladen (Fink & Kensicki, 2002) heeft uitgewezen dat mannen veel vaker dan vrouwen afgebeeld worden als actief in de sport. Vrouwen worden daarentegen minder vaak afgebeeld op foto's, maar wel vaker geobjectiveerd of geseksualiseerd, bijvoorbeeld door vrouwen te tonen als mooie vrouw in plaats van als sporter, met verwijzend commentaar op gedragingen die met seks te maken hebben, of door nadrukkelijk te wijzen op de seksuele voorkeuren of haar te laten poseren als sexy model.

2.4.5 Games

Jongens spelen meer en vaker games. Bijna alle inhoudsanalyses wijzen ook uit dat mannen veel vaker voorkomen in games dan vrouwen en dat zij een veel actievere rol in games spelen (o.a. Dill & Thill, 2007). Het aanbod van videogames is ook sterk geseksualiseerd: vrouwelijke karakters zijn structureel aantrekkelijk, hebben grote borsten en vaak weinig kleding (Jansz & Martis &, 2007; Dill et al., 2008). Ook bij dit medium is dus sprake van een zeer vertekend en stereotiep voorbeeld van vrouwen versus mannen.

2.4.6 Internet

Via het internet is de hele wereld in principe via enkele muisklikken bereikbaar, dus ook de wereld van erotiek en porno. Inhoudsanalyses van internet zijn zeer schaars. Uit gebruiksonderzoek is duidelijk dat meisjes meer gebruik maken van internet om te

communiceren en zichzelf te presenteren. Jongens gebruiken het internet meer om actief bezig te zijn, zoals het spelen van online games. Een onderzoek naar websites over populaire personen heeft uitgewezen dat vrouwen op die sites vaker worden geseksualiseerd. Dat geldt het meest voor vrouwelijke popmusici (Lambiase, 2003). Uit een ander onderzoek naar 27 profielsites van 14- tot 17-jarige Amerikaanse zwarte meisjes (Stokes, 2007), waarin is gekeken naar de aanwezigheid van seksuele scripts, de wijze waarop de meisjes zichzelf omschreven en de aandacht die ze schonken aan hip hop, kwam echter naar voren dat lang niet alle meisjes hun sites inrichten volgens de stereotiepe mediacultuur. Sommige meisjes positioneerden zichzelf wel volgens de geseksualiseerde regels van de media, en hip hop in het bijzonder, maar de meerderheid van de zwarte meisjes deed dat niet.

2.4.7 Conclusie

De vele internationale inhoudsanalyses van vooral televisie en tijdschriften, en in mindere mate bioscoopfilms, games en internet, laten in het algemeen zien dat er relatief veel aandacht in de media is voor seksualiteit, relatievorming en uiterlijk en dat dat aanbod doorgaans weinig van doen heeft met de realiteit van alledag. Mannen en vrouwen worden beide in stereotiepe rollen neergezet met verschillende aandacht voor uiterlijk en prestaties. Ook lijkt het er volgens de vele buitenlandse studies sterk op dat er heden ten dage meer sprake is van een geseksualiseerd beeld in de media dan een of twee decennia terug.

Voor de Nederlandse situatie moet echter geconstateerd worden dat er geen actuele en precieze cijfers voorhanden zijn over hoe vaak de televisie, bladen, games en internet geseksualiseerde beelden aan jongeren tonen.

2.5 Onderzoek naar de effecten van seksualisering op jongeren

Uit de zoektocht naar de internationale literatuur van de afgelopen drie decennia over de mogelijke effecten van seksualisering door de media bij jongeren blijkt dat de meeste aandacht van wetenschappers gericht is op de gevolgen voor het zelfbeeld. In totaal zijn er ruim dertig studies waarin de relatie tussen het mediagedrag van jongeren en hun zelfbeeld onderzocht is. Daarnaast zijn er een kleine twintig onderzoeken waarin is vastgesteld hoe het mediagedrag van jongeren samenhangt met hun houding over seks en over geëigende rollen voor mannen en vrouwen. In nog eens vijftien studies betrof de hoofdvraag welke rol ouders, leeftijdgenoten of media-idolen spelen voor het gedrag of de houding van jongeren in relatie tot hun mediagebruik. Tot slot is in elf studies gekeken naar een relatie tussen het mediagedrag en het seksuele gedrag van jongeren en in vier artikelen is onderzocht welke relatie er bestaat met seksueel misbruik.

2.5.1 Zelfbeeld

De overgrote meerderheid van de geselecteerde literatuur concentreert zich op mogelijke effecten van de media op het zelfbeeld dat jongeren hebben. De meeste studies concentreren zich hierbij op de gevoelens en denkbeelden van meisjes over zichzelf, hoewel er ook diverse studies zijn met jongens als onderzoeksgroep.

Correlatieve en kwalitatief onderzoek

Correlatieve onderzoek naar het zelfbeeld wijst bijna altijd op een negatieve samenhang tussen het regelmatig kijken naar voorbeelden van ideale vrouwen of

mannen in de media en de tevredenheid over het eigen lichaam of het vertrouwen in eigen kunnen. Dergelijke verbanden zijn zowel bij jongens als meisjes gevonden, waarbij jongens vooral neigen naar het verheerlijken van een gespierd lichaam en meisjes meer geneigd zijn een slank lichaam te wensen. In het algemeen wijst dit onderzoek er ook op dat de verbanden bij de meisjes al eerder aanwezig zijn en dan ook meer consistent zijn.

Gilbert (1998) interviewde bijvoorbeeld jonge kinderen, 80 kleuters van vijf en zes jaar oud, over wat zij van personen in de media vonden en van hun eigen uiterlijk. Reeds op die leeftijd gaven de kinderen al aan dat ze het belangrijk vonden hoe ze eruit zagen, welke kleding ze droegen en welke beelden ze in de media zagen. Op zich is dit niet verontrustend, maar Gilbert constateerde wel dat vooral meisjes over hun kleding nadachten en dat zij hun voorkomen consistent vergeleken met wat ze in de media zagen. Dat jongens en meisjes verschillend reageren op mediavoorbeelden blijkt ook uit de interviews die Jung en Peterson (2007) hielden met 50 kinderen tussen de acht en elf jaar oud. De jongens hadden bovenal als wens dat zij gespierd en zwaarder zouden zijn dan ze op dat moment waren. De meisjes vonden vooral dat ze slanker en lichter moesten zijn. Die wens kwam sterk overeen met de mediavoorkeuren van de kinderen: jongens keken het liefst naar programma's waarin spieren, kracht en atletisch vermogen centraal stond, terwijl de meisjes meer gecharmeerd waren van programma's rond uiterlijk, relatievorming en aantrekkelijkheid.

Ook Murnen, Smolak, Mills en Good (2003) constateerden dat meisjes al op jonge leeftijd sterker beïnvloed worden door de mediavoorbeelden dan jongens. Zij lieten kinderen van zes tot twaalf jaar vier foto's zien van geobjectiveerde mannen en vrouwen en vroegen de kinderen om erop te reageren. Hoewel beide groepen even enthousiast waren en aangaven ook wel te willen zijn als de voorbeelden, waren de reacties van de jonge meisjes consistentere dan dat van de jongens. Meisjes realiseerden zich beter wat het belang van een ideaal uiterlijk is, internaliseerden het ideaalbeeld meer en koppelden het meer coherent aan hun zelfvertrouwen. Deze gegevens sluiten aan op de resultaten van een survey van Polce-Lynch et al. (2001) onder ruim 200 kinderen in de dezelfde leeftijdsgroep. Ook in deze studie waren meisjes negatiever over hun uiterlijk dan jongens. Bovendien rapporteerden zij een veel groter ervaren invloed vanuit de media dan de jongens. De auteurs vermoeden dan ook dat vooral meisjes op jonge leeftijd een lagere zelfdunk kunnen krijgen wanneer zij ontevreden zijn over hun eigen uiterlijk en dat die ontevredenheid weer wordt gevoed door diverse omgevingsfactoren, waaronder de media. Ook Ricciardelli en McCabe (2003) vonden in een survey bij bijna 1.200 kinderen tussen 11 en 15 jaar dat hun wens om slanker te zijn samenhangt met het vaker zien van mediaproducties over uiterlijk en gezondheid. Hoe vaker de kinderen zulke programma's opzochten, hoe sterker de wens was om iets aan hun lichaam te doen en hoe sterker de wens was om slanker (meisjes) of gespierder (jongens) te zijn. Het idee dat een goed uiterlijk belangrijk is werd het sterkst onderschreven door meisjes die ontevreden waren over hun eigen lichaam en door jongens die juist het meest tevreden waren met hun eigen uiterlijk.

Longitudinale studies

Of de media oorzaak of gevolg zijn van een veranderd zelfbeeld is niet met correlatieve studies te achterhalen, maar langer lopende studies wijzen er wel op dat het mediagebruik ook over een grote tijdspanne samenhangt. Een recent longitudinaal onderzoek (Dohnt & Tiggemann, 2006) bij bijna 100 meisjes van vijf tot acht jaar jong laat zien dat het vaak bekijken van televisieprogramma's die aandacht geven aan slank

zijn en aan het belang van uiterlijk, een jaar later samen met meer ontevredenheid over het eigen uiterlijk. Ook in een andere recente longitudinale studie vond Aubrey (2006) een samenhang tussen het vaker naar seksualiserende media kijken en zelfobjectivering bij oudere respondenten. 226 Studenten van circa 20 jaar oud werden een jaar lang gevolgd in hun mediagedrag en hun zelfbeeld. De onderzoekster liet de televisieprogramma's en tijdschriften die de jongeren bekeken en lazen door een onafhankelijk panel van andere studenten, die ook het vak massacommunicatie volgden, typeren tot wel of niet seksueel objectiverende media. Seksualiserende media geven een overmatige aandacht aan het uiterlijk als primair kenmerk van seksuele aantrekkelijkheid, zoals bijvoorbeeld *Baywatch*, *Sex and the city*, *Maxim* en *Cosmopolitan*. Het bleek dat jongeren die het eerste jaar meer seksualiserende media consumeerden in het jaar daarop meer waarde toekenden aan verschillende uiterlijke kenmerken van hun lichaam. Bij de jongens ging het vaker naar seksualiserende media kijken een jaar later ook gepaard met een grotere neiging om er goed uit te willen zien. Bij de meisjes ontbrak dat effect, volgens de auteur, mogelijk omdat de meisjes al vanaf het begin zeer veel aandacht aan hun uiterlijk besteedden en de programma's dus geen grote rol meer konden spelen. Tegelijkertijd was er echter ook een omgekeerd effect; jongeren die al meer aan zelfobjectivering deden keken het jaar erop juist minder naar seksualiserende media, mogelijk om juist nog meer invloeden te kunnen ontwijken, aldus de onderzoekster.

Het probleem met bovenstaande studies is dat de verbanden, zelfs wanneer deze over een periode van een jaar worden bekeken, ook verklaard kunnen worden door zogenoemde derde variabelen. Het is bijvoorbeeld mogelijk dat kinderen of jongeren die veel televisie kijken in een andere leefomgeving opgroeien die ertoe bijdraagt dat ze meer ontevreden zijn over hun uiterlijk. In een studie (Borzekowski, Robinson & Killen, 2000) werd bijvoorbeeld aanvankelijk ook een verband aangetroffen tussen de mate waarin meisjes van rond de vijftien jaar muziekclips bekeken en het belang dat ze toekenden aan een aantrekkelijk uiterlijk en de angst om te dik te zijn. Na controle voor lichaamsbouw (BMI) en etnische achtergrond verdween dit verband echter.

Experimentele studies

Naast de vele correlatieve studies hebben ook tal van experimentele studies aangetoond dat zowel jongere als oudere kinderen en jongvolwassenen een ander beeld van zichzelf hebben wanneer zij vlak daarvoor geconfronteerd zijn met bepaalde ideaalbeelden van mannen of vrouwen. Veel van deze experimenten hebben zich geconcentreerd op het mogelijke effect van schoonheidsidealen in reclames. Ook hier geldt echter dat de media niet de enige factor zijn. Veel hangt af van de jongere zelf en van de wijze waarop zij tegen zichzelf en tegen de mediabeelden aankijken (Ward, 2004).

Een eerste factor is het type voorbeelden dat jongeren in de media tegenkomen en de mate waarin zij zichzelf vinden lijken op die rolmodellen of in hoeverre zij zich ermee kunnen vergelijken. Farquhar en Wasylkiw (2007) confronteerden ruim 100 mannelijke studenten met reclame-uitingen waarin mannen ofwel als mooie sporters te zien waren, ofwel als succesvolle sporters. In vergelijking met een groep studenten die neutrale reclamefoto's hadden gezien, leidden de esthetische reclames tot een negatief beeld van zichzelf. De jongeren die de actieve sporters hadden gezien hadden daarentegen juist een significant beter zelfbeeld gekregen. Volgens een survey van Smolak en Stein (2006) onder bijna 300 puberjongens hangt de wens om gespierd te zijn samen met de mate

waarin jongens naar bepaalde media kijken en met de mate waarin ze typisch mannelijke fysieke kenmerken van die modellen mooi vinden. Een positief effect van specifieke rolmodellen is overigens ook voor meisjes mogelijk. Crouch en Degelman (1998) lieten aan 40 adolescente meisjes van 14 tot 18 jaar reclamefoto's zien met aantrekkelijke modellen die ofwel 'gewoon' van postuur waren, ofwel mollig. Meisjes die de mollige modellen hadden gezien waren na afloop meer tevreden over hun eigen uiterlijk dan meisjes die de reclames met normale modellen zagen. Dit effect treedt echter niet vaak op omdat de meeste reclames en media eerder het slankheidsideaal propageren (APA, 2007). Turner et al. (1997) vonden dan ook dat jonge studentes die tijdens een experiment modebladen te lezen kregen na afloop meer rapporteerden dat ze te zwaar waren, meer nadachten over afvallen en meer angst hadden om dik te worden dan studentes die neutrale nieuwsbladen hadden gelezen. Bell, Lawton en Dittmar (2007) constateerden eenzelfde effect bij meisjes tussen de 16 en 19 jaar na het zien van videoclippen met sexy danseressen. De meisjes hadden na afloop niet per se minder eigendunk, maar waren wel significant minder tevreden over hun eigen uiterlijk dan meisjes die in controlecondities alleen de muziek hadden gehoord of een herinneringstest hadden uitgevoerd.

Tiggemann en Pickering (1996) rapporteren dat meisjes van gemiddeld vijftien jaar oud die veelvuldig naar soaps en films op televisie kijken eerder ontevreden zijn over hun uiterlijk, terwijl meisjes die meer naar videoclippen kijken een grotere wens hebben om af te vallen. Dat meisjes negatief beïnvloed kunnen worden door de media blijkt ook uit een studie van Hargreaves en Tiggemann (2003). Zij onderzochten het effect van reclames met ideale modellen op de tevredenheid over het eigen lichaam bij ruim 350 jongens en meisjes van 13 en 15 jaar. De jongeren zagen twintig reclames met ideale mannelijke of vrouwelijke personages of twintig reclames zonder mensen. Vooraf en daarna hebben ze gerapporteerd hoe tevreden zij over zichzelf waren. De jongens lieten zich niet of nauwelijks beïnvloeden, maar de meisjes waren direct na de reclames met slanke (vooral vrouwelijke) modellen en een kwartier later aanzienlijk meer ontevreden over zichzelf dan na de neutrale reclames. Eenzelfde verschil tussen jongens en meisjes wordt ook gerapporteerd door Kalodner (1997). Ruim veertig jonge mannen en zestig vrouwen kregen heel snel verschillende tijdschriftfoto's te zien van ideale slanke mannen- of vrouwenlichamen of van personen met een gemiddeld postuur. Bij de jonge mannen traden er geen effecten op, maar de jonge vrouwen die de slanke vrouwelijke modellen hadden gezien vertoonden na afloop significant meer zelfbewustzijn, dachten meer na over hun competenties en waren meer onzeker over zichzelf. Ook blijkt een studie van Shadel, Niaura en Abrams (2004) laten meisjes zich meer dan jongens leiden door de rolmodellen die ze in de media tegenkomen. Jonge vrouwen gaven aan dat zij zich sterker aangetrokken voelden tot sigarettenreclames waarin vrouwelijke personages voorkomen, dan tot reclames met mannen. Zulke reclames werden ook significant van meer belang voor hun zelfbeeld gezien dan reclames met een mannelijke uitstraling. Jongens gaven aan geen verschil te zien tussen reclames met vrouwen of met mannen.

Overigens geldt het effect van herkenning niet alleen voor het geslacht van de jongeren. Duke (2002) geeft aan dat zwarte Amerikaanse meisjes van twaalf tot achttien jaar anders dan blanke meisjes zichzelf nauwelijks herkennen in de gangbare tienertijdschriften. Tijdens diepte-interviews gaven de meisjes verder aan dat zij de fictieve tijdschriftwereld met vooral blanke modellen niet herkenden in hun eigen realiteit en daarom de geïdealiseerde schoonheidsidealen niet overnamen. Een andere studie onder bijna 1.500 Taiwanese jongeren naar rookreclames (Chang, 2007) wees uit dat

niet-rokende jongeren zichzelf minder snel herkennen in rookreclames dan rokende jongeren en er hun zelfbeeld ook minder op afstemmen. Amos, Currie, Gray en Elton (1998) komen tot eenzelfde constatering bij bijna 900 Amerikaanse jongeren van twaalf tot negentien jaar oud. Rokers en niet-rokers kenden elk dezelfde attributen toe aan rook- en niet-rookreclames en aan zichzelf. Rivadeneyra, Ward en Gordon (2007) troffen juist bij Spaanstalige Amerikanen een samenhang tussen het mediagebruik en hun zelfbeeld. Hoe meer televisie deze jongeren keken, hoe lager hun zelfvertrouwen in hun uiterlijk en hun sociale competenties waren. De relaties waren het sterkst onder de vrouwelijke jongeren en de jongeren die zich het meest verbonden voelden met de Latino identiteit. Dit verband lijkt opmerkelijk, omdat de media in het algemeen juist weinig aandacht geven aan Latino's. Als de media dat al doen, is dat echter vaak in een negatief daglicht. Volgens de onderzoekers nemen de Latino jongeren juist dat beeld in ogenschouw en passen zij hun zelfwaarde daarop aan. Een laatste studie die het belang aangeeft van de mate waarin jongeren zich moeten kunnen herkennen in de mediavoorbeelden, is een studie van Mandal (2004). Deze onderzoekster relateerde het lezen van internationale jongerenbladen van 122 Poolse meisjes van 12 en 18 jaar aan het beeld dat zij van zichzelf hadden als 'voorbeeldige leerling', 'vriendelijke klasgenoot' en 'aantrekkelijke vriendin'. Vooral bij de oudere meisjes bleek het lezen van glamourtijdschriften van invloed te zijn op hoe (on)aantrekkelijk de meisjes zichzelf vonden. In vergelijking met een controleconditie waarin meisjes geen bladen lazen, hadden meisjes die de tijdschriften wel inzag een significant lagere eigenwaarde.

Een tweede factor die een rol speelt in de mate waarin de media het zelfbeeld van jongeren kunnen beïnvloeden wordt gevormd door de persoonlijkheidskenmerken. De media hebben niet op alle jongeren een even grote invloed. Patrick, Neighbors en Knee (2004) vonden dat jonge vrouwen die weinig vertrouwen hadden in hun eigen attractiviteit en die sterker hechtten aan het hebben van een goed zelfbeeld, meer negatieve gevoelens kregen na het bekijken van damestijdschriften dan vrouwen die minder nadachten over hun zelfbeeld of die meer vertrouwen hadden in hun uiterlijk. Bessenoff (2006) liet aan 112 vrouwelijke studenten reclames zien waarin ofwel alleen maar slanke ideaalmodellen voorkwamen ofwel vergelijkbare neutrale reclames zonder slanke vrouwen. Vooral vrouwen die vooraf al vonden dat ze niet aan een schoonheidsideaal voldoen neigden er sterker naar om zich met de mediavoorbeelden te vergelijken en de negatieve uitkomst op hun eigen gevoelens te projecteren. Ook Monro en Huon (2006) onderzochten bij vrouwelijke proefpersonen de invloed van reclames met ideale slanke modellen ten opzichte van dezelfde reclames, maar dan gedigitaliseerd zonder de modellen. Dit keer werd niet gekeken naar hoe de studentes over zichzelf dachten, maar welk eetgedrag zij na het zien van de reclames vertoonden. Studentes die zichzelf meer objectiveerden probeerden meer voedsel na de reclames met slanke modellen, terwijl vrouwen die minder waarde hechtten aan hun uiterlijk juist meer aten na de reclames zonder model. In een ander experiment met reclames met slanke modellen (Joshi, Herman & Polivy, 2004) werd verder nog gevonden dat jonge vrouwen die getypeerd waren als grote eters na de reclames met slanke modellen een negatiever idee over hun eigen uiterlijk hadden dan na neutrale reclames voor parfum. Beheerste eters hadden daarentegen een beter zelfbeeld en een meer sociaal beeld van zichzelf na de slanke-modellenreclames.

De mogelijke effecten van de media hoeven niet alleen samen te hangen met persoonlijkheidskenmerken, maar kunnen ook door commentaar gestuurd worden. Zo vergelijken jongeren die gestimuleerd worden om meer op geïdealiseerde rolmodellen in

de media te letten, zichzelf bijvoorbeeld meer met die modellen, waarna ze zichzelf minder attractief vinden en minder zelfwaardering krijgen (Martin & Kennedy, 1993; Martin & Gentry, 1997). Commentaar kan echter ook behulpzaam zijn. Jonge vrouwen die voor het zien van mediaproducties met slanke modellen een eerlijk commentaar kregen op een fout die ze hadden gemaakt bij een kennistest, zijn meer tevreden over hun eigen uiterlijk dan vrouwen bij wie de fout onterecht werd goedgekeurd (Jarry & Kossert, 2007). De onderzoekers menen op basis van deze uitkomst dat het zien van een slank voorbeeld tot angst over de eigen competenties kan leiden, maar dat het inzicht in hun cognitieve faalbaarheid wordt gecompenseerd door hun zelfvertrouwen in het eigen uiterlijk op te houden.

Conclusie

De meeste studies hebben de media-invloed tijdens de adolescentie vastgesteld. Enkele onderzoeken hebben echter aanwijzingen gevonden dat ook jongere kinderen al gevoelig zijn voor de invloeden van de media. Voor zover het correlatieve onderzoek het toelaat, lijkt het er daarbij op dat meisjes zich dan al meer laten beïnvloeden dan jongens. Een negatieve uitkomst van de vergelijking met mediavoorbeelden bevordert dan een afname van het zelfbeeld en dat resulteert in een afname van het zelfvertrouwen. Het onderzoek naar de beïnvloeding van het zelfbeeld geeft echter aan dat er belangrijke verschillen zijn tussen jongeren. Zwarte (Afro-Amerikaanse) meisjes laten zich mogelijk minder snel negatief beïnvloeden dan blanke meisjes, deels omdat het slankheidsideaal in de media te ver weg staat van hun realiteit. Ook bij jongeren die emotioneel sterker in hun schoenen staan en die zichzelf minder vergelijken met rolmodellen is de kans op beïnvloeding kleiner. Effecten hangen dus sterk af van het type voorbeelden dat de media bieden en van de kenmerken van de jongeren zelf. Tegelijkertijd is het wellicht mogelijk dat een lager zelfvertrouwen ook weer tot een specifiek mediadieet leidt. Aubrey (2007) vond een aanwijzing dat jongeren zichzelf ook kunnen beschermen door juist seksualiserende media te mijden.

2.5.2 Effecten op houding en opvattingen

Een tweede thema in de gevonden literatuur is de invloed van geseksualiseerde media op de opvattingen en denkbeelden van jongeren. Grofweg zijn twee typen opvattingen onderzocht; de houding van jongeren over seksualiteit en hun ideeën over genderrollen.

Correlatieve studies

De mate waarin jongeren media consumeren houdt volgens meerdere studies verband met de wijze waarop zij tegen seks aan kijken. Een meer liberale opvatting over seks of een meer stereotiep beeld van mannen en vrouwen gaat in de regel samen met een meer stereotiep mediadieet. Verbanden met seksopvattingen zijn vooral voor porno gevonden. Ideeën over mannen en vrouwen blijken ook samen te hangen met andere genres.

Seksueel gedrag

Volgens Strouse, Buerkel-Rothfuss en Long (1995) die Amerikaanse jongeren (13-18 jaar) ondervroegen, worden liberale opvattingen over seks meer gehuldigd door jongeren die vaker naar muziekclips kijken. Het idee om voor het huwelijk al seks te hebben bleek vaker voor te komen bij meisjes die vaak naar muziekclips kijken, en dan vooral bij meisjes die ontevreden zijn over hun thuissituatie. Het zien van seksueel getinte media gaat ook samen met de opvatting bij jongeren dat zij al aan seks toe zijn (L'Engle et al.,

2006). Meer liberale opvattingen over seksualiteit worden ook door Nederlandse meisjes die vaker naar muziekclips kijken gehuldigd. Nikken (2007b) vond voor meisjes in dezelfde leeftijdsgroep een klein, maar significant verband tussen het zien van muziekclips en het gewoon vinden van gedragingen als seks voor het huwelijk, seks in ruil voor een breezer, je borsten via de webcam tonen of seks hebben met iemand die je nog maar net kent. In een andere recente studie onder een paar duizend Taiwanese jongeren (Lo & Wei, 2005), is gevonden dat jongeren die regelmatig porno zoeken via het internet, 'vrijelijk' seksueel gedrag meer acceptabel vinden en zelf ook meer ervaring met seks hebben buiten een vaste relatie. Dat verband bleef ook significant na controle voor andere factoren zoals de consumptie van porno in het algemeen, het mediagedrag en demografische kenmerken. Carroll en zijn collega's (2008) constateerden onder Amerikaanse jong volwassenen (18 tot 26 jaar) ook dat, pornogebruik gepaard ging met meer liberale ideeën over seks met anderen en seks buiten het huwelijk. Ook volgens een andere recente survey bij 229 jonge mannen uit Hong Kong komt het surfen naar pornosites onder jongeren vaak voor, gebeurt dat vaak in samenspraak met vrienden en onderscheiden de regelmatige pornokijkers zich doordat zij eerder akkoord gaan met seks voor het huwelijk en met gewelddadige seks (Lam & Chan, 2007).

Vrouwen als lustobject

Onder een recente internetsteekproef van 745 Nederlandse jongeren van 13 tot 18 jaar vonden Peter en Valkenburg (2007), tot slot, eveneens dat hoe vaker jongeren naar erotiek of porno op het internet kijken, zij meer het idee hebben dat vrouwen gezien kunnen worden als lustobject. De jongeren waren het meer eens met stellingen als 'een aantrekkelijke vrouw moet er rekening mee houden dat ze seksuele avances krijgt' of 'er is niets mis mee als een man vooral geïnteresseerd is in een vrouwenlichaam'. Het verband gold overigens niet alleen voor jongens, maar ook voor meisjes, hoewel jongens wel meer naar porno op het internet kijken dan meisjes (Peter & Valkenburg, 2006). Verder bleek dat hoe explicieter de beelden zijn die jongeren consumeren, hoe sterker het verband met de notie van lustobject is.

Genderrollen

De mate waarin het mediagedrag van jongeren samenhangt met hun ideeën over gepast gedrag voor mannen en vrouwen is ook regelmatig onderzocht. Zo ondervroegen Ward en Friedman (2006) bijvoorbeeld 244 jonge Amerikaanse studenten over hun televisie kijkgedrag en hun opvattingen over seks en mannen- en vrouwenrollen. Het vaker zien van televisie, en vooral van talk shows en prime time programma's bleek gepaard te gaan met het huldigen van meer stereotiepe opvattingen over mannen en vrouwen. In vergelijkbaar onderzoek is gebleken dat jongeren die meer naar muziekzenders kijken meer stereotiepe opvattingen huldigen over mannen en vrouwen en het meer van belang vinden dat mannen en vrouwen zich volgens die rollen gedragen (Ward, Hansbrough & Walker, 2005). Ook in een Nederlandse studie onder 166 vrouwelijke scholieren van 15 tot 17 jaar en adolescenten van 20-22 jaar, is gevonden dat traditionele ideeën over gender rollen samenhangen met het mediagedrag (Ex, Janssens & Korzilius, 2002). Volgens dit onderzoek wordt het idee over traditioneel moederschap het meest gehuldigd door jongeren die vaker naar comedies of soaps kijken waarin dat stereotiepe beeld voorkomt. De verbanden bleken het sterkst voor vrouwen en meisjes die het bekijken van die programma's gemotiveerd doen, de echte fans van het genre dus. Kim en Ward (2004) vonden verder bij ruim 200 vrouwelijke studenten dat ook het lezen van tijdschriften samenhangt met hun opvattingen over seksualiteit en mannen- en vrouwenrollen. Jonge vrouwen die vaker tijdschriften voor de volwassen vrouw lezen

hadden minder stereotiepe opvattingen over mannen. Het vaker lezen van 'sexy' tienerbladen ging daarentegen gepaard met meer stereotiepe opvattingen over de man. Verder bleek dat vrouwen die specifiek op zoek waren naar artikelen over seksualiteit eerder stereotiepe opvattingen huldigden. Ook hadden deze jonge vrouwen het idee dat zij hun seksuele relaties zelf konden sturen. Naast de mogelijke beïnvloeding van vrouwen door de media, laten ook mannen hun opvattingen over genderrollen leiden door wat ze zien. Ward, Merriwether en Caruthers (2006) ondervroegen ruim 650 mannelijke studenten over hun mediagedrag en hun ideeën over mannelijkheid. De onderzoekers vonden dat meer mediagebruik bij de jonge studenten gepaard ging met een sterkere opvatting dat mannen echte mannen moeten zijn en dat zij dus meer dominant horen te zijn in hun onderlinge omgang en de omgang met vrouwen. Jongens die die mening huldigden besteedden vooral meer tijd aan het kijken naar televisie.

Bovenstaande studies zijn alle cross-sectioneel van aard en geven dus geen uitsluitel over de richting van het verband. Het is mogelijk dat jongeren media opzoeken die bij hun opvattingen passen, maar andersom kan ook. Mogelijk worden de opvattingen van de jongeren over seks en over gender rollen inderdaad gestuurd door de seksueel getinte beelden in de media. Volgens Peter en Valkenburg (2006) en Somers en Tynan (2006) gaat het vaker zien van erotiek in de media gepaard met het idee dat die beelden realistisch zijn, hetgeen er vervolgens toe kan leiden dat jongeren het vertekende beeld van seks in de media in hun gedrag en houding gaan opnemen. De resultaten uit deze studies maken de stelling wel aannemelijk, hoewel ze nog geen hard bewijs leveren. De vele correlatieve onderzoeken laten tot nu toe dan ook nog ruimte voor een alternatieve verklaring, namelijk dat jongeren met meer grensoverschrijdende of vrijgevochten opvattingen over seksualiteit juist mediaproducties opzoeken die aan hun ideeën voldoen. Sterker, de jongeren die seks waarderen en daar in de media naar op zoek gaan kunnen alleen een overwegend vertekend beeld van seks vinden, omdat de media dat doorgaans aanbieden.

Experimentele studies

Onderzoek waarin het beeldmateriaal dat jongeren zien experimenteel gemanipuleerd is, wijzen er op dat de media wel degelijk invloed uit kunnen oefenen op de opvattingen van jongeren over seks en over man- vrouwrollen. In Nederland is bij middelbare scholieren en studenten gevonden dat het zien van geseksualiseerde videoclip de ideeën van jongeren kan beïnvloeden. Na het zien van seksueel objectiverende videoclip werd door mannelijke scholieren vaker ingestemd met stellingen als 'een vrouw hoort thuis achter het aanrecht' (Schwinghammer, 2007) of door studenten met 'een sexy uiterlijk is belangrijk voor meisjes' (Ter Bogt, 2008) dan na het zien van neutrale mediabeelden. Lanis en Covell (1995) lieten in een experiment met bijna 100 jongeren ofwel reclames zien waarin alleen het geadverteerde product voorkwam, of reclames met een geseksualiseerd attractieve vrouw of met een actieve niet-geseksualiseerde vrouw. Na afloop werden de respondenten ondervraagd over hun seksuele houding. Het bleek dat de mannelijke respondenten na het zien van de geseksualiseerde reclames verkrachting aanzienlijk minder vaak afwezen. Voor vrouwen bleken juist de actieve progressieve vrouwen een effect te sorteren. Na het zien van die reclames vonden vrouwen verkrachting beduidend minder acceptabel. In een experiment onder 152 zwarte Amerikaanse scholieren die ofwel stereotiepe geseksualiseerde muziekclips zagen ofwel neutrale muziekclips, vonden Ward, Hansbrough en Walker (2005) verder dat na de clips met stereotiepe beelden van mannen en vrouwen de jongeren ook meer stereotiepe gedachten hadden. In een ander experiment van Gan, Zillmann en Mitrook (1997) werd

gevonden dat videoclip met rapmuziek een negatief effect kunnen hebben op de perceptie van blanke jongeren over zwarte vrouwen. De jongeren noemden na seksueel getinte videoclips met rap muziek en sexy danseressen beduidend minder positieve en meer negatieve karaktereigenschappen van zwarte vrouwen dan na videoclips waarin zwarte artiesten romantische liefdesliederen zongen of na een controleconditie zonder videoclips. Hansen en Hansen (1988) tot slot, voerden een experiment uit waarbij 221 studenten een geseksualiseerd videofragment zagen (met een vrouw als lustobject) of een neutraal fragment. Vervolgens waren de studenten tijdens een zogenaamde pauze getuige van een georganiseerd interview tussen een man en een vrouw. De man maakte daarbij volgens opzet seksuele avances naar de vrouw die opnieuw volgens instructies van de onderzoekers wel of niet beantwoord werden. Studenten die de geseksualiseerde video hadden gezien bleken de vrouw meer competent te vinden wanneer ze de avances beantwoordde. De vrouw voldeed kennelijk meer aan het voorbeeld uit de video en werd daardoor meer positief beoordeeld.

Zoals al eerder vermeld, hangt de mate waarin jongens en meisjes of jongere en oudere kinderen, of kinderen van verschillende etnische achtergronden zich door de media laten beïnvloeden af van hoe zij zich in die media herkennen of daar een voorliefde voor hebben. Dat geldt ook voor effecten op de houding van jongeren. Strouse, Goodwin en Roscoe (1994) ondervroegen circa 550 jongeren van circa twaalf tot veertien jaar over hun thuissituatie, hun kijkgedrag naar videoclips en hun idee over seksuele intimidatie en aanranding. Meisjes stonden negatiever tegenover dergelijk seksueel gedrag dan jongens, maar meisjes die veelvuldig naar muziekclips keken en ontevreden waren over hun thuissituatie vonden intimidatie of aanranding aanzienlijk meer acceptabel. Mogelijk omdat zij dat in hun eigen situatie meer 'gewoon' vonden. Ook in een experiment van Oliver (1993) bleek een effect van de wijze waarop de media seks tonen. In dit onderzoek beantwoordden bijna 100 studenten een vragenlijst over hun ideeën over seksualiteit en gaven zij aan wat ze van een fragment van een slasherfilm vonden. In zulke films worden horrorelementen rijkelijk gecombineerd met gewelddadige seks. De jongeren kregen of een fragment te zien waarin seks met het slachtoffer van de film voorkwam of een fragment waarin het slachtoffer niet seksueel werd belaagd. De onderzoekers vonden geen effect van de films voor alle jongeren, maar wel voor de liefhebbers van het genre. Die liefhebbers hadden sowieso meer liberale opvattingen over wat bij seks is toegestaan dan jongeren die het genre niet apprecieerden, maar na het zien van seksueel geweld waren de liefhebbers veel toleranter dan na het zien van het niet-seksuele fragment. Het seksuele geweld had dus de moraal bij de liefhebbers verlaagd.

Samenvattend kan worden geconcludeerd dat de correlatieve en experimentele studies erop wijzen dat het consumeren van media waarin een stereotiep beeld wordt gegeven van mannen of van vrouwen samen kan gaan met meer traditionele opvattingen over mannen en vrouwen of met meer geseksualiseerde opvattingen. Videoclips, reclames en vooral porno blijken een sterke samenhang te vertonen met meer liberale opvattingen over seksualiteit en opvattingen over de vrouw als lustobject. Andere media-inhoud, zoals talkshows, soaps en tijdschriftartikelen blijken samen te gaan met opvattingen over gender rollen voor mannen en vrouwen. De verbanden zijn zowel bij jongens als meisjes mogelijk, hoewel het erop lijkt dat de relaties bij jongens sterker zijn dan bij meisjes.

2.5.3 Seksueel gedrag

Een derde thema waar onderzoekers aandacht aan besteed hebben is de invloed op feitelijk seksueel gedrag. De in de literatuursearch gevonden studies houden zich ofwel bezig met de mogelijke invloed van televisie of van internet. Gepubliceerd onderzoek naar de mogelijke invloed van tijdschriften op het seksgedrag van jongeren is er niet of nauwelijks. De meeste onderzoeken zijn ook cross-sectioneel van aard en geven dus alleen inzicht in mogelijke verbanden, niet in feitelijke invloeden. Experimenten waarin een mogelijke invloed van seksueel gearde media op het gedrag van jongeren is onderzocht zijn er, logischerwijs op ethische gronden, niet. Hierdoor blijft het vooralsnog moeilijk om concrete uitspraken te doen over de effecten van de media op het seksuele gedrag van jongeren.

Volgens een studie van Brown en Newcomer (1991) waarbij bijna 400 adolescenten van 13 tot 18 jaar ruim een jaar lang zijn gevolgd in hun seksuele gedrag en hun televisie kijkgedrag, hebben jongeren die meer seksueel gearde programma's zien meer geslachtsgemeenschap dan jongeren die minder vaak zulke programma's zien. Het verband bleef ook overeind wanneer gecontroleerd werd voor de mogelijke druk van leeftijdgenoten, de ontwikkeling van puberteit of de sociale achtergrond van de jongeren. Ook Martino, Collins, Kanouse, Elliott en Berry (2005) vonden een positief verband tussen televisie kijken en seksuele activiteit bij jongeren. Zij onderzochten via een survey onder bijna 1.300 Amerikaanse jongeren de relatie tussen het kijken naar televisieprogramma's waarin seks voorkwam en het beginnen met seksueel gedrag. Het vermoeden was dat dat gedrag gestimuleerd wordt omdat de media het beeld meegeven dat jongeren veilig aan seks kunnen beginnen, seks weinig negatieve consequenties heeft en dat hun leeftijdgenoten seks goedkeuren. De onderzoekers vonden inderdaad een verband tussen het vaker zien van seks op televisie en het idee dat de jongeren veilig aan seks zouden kunnen beginnen, maar daarmee is nog niet bewezen dat de televisie ook de oorzaak is van feitelijk vroeger aan seks beginnen. Daar zijn wel aanwijzingen voor in longitudinaal onderzoek. Brown en haar collega's (2006) ondervroegen ruim 1.000 jongeren op hun 12^e of 14^e jaar en daarna nog eens twee jaar later over hun mediagebruik en over hun seksuele gedrag. Jongeren die veel mediaproducten consumeerden, die qua inhoud sterk seksueel te typeren zijn, bleken twee jaar later significant vaker aan geslachtsgemeenschap te doen dan jongeren die matig of geen seksuele media keken. Een longitudinale studie van Collins en collega's (2004) onder bijna 1.800 jongeren van 12 tot 17 jaar wees eveneens uit dat jongeren die meer naar seksueel getinte programma's kijken twee jaar later meer aan seks doen. De verbanden bleven overeind nadat was gecontroleerd voor verschillende achtergrondkenmerken van de jongeren en hun leefsituatie. Volgens een studie van Ward en Friedman (2006) die 244 jonge studenten over hun televisie kijkgedrag en hun ervaring met seks ondervroegen, komen de effecten eerder van talk shows en 'sexy' prime time programma's. Jongeren zouden zich vooral met bepaalde personages in dat aanbod identificeren en aldus tot meer seksuele ervaring komen. Ook in een Nederlandse survey onder middelbare scholieren van 16 tot 18 jaar (Schultz & Kalma, 2003) is gevonden dat een bepaald genre mogelijk een 'invloed' heeft. Meisjes die vaker naar soaps kijken blijken namelijk meer geneigd te zijn om bij het vrijen geen condoom te gebruiken. Wanneer jongens en meisjes geregeld bloot op televisie zien blijkt de bereidheid om onveilig te vrijen niet beïnvloed te worden. Mogelijk ontvangen jongeren dus andere boodschappen uit soaps dan uit andere televisieprogramma's waarin bloot voorkomt. Twee andere studies wijzen er verder op dat ook het kijken van muziekclips

samenhangt met seksueel gedrag van jongeren. Wingood en collega's (2003) ondervroegen 522 zwarte meisjes tussen de 14 en 18 jaar die in het afgelopen half jaar voor het onderzoek ervaring hadden met seks. Meisjes die meer dan gemiddeld naar videoclippen met rap muziek keken hadden twee keer zo vaak meerdere sekspartners in het afgelopen half jaar gehad dan meisjes die maar weinig naar muziekclips keken. Een jaar later bleken de veel kijkende meisjes ook een grotere kans te hebben op het oplopen van een seksueel overdraagbare aandoening. Nikken (2007b) concludeerde dat jongens van 12 tot 18 jaar die frequent naar muziekclips kijken meer gevorderd zijn op seksueel gebied. Dit verband bleef overeind na controle voor demografische kenmerken en invloeden van de ouders en leeftijdgenoten.

Nikken (2007b) stelde ook vast dat jongens in de middelbare schoolleeftijd die veel internetten verder gevorderd zijn met seksuele ervaringen. In het algemeen hebben meer internettende jongeren ook vaker porno op het net gezien. De jongeren die daar bewust naar op zoek zijn, zijn ook meer geneigd dergelijke sites goed te keuren en hebben zelf meer ervaring met seks (Lo & Wei, 2005). Maar ook bij de ongevraagde erotiek en porno reageren jongens meer goedkeurend. Nosko, Wood en Desmarais (2007) onderzochten de reacties van jonge Canadese adolescenten op de ongevraagde confrontatie met seksuele uitingen op het internet, zoals spam, pop-ups en onbedoelde erotische websites. Jongens stonden beduidend minder negatief tegenover seksuele inhoud op het internet en waren ook meer geneigd dan meisjes om zulke informatie verder te bekijken. Vooral jongeren die meer geïnteresseerd zijn in seks, waren positiever over seks op het internet en meer bereid om de ongevraagde uitingen te bekijken.

In het algemeen zijn er dus verbanden tussen het vaker consumeren van seksueel getinte of geseksualiseerde media enerzijds en (de intentie tot) meer, eerder of meer onveilige seks anderzijds. Of de media dit seksuele gedrag ook daadwerkelijk entameren is echter nog de vraag. De longitudinale studies wijzen er wel op dat er verbanden in die richting zijn, maar ondanks dat gecontroleerd is voor diverse demografische variabelen laten de studies toch bijna altijd ruimte voor een alternatieve verklaring. Het is niet uit te sluiten dat jongeren die al meer aan seks toe zijn (in voorbereiding daarop) meer seksueel getinte media opzoeken. De bereidheid om tot seks over te gaan hangt bovendien af van diverse factoren, zoals het geslacht, de situatie en het mediavoorbeeld. Wel is het zo dat specifieke televisiegenres zoals praatprogramma's over seks, soaps en muziekclips sterkere verbanden vertonen met seksueel gedrag dan andere genres. Voor zover de media een invloed hebben lijkt die invloed eerder bij jongens dan bij meisjes op te treden, jongens lijken er althans eerder open voor te staan.

2.5.4 Misbruik

Seksuele problemen bij jongeren via het internet zijn vooral onderzocht door één onderzoeksgroep in Amerika. Volgens de gegevens van deze onderzoekers wordt circa 4% van de Amerikaanse kinderen van tien tot zeventien jaar die regelmatig op internet zitten wel eens gevraagd om een seksueel getinte foto van zichzelf via de mail, MSN of een website te verspreiden en daarna ook lastig gevallen (Mitchell, Finkelhor & Wolak, 2007). Daarnaast vond nog eens 14% dat ze op andere wijze lastig gevallen zijn via het internet (Ybarra, Espelage & Mitchell, 2007). De kans op zulke verzoeken is groter voor meisjes, allochtonen (zwart), jongeren die een intieme band via internet met iemand onderhouden, geneigd zijn om seksueel te experimenteren via het net en in het echt

ervaring te hebben met misbruik. Jongeren die via internet zijn lastig gevallen en seksueel benaderd worden hebben vervolgens vaker last van een posttraumatische stoornis dan jongeren met andere internetproblemen (Wells & Mitchell, 2007).

2.5.5 Invloed van anderen

Zoals uit de voorgaande bespreking duidelijk mag zijn, kunnen de media jongeren beïnvloeden. Heel algemeen gesteld lijken meisjes bijvoorbeeld al op jongere leeftijd (kinderjaren) gevoelig voor invloeden op hun zelfbeeld. Jongens lijken daarentegen sterker beïnvloed te kunnen worden door de media als het gaat om hun seksuele opvattingen en om het beginnen met seksueel gedrag. Die invloeden spelen vooral in de puberleefijd en adolescentie. Dat zulke invloeden mogelijk zijn en gevonden worden in experimentele studies is verklaarbaar doordat de meeste voorbeelden in de media voor meisjes vooral een specifiek schoonheidsideaal geven en dat de media aan jongens in het algemeen eerder de boodschap meegeven dat mannen dominant kunnen zijn en dat seks geen consequenties heeft.

Veel hangt echter ook af van de omgeving waarin de jongeren verkeren. Diverse studies geven aan dat vooral leeftijdgenoten, ouders en idolen een belangrijke rol spelen bij de mogelijke invloeden die de media hebben. De ideeën die vrienden huldigen, of althans zoals die gepercipieerd worden door jongeren, hangen blijkens diverse studies samen met de wens van jongeren om bijvoorbeeld slank te zijn, het idee om al aan seks te kunnen beginnen en met de keuze voor bepaalde media-inhoud. Dohnt Tiggemann (2006) vonden bijvoorbeeld bij jonge meisjes dat de wens om een slank uiterlijk te hebben, de tevredenheid over het eigen lichaam en het vertrouwen in eigen kunnen, niet alleen samenhang met de media die de meisjes consumeerden, maar ook voorspeld werd door de mate waarin de meisjes een jaar daarvoor meenden dat hun leeftijdgenoten slanker willen zijn. Volgens Kim et al. (2006) spelen vrienden ook een belangrijke rol bij het aangaan van seksuele relaties en op het bekijken van seksueel getinte televisieprogramma's. Zij ondervroegen jongeren van 12 tot 17 jaar twee maal met een jaar ertussen. Seksueel getinte programma's werden het meest bekeken door zwarte jongeren, meisjes, jongere kinderen en fervente televisiekijkers. Jongeren die dachten dat hun vrienden seks oké vinden en die zelf meer aan seks deden, bleken in het jaar erna meer televisie te kijken en dan vooral ook meer seksueel geaarde programma's. Die bevinding sluit aan op een onderzoek van Lam en Chan (2007). Zij vonden dat jongeren die vaak naar porno kijken, dat meer met of door hun vrienden doen dan jongeren die daar minder vaak naar kijken. Nikken (2007b) vond ook een verband bij Nederlandse jongens dat hier op duidt. Jongens van 13 tot 18 jaar die meer vrije gedachten hadden over seks noemden vaker dat zij met vrienden 'verboden' televisieprogramma's bekeken of sites bezochten. Het kan zijn dat de vrienden het mediagedrag van de jongeren stimuleren, maar het is natuurlijk ook mogelijk dat de jongeren hun vrienden selecteren op gelijksoortige interesses. Een survey van Chia (2006) bij 213 Amerikaanse jongeren van 18 tot 19 jaar wees uit dat zij seksueel getinte media bekijken in de veronderstelling dat hun vrienden dat ook doen, dat hun vrienden op een bepaalde wijze door die media beïnvloed worden en dat die invloeden 'aansluiten' bij hun ideeën over seks. Jongeren herkennen de invloed van hun vrienden ook. Thianthai (2006) vroeg via een survey aan 400 Thaise studenten van 16 tot 19 jaar welke invloeden zij van belang achtten voor hun zelfbeeld in relatie tot de media. De resultaten wezen op vijf verschillende bronnen, waarvan leeftijdsgenoten veruit de belangrijkste waren.

In de eerder genoemde studie van Kim et al. (2006) bleek echter dat niet alleen jongeren een rol spelen. Ook ouders zijn van belang, enerzijds omdat zij een voorbeeldfunctie vervullen. Ricardelli & McCabe (2003) vonden bijvoorbeeld dat wanneer de ouders meer aansporing gaven om na te denken over het eigen uiterlijk, de jongeren meer ontevreden waren over hun eigen lichaam, ze het belangrijker vonden om een goed uiterlijk te hebben en ze een sterkere wens hadden om slanker (meisjes) of gespierder (jongens) te zijn. Wanneer ouders dus meer gepreoccupeerd zijn met seksualisering kan dat overgedragen worden op de kinderen. Daarnaast vervullen ouders een belangrijke rol, omdat zij door hun interventies mogelijke invloeden van de media kunnen dempen. Kim et al. vonden bijvoorbeeld dat geen eigen televisietoestel op de kamer en meer aanwezigheid van de ouders thuis een jaar later gepaard ging met minder seksuele programma's kijken. Ook Schooler, Kim en Sorsoli (2006) onderzochten hoe ouders een rol spelen bij het kijkgedrag van jongeren. Een kleine duizend adolescenten beantwoordden vragen over hun kijkgedrag en hoe hun ouders dat gedrag begeleiden. Jongeren die meer betrokken ouders hadden, hadden een beter beeld van zichzelf (eigenwaarde) en hadden minder seksuele ervaring. Wanneer de ouders vaker restricties op het kijkgedrag toepasten hadden de jongeren ook minder seksuele ervaring. Bij de meisjes bleek meer ouderlijke inmenging met het televisiekijken samen te gaan met meer tevredenheid over hun eigen lichaam. Bersamin en collega's (2008) hebben recentelijk soortgelijke verbanden gevonden. Zij ondervroegen bijna 900 adolescenten over de opvoeding die ze thuis genoten en een jaar later in welke mate ze ervaring hadden met seks. De geselecteerde jongeren hadden bij de eerste meting nog geen enkele ervaring met seks gehad. Uit regressie-analyses bleek na controle voor onder andere leeftijd en geslacht, dat jongeren waarvan de ouders negatief waren over seks en die meer restricties op het televisiekijken toepasten een jaar later significant minder ervaring hadden met orale seks en geslachtsgemeenschap dan hun leeftijdgenoten met meer liberale ouders. Jongeren die juist meer aan seks waren gaan doen spraken een jaar daarvoor vaker met hun ouders over seks. Nikken (2007b), tot slot, constateerde ook voor Nederlandse jongeren dat ouders een beschermende rol kunnen vervullen. Jongens die meer mediaopvoeding van hun ouders ervaren, fantaseren minder vaak over seks naar aanleiding van mediavoorbeelden en hebben minder 'losse' opvattingen over seksuele gedragingen. Meisjes die meer mediaopvoeding thuis meemaken, hebben eveneens minder controversiële opvattingen en minder ervaring met seks.

Een derde beïnvloedingsbron waar onderzoek naar is verricht wordt gevormd door idolen. Volgens een studie van Boon en Lomore (2001) bij 75 studenten is er geen directe relatie tussen de tijd en middelen die de jongeren besteden aan hun idolen en hun zelfbeeld of eigenwaarde. In het algemeen besteedden de adolescenten maar weinig tijd en geld aan hun idolen. Bijna 60% van de studenten erkende echter wel dat zij in hun jonge jaren beïnvloed waren door de idolen door anders te gaan denken of door dingen te doen. Fraser en Brown (2002) vonden bij 35 Elvis Presley fans dat zij een sterke band met hun idool opbouwden door het voorbeeld na te doen en door de normen en waarden van het idool over te nemen. Het is waarschijnlijk dat vooral jongeren met een laag zelfbeeld idolen opzoeken om zich aan op te trekken. In een survey van Cheung en Yue (2003) onder Chinese jongeren van circa 16 jaar waren jongeren die een sterk zelfbeeld hadden minder geneigd om zich te vereenzelvigen met beroemde popmuzici, filmsterren of sporters. Jongeren die minder lekker in hun vel zaten deden dat juist wel. Een andere factor is uiteraard de beschikbaarheid van idolen. Marovelli en Crawford (1987), tot slot, ondervroegen via een survey 66 vrouwelijke atleet studenten over welke mannelijke en

vrouwelijk sportidolen ze hadden en hoeveel sport ze in de media zagen. Er werden veel meer mannen als idool genoemd dan vrouwen en ook in veel meer verschillende sporten.

Concluderend kan worden gesteld dat leeftijdgenoten en ouders elk een belangrijke rol spelen bij hoe jongeren met de media omgaan. Zo zijn er aanwijzingen dat ouderlijke betrokkenheid en mediaopvoeding gepaard gaan met minder sterke invloeden op de houding (lichaamsbeeld, zelfvertrouwen, permissieve seks) en het seksueel gedrag van jongeren. Of deze verbanden erop duiden dat ouders door hun mediaopvoeding een mogelijke invloed van de media weten te sturen, of dat de mediaopvoeding exemplarisch is voor een meer beschermende opvoeding of meer actieve betrokkenheid is op basis van de studies niet duidelijk.

De invloed van leeftijdgenoten lijkt daarentegen eerder versterkend te werken, hoewel het ook hierbij nog onduidelijk is of kinderen hun vrienden bij hun interesses selecteren, of dat de vrienden die interesses juist sturen. Specifieke culturele rolmodellen (idolen) lijken tot slot ook een voorbeeldfunctie te kunnen hebben voor het gedrag en de houding van jongeren, hoewel het onderzoek daarnaar ook nog weinig uitsluitsel geeft over hoe de idolen invloed uitoefenen.

2.6 Samenvatting en conclusie

Er zijn aanwijzingen dat het mediagebruik bij jongeren samenhangt met seksueel (overschrijdend) gedrag en met zelfobjectivering. De media spelen een rol bij opvattingen over het eigen uiterlijk en voorkomen, vooral bij meisjes en reeds vanaf jonge leeftijd. Invloeden zijn vooral te verwachten van televisiebeelden, reclames en tijdschriften. Opvattingen over seksualiteit en verwachtingen over geëigende mannen en vrouwen rollen hangen blijkens meerdere studies ook samen met welke mediabeelden jongeren tot zich nemen. Vooral jongens lijken gevoelig door pornografische media bij het huldigen van denigrerende ideeën over vrouwen, maar andere media kunnen opvattingen over man- en vrouwrollen eveneens sturen. Seksueel gedrag, tot slot, gaat eveneens gepaard met een hogere consumptie van seksueel getinte media-inhouden. Tegelijkertijd moet echter nadrukkelijk gesteld worden dat de kans op een eventuele invloed van de media altijd sterk afhankelijk is van het type mediaproduct, de context waarin jongeren die media bekijken of lezen, en om welke jongeren het gaat. Met andere woorden, de media kunnen onder specifieke omstandigheden wel een rol spelen maar doen dat niet alleen. Zowel op basis van theorie als onderzoek kan geconcludeerd worden dat ouders die een positieve band met hun kinderen onderhouden en actief bij de opvoeding betrokken zijn, eerder een beschermende factor vormen. Vrienden vormen daarnaast ook een belangrijke factor, omdat is gebleken dat jongeren geneigd zijn hun denkbeelden en gedrag mee te laten wegen in hun eigen denken en handelen.

2.6.1 Beperkingen van het verrichte onderzoek

Het overzicht van de literatuur wijst echter ook op enkele beperkingen. Een van de belangrijkste conclusies is dat empirisch Nederlands onderzoek naar seksualisering van jongeren zeer gewenst is, omdat onderzoek naar de Nederlandse situatie spaarzaam is. De overgrote meerderheid van de wetenschappelijke literatuur behandelt resultaten die zijn verzameld onder Amerikaanse jongeren. Qua media-aanbod mag wel aangenomen worden dat de Nederlandse situatie voor een groot deel overlapt met die van de Verenigde Staten. Een groot deel van ons aanbod op televisie en in de bioscoop komt immers uit de VS en games worden bijna volledig door de Amerikaanse markt

gedomineerd. Tegelijkertijd geldt echter ook dat in Nederland een duidelijk andere moraal heerst over seksualiteit, zodat het niet op voorhand evident is dat het media-aanbod ten onzent op dezelfde wijze geïnterpreteerd en 'gebruikt' wordt door jongeren. Bovendien mag duidelijk zijn dat ons media-aanbod ook op belangrijke punten afwijkt. Een Nederlands jongerenprogramma bijvoorbeeld als *Sputten & Slikken* zal in de Verenigde Staten waarschijnlijk niet op de buis kunnen verschijnen. De gevonden verbanden tussen het mediagebruik en opvattingen over seks, relaties en uiterlijk in de internationale literatuur kunnen dus niet één op één vertaald worden naar de Nederlandse situatie.

Een tweede beperking is dat een deel van de wetenschappelijke literatuur gegevens presenteert die zijn verkregen onder gelegenheidspopulaties, namelijk studenten. Ook is een groot deel van het onderzoek gehouden onder jong volwassenen. Deze populaties zijn in een levensfase waarin seksualiteit, uiterlijk en identiteitsvorming meer bestendig voorkomen dan bij jonge adolescenten of pubers. Onderzoek bij jongeren in de middelbare school leeftijd en onder kinderen is er wel en wijst er ook op dat reeds in de kindertijd de media een rol kunnen spelen. Grondige kennis over deze leeftijdsgroep ontbreekt echter. Onderzoek naar 'gewone' jongeren in de leeftijdsgroep tot 18 jaar verdient dus de voorkeur, omdat daar nog relatief weinig over bekend is.

Een derde punt van aandacht betreft onderzoek naar de invloed van andere actoren, zoals ouders en leeftijdgenoten, op de mogelijke invloed van de media op jongeren. Onderzoek hiernaar is eveneens spaarzaam. In de meeste correlatieve en experimentele studies is alleen gekeken naar de relatie tussen het mediagebruik en uitkomstmaten als objectivering of seksueel gedrag en houding. In toekomstig onderzoek moet daarom meer aandacht gegeven worden aan de mogelijke inbreng van de meest belangrijke actoren in de leefomgeving van jongeren, namelijk hun ouders en hun vrienden.

Een vierde punt van aandacht is de betrekkelijkheid van de onderzoeksopzet in de meeste studies. Het onderzoek naar de mogelijke invloeden van seksualisering bestaat hoofdzakelijk uit correlatieve studies waarbij slechts op één moment is vastgesteld wat jongeren in de media zien en welke ideeën ze hebben of welk gedrag ze vertonen. Die studies geven aan dat er verbanden kunnen zijn tussen het gebruik van specifieke media-inhoud en houding en gedrag, maar kunnen geen oorzakelijk verband aanwijzen. Daarnaast zijn er experimentele studies waarin effecten worden gevonden van de blootstelling aan bijvoorbeeld geseksualiseerde videoclippen of tijdschriften en het zelfbeeld dat meisjes hebben, of de houding van jongens over geëigend seksueel gedrag. Deze experimenten wijzen er op dat onder bepaalde omstandigheden effecten op kunnen treden door wat de media tonen, maar geven niet aan hoe groot die risico's in de normale leefomgeving van kinderen zijn. Omgevingsfactoren die de invloeden filteren of versterken kunnen immers in die onderzoeken niet meegenomen worden. Tot slot zijn er ook studies waarbij over een langere periode is vastgesteld hoe het mediagedrag van jongeren op jonge leeftijd samenhangt met hun denkbeelden en gedragingen op latere leeftijd. Ook deze longitudinale studies wijzen op mogelijke effecten van de media, vooral bij jongeren die in hun jeugd veel media geconsumeerd hebben. Ook bij deze studies zijn echter niet alle mogelijke factoren meegenomen, waardoor geen harde uitspraken gedaan kunnen worden over een causaal verband tussen de media en de opvattingen en het gedrag van jongeren. Deze studies tonen echter wel het grote belang van het volgen van de respondenten over een langere periode om uitspraken te kunnen doen of het

mediagebruik voorafgaat aan het huldigen van bepaalde opvattingen over seks of het eigen uiterlijk, of aan bepaald gedrag. Zeker wanneer gecontroleerd wordt voor diverse factoren die ook een rol spelen, kan duidelijk worden of de media een seksualiserende invloed kunnen hebben.

2.6.2 Conclusies voor het huidige onderzoek

De vele studies maken duidelijk dat geseksualiseerde beelden in de media van invloed kunnen zijn op de houding, emoties en gedragingen van jongeren. Echter een totaal beeld van welke jongeren, onder welke omstandigheden en door welke media het grootste risico lopen is nog niet compleet duidelijk, zeker niet voor de Nederlandse samenleving. Voor het Nederlandse onderzoek dat wij op basis van de literatuurstudie uitvoeren, is wel duidelijk dat een veelheid aan concepten bij jongeren en hun directe opvoeders bevraagd moet worden, om het beeld zo compleet mogelijk te kunnen krijgen. In de paragraaf waarin de gebruikte methode van dit onderzoek wordt beschreven (paragraaf 4.2), is terug te vinden welke concepten dit zijn.

3 Secundaire analyses op bestaande data

Hanneke de Graaf

Uit voorgaand literatuuroverzicht wordt duidelijk dat contact met seksueel getinte uitingen in de media samen kan hangen met seksueel gedrag en beleving en met de wijze waarop jongeren bezig zijn met hun zelfbeeld. Daarnaast heeft de manier waarop ouders en peers omgaan met deze media-uitingen ook invloed op seksueel gedrag en denkbeelden. Dergelijke verbanden kunnen gemedieerd worden door allerlei andere variabelen, zoals de mate waarin mediabeelden realistisch gevonden worden of de waardering van seksueel getinte uitingen (vindt iemand het leuk om ze te zien of niet).

In 2006 is in Nederland een survey afgenomen bij 601 jongens en meisjes van 12 tot 17 jaar, waarin verschillende voor dit onderzoek relevante vragen op het terrein van seks werden meegenomen. Over dit onderzoek is inmiddels een rapport verschenen (Nikken, 2007), maar hierin werd slechts gerapporteerd hoe mediagedrag en voorkeuren, en invloeden van ouders en leeftijdgenoten elk op zich samenhangen met een drietal uitkomstmaten, te weten seksueel gedrag, de houding ten aanzien van (losse) seks en het fantaseren over seks aan de hand van mediabeelden. Het is echter ook interessant na te gaan in hoeverre a) de seksuele attitudes en interesses onderling samenhangen, b) met welk van deze uitkomstmaten de verklarende factoren (ouders, peers en media) primair samenhangen en c) wat de samenhang is tussen de verklarende factoren onderling.

Op basis van het literatuuroverzicht werd een model opgesteld waarin al deze verbanden zijn opgenomen. Een dergelijk model maakt zichtbaar welke van de gevonden verbanden direct zijn en welke verbanden gemedieerd worden door andere factoren. In het laatste geval hangt een bepaald kenmerk (bijvoorbeeld mediagebruik) niet rechtstreeks samen met een uitkomstmaat (bijvoorbeeld seksueel gedrag), maar wel met een andere factor (bijvoorbeeld seksuele interesse), die vervolgens weer samenhangt met de uitkomstmaat.

Het toetsen van een dergelijk model gebeurt aan de hand van Structural Equation Modeling (SEM). Hiervoor wordt gebruik gemaakt van het statistiekprogramma AMOS. AMOS berekent onder ander een Goodness of Fit Index (GFI): een maat die aangeeft hoe goed een model past ('fit') op de data.

Echter, de basis van de analyse blijft een cross-sectionele dataset. De beperkingen daarvan blijven dus evengoed van kracht. Dat houdt in dat ook met behulp van dit statistiekprogramma niet kan worden aangetoond welke richting bepaalde verbanden hebben. Hierover worden van tevoren wel aannames opgesteld, op grond van eerder onderzoek, bestaande theorieën of 'gezond verstand', maar dit blijven aannames. Voor ál deze verbanden geldt dat het verband evengoed andersom kan werken. Dit moet steeds goed in gedachten worden gehouden.

3.1 Steekproef

De jongeren die meededen aan dit onderzoek zijn geworven via scholen voor voortgezet onderwijs. Uiteindelijk vulden 293 jongens en 308 meisjes in de leeftijd van 12 tot 17 jaar ($M=14,9$; $SD=0,85$) de vragenlijst in. Het ging hierbij om een schriftelijke vragenlijst die in de klas werd ingevuld. De verdeling van de jongeren over verschillende onderwijsniveaus is zoals je op grond van de landelijke verdeling mag verwachten: 65% VMBO, 23% HAVO en 12% VWO. In de steekproef zitten 51% autochtone Nederlanders,

14% Turkse Nederlanders, 17% Marokkaanse Nederlanders, 6% Surinaamse Nederlanders en 12% Nederlanders met een andere allochtone achtergrond.

3.2 Methode

In de schriftelijke vragenlijst werden de volgende concepten geoperationaliseerd:

- Demografische variabelen: geslacht, leeftijd, culturele achtergrond, religie;
- Mediagebruik: aantal uren MTV en internet per dag.
- Media-opvoeding: de mate waarin ouders het mediagebruik controleren en de mate waarin ze commentaar geven op mediabeelden (bijvoorbeeld: "Je vader of moeder zegt wanneer je wel of niet TV mag kijken"). Antwoord categorieën liepen van 1 (nooit) tot 4 (best vaak). Cronbach's alpha is .74.
- Mediadruk door peers: de mate waarin vrienden druk uitoefenen om bepaalde media te consumeren (bijvoorbeeld: "Je vrienden zeggen dat programma's voor 16 jaar en ouder cool zijn"). Antwoord categorieën liepen van 1 (nooit) tot 4 (best vaak). Cronbach's alpha is .67.
- Sociaal mediagebruik: de mate waarin jongeren samen met hun vrienden media consumeren (bijvoorbeeld: "Samen met je vrienden een lievelingstijdschrift doorlezen"). Antwoord categorieën liepen van 1 (nooit) tot 4 (best vaak). Cronbach's alpha is .66.
- Realisme: de mate waarin iemand vindt dat mediabeelden de werkelijkheid goed weergeven (bijvoorbeeld: "TV programma's die ik graag zie geven een goed beeld van de werkelijkheid"). Antwoord categorieën liepen van 1 (helemaal niet waar) tot 3 (helemaal waar). Cronbach's alpha is .65.
- Interesse in mediabeelden: de mate waarin iemand het leuk vindt om seksueel getinte mediabeelden te zien (bijvoorbeeld: "Danseressen die zich in muziekclips sexy gedragen"). Antwoord categorieën liepen van 1 (boeit me helemaal niet) tot 4 (heel erg leuk om te zien). Cronbach's alpha is .86.
- Attitude: de houding ten opzicht van controversiële vormen van seks (losse seks, breezerseks, cyberseks, vreemdgaan enzovoort). Voorbeeld: "Wat vind je er van als een meisje haar borsten voor de webcam laat zien". Antwoord categorieën liepen van 1 (hoort absoluut niet) tot 4 (is toch heel gewoon). Cronbach's alpha is .79.
- Fantaseren: de mate waarin iemand over seks fantaseert met mediabeelden in het hoofd (bijvoorbeeld: "Heb je wel eens over vrijen gefantaseerd en daarbij gedacht aan iets uit een TV-programma?"). Antwoordcategorieën waren nee, wel eens en best vaak. Cronbach's alpha is .79.
- Seksuele ervaring: dit is de meest vergaande seksuele ervaring is die iemand heeft (0 = geen enkele ervaring; 1 = ervaring met verkering, maar nog niet met zoenen of verdergaande vormen van contact; 2 = ten hoogste ervaring met zoenen; 3 = ten hoogste ervaring met voelen en strelen; 4 = ten hoogste ervaring met naakt vrijen; 5 = wel eens seks gehad; 6 = best vaak seks gehad).
- Negatieve ervaringen: ervaring met gedwongen seks (dader of slachtoffer), onveilige seks, soa en ongeplande zwangerschap. Antwoordcategorieën waren nee, wel eens en best vaak. Cronbach's alpha is .82.

3.3 Analyses

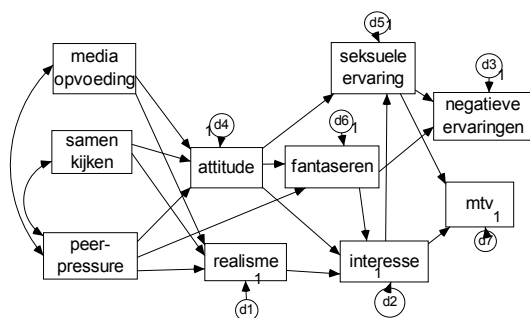
Aan de hand van bestudeerde literatuur en theorieën is een voorlopig model opgesteld. Met behulp van het statistiekprogramma AMOS werd getoetst in hoeverre dit model past

op de data: er wordt gekeken of op grond van dit model de scores op de verschillende factoren goed 'geschat' kunnen worden. De maten waaraan je kunt zien of een model goed past zijn onder andere χ^2 , GFI (die moet groter dan .95 zijn) en RMSEA (deze moet kleiner dan .08 zijn). Dit gebeurt in eerste instantie voor de totale groep. Vervolgens wordt gekeken of alle paden gelijk zijn voor jongens en meisjes.

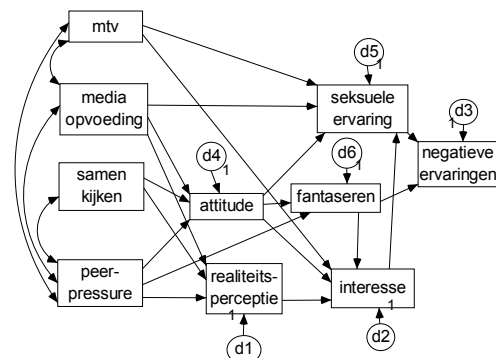
3.4 Resultaat

Twee modellen voor de totale groep

Zoals in de inleiding is aangegeven, kan van alle verbanden in het model gesteld worden dat ze tweezijdig zijn. Toch kon voor de meeste variabelen wel een aanname worden opgesteld voor de meest logische richting. Voor de invloed van media werd hiervoor een uitzondering gemaakt, ten eerste omdat dit de kern is van de vraagstelling van dit rapport, en ten tweede omdat echt niet valt uit te maken in hoeverre mediagebruik van invloed is of gevolg van seksuele interesses, attitudes of ervaringen. Daarom zijn er twee modellen opgesteld: één met mediagebruik als uitkomstmaat (mediagebruik is het gevolg van houding en gedrag) en één model met mediagebruik als onafhankelijke variabele (mediagebruik is de oorzaak van houding en gedrag). Internetgebruik bleek minder goed in beide modellen te passen, zodat de media werden beperkt tot MTV. De fitmaten waren uitstekend, zowel voor het model met MTV-gebruik als uitkomstmaat (GFI = .982; RMSEA = .016) als voor het model waar MTV-gebruik een verklarende variabele is (GFI = .981; RMSEA = .020). In de figuren zijn de significante verbanden tussen de verschillende variabelen volgens beide modellen weergegeven.



Model 1: MTV als gevolg



Model 2: MTV als oorzaak

Het gebruik van MTV hangt in beide modellen rechtstreeks samen met seksuele ervaring en met de waardering met mediabeelden. Jongeren die vaker naar MTV kijken, hebben meer seksuele ervaring en kijken met meer plezier naar de beelden van mooie, sexy mannen en vrouwen in de media. Omdat beide modellen 'passen' is het dus vooral nog onduidelijk of het kijken naar MTV ertoe leidt dat iemand gaat experimenteren met seks en de seksueel getinte beelden gaat waarderen, of dat de seksuele ervaring en de interesse in seksueel getinte beelden ervoor zorgen dat iemand de televisie vaker op MTV zet.

Zoals beide modellen aangeven, hangen mediaopvoeding, het samen met leeftijdsgenoten media consumeren en de druk van leeftijdsgenoten om bepaalde media te zien rechtstreeks samen met de attitude ten aanzien van controversiële seks en de perceptie van het realiteitsgehalte van media-uitingen. Naarmate jongeren vaker samen

met hun vrienden kijken en zich meer onder druk gezet voelen om bepaalde media te consumeren, schatten zij het realiteitsgehalte van wat ze in de media zien hoger in en is hun houding over controversiële seks *positiever*. In beide modellen hangt ervaren peerdruk bovendien ook nog direct samen met vaker fantaseren aan de hand van mediabeelden. Daarnaast geldt dat jongeren van wie de ouders zich meer met het mediagebruik van hun kind bemoeien, weliswaar de media ook als meer echt inschatten, maar tevens een meer *negatieve* attitude ten aanzien van controversiële seks hebben. Mogelijk is het commentaar op controversiële seks wat jongeren doorgaans van vrienden krijgen positief, terwijl dit van ouders mogelijk juist negatief is. Tenslotte is het zo dat kinderen met ouders die zich meer met het mediagebruik bemoeien, minder seksuele ervaring hebben.

Geen van de kenmerken van ouders en peers hangen direct samen met hoe leuk jongeren het vinden om mooie, sexy mannen en vrouwen in de media te zien. Er is wel een indirect verband, namelijk via realiteitsperceptie, attitudes en fantasieën. Jongeren die positiever denken over controversiële vormen van seks, die de beelden in de media realistischer vinden en die vaker fantaseren over seks, vinden de beelden van sexy mannen en vrouwen in de media eerder interessant. Zoals we hiervoor al schreven hangen die percepties, ideeën en fantasieën samen met de rol die ouders en leeftijdgenoten spelen, terwijl een verhoogde interesse in seksueel getinte media een significante voorspeller is van meer ervaring op het terrein van seks.

Mediagebruik, mediaopvoeding en de manier waarop leeftijdsgenoten met de media omgaan hangen geen van allen rechtstreeks samen met de mate waarin iemand ervaring heeft met de negatieve kanten van seks. Er bestaat wel een indirect verband, via seksuele ervaring en fantaseren over seks. Jongeren die vaker naar MTV kijken en die door de ouders vrijer worden gelaten in hun mediagebruik hebben meer seksuele ervaring, hetgeen de kans op negatieve ervaringen met seks doet toenemen. Jongeren die zich meer onder druk gezet voelen om naar bepaalde media te kijken, fantaseren vaker aan de hand van mediabeelden over seks, hetgeen vervolgens samenhangt met een grotere kans op negatieve seksuele ervaringen.

Zijn de modellen verschillend voor jongere en oudere kinderen?

Veel van de variabelen die in de modellen zijn opgenomen hangen ook direct samen met de leeftijd van de jongeren. Met het ouder worden neemt de bemoeienis van ouders doorgaans af, wordt de ervaren druk van leeftijdsgenoten minder, gaan jongeren realistischer (kritischer) aankijken tegen mediabeelden en neemt seksuele interesse en ervaring toe. Men zou daarom kunnen verwachten dat bepaalde verbanden in dit model (mede) verklaard worden door leeftijd. Het hierboven gerapporteerde verband tussen mediaopvoeding en seksuele ervaring zou bijvoorbeeld op deze manier verklaard kunnen worden. Met het ouder worden laten ouders hun kinderen immers steeds meer vrij in hun mediakeuzen en neemt tegelijk de seksuele ervaring toe. Dit hoeft niet te betekenen dat beide processen direct verband houden met elkaar. Om de mogelijke invloed van leeftijd te toetsen zijn beide modellen nogmaals doorgerekend, waarbij ook leeftijd als variabele is toegevoegd. Alle hierboven beschreven verbanden bleven hierbij in beide modellen bestaan. Dit betekent dus dat leeftijd op zich geen (afdoende) verklaring biedt voor de gevonden verbanden en de gerapporteerde samenhangen zowel voor jongere als voor oudere kinderen gelden.

Zijn de modellen verschillend voor jongens en meisjes?

Om vast te stellen of de verbanden tussen mediagebruik en de seksuele uitkomstmaten voor jongens en meisjes van elkaar afwijken is voor jongens en meisjes apart gekeken

naar de sterkte van de verbanden in de modellen. Hiertoe worden diverse modellen iteratief na elkaar berekend en steeds met elkaar vergeleken. Na elke ronde wordt het verband van twee variabelen dat tussen jongens en meisjes het minst verschilt, gelijk gesteld voor beide groepen. De fit van het model mag daardoor voor beide groepen niet significant slechter worden. Vervolgens wordt gekeken welk verband dan het meest gelijk is tussen de twee groepen, waarna dat verband voor jongens en meisjes gelijk gesteld wordt. Dit wordt net zolang gedaan tot het model significant slechter gaat passen. Op de paden die dan nog niet gelijk zijn gesteld verschillen de jongens en meisjes significant van elkaar.

Tabel 3.1. Vergelijking tussen jongens en meisjes voor model met MTV als voorspeller

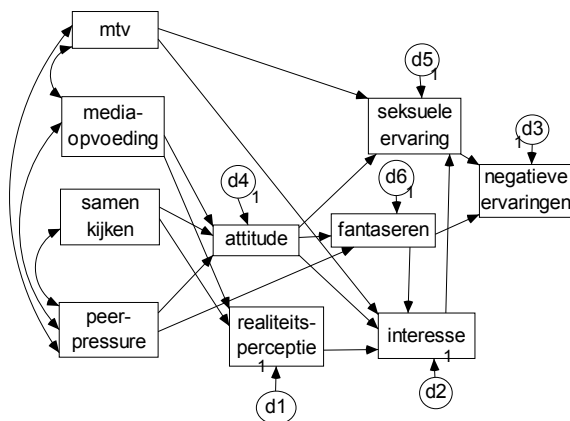
			jongens			meisjes		
			B	S.E.	<i>p</i>	B	S.E.	<i>p</i>
mediaopvoeding	→	attitude	-.311	.039	.000	-.311	.039	.000
samen kijken	→	attitude ^a	.318	.056	.000	.176	.043	.000
peerpressure	→	attitude	.208	.039	.000	.208	.039	.000
samen kijken	→	realiteitsperceptie	.151	.025	.000	.151	.025	.000
sekshouding	→	fantasie ^a	.156	.044	.000	.059	.014	.000
peerpressure	→	fantasie ^b	.261	.042	.000	.002	.015	.886
peerpressure	→	realiteitsperceptie ^d	.048	.035	.164	.192	.044	.000
mtv	→	interesse	.080	.024	.001	.080	.024	.001
attitude	→	interesse ^c	.280	.055	.000	.544	.046	.000
fantasie	→	interesse ^c	.353	.068	.000	.695	.187	.000
realiteitsperceptie	→	interesse	.256	.049	.000	.256	.049	.000
mediaopvoeding	→	seksuele ervaring ^d	-.137	.200	.493	-.496	.159	.002
mtv	→	seksuele ervaring ^b	.488	.154	.002	-.001	.101	.993
attitude	→	seksuele ervaring ^c	.656	.180	.000	1.034	.182	.000
interesse	→	seksuele ervaring	.657	.130	.000	.657	.130	.000
fantasie	→	negatieve ervaringen	.201	.033	.000	.201	.033	.000
seksuele ervaring	→	negatieve ervaringen	.055	.006	.000	.055	.006	.000

^a = verband sterker voor jongens; ^b = verband alleen voor jongens; ^c = verband sterker voor meisjes; ^d = verband alleen voor meisjes.

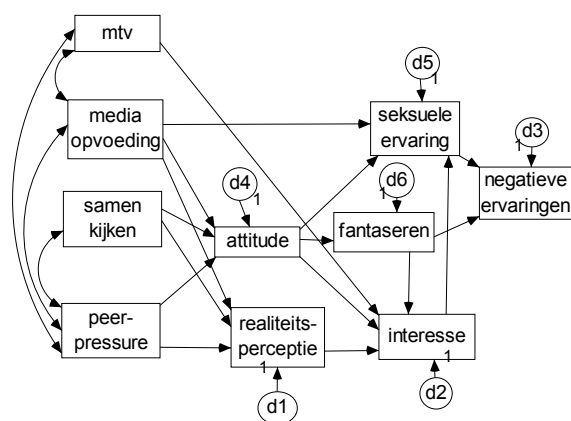
De resultaten waren voor beide modellen vrijwel gelijk: bijna alle verbanden die in het eerste model (MTV als oorzaak) gelijk of verschillend zijn voor jongens en meisjes, zijn dit ook in het tweede model (MTV als gevolg). Hier is één uitzondering op. In het model met MTV als uitkomstmaat van houding en gedrag, is het verband tussen seksuele ervaring en MTV kijken voor jongens en meisjes gelijk en voor beide groepen significant. In het model waar MTV als voorspellende variabele is gedefinieerd, is alleen voor jongens een verband tussen seksuele ervaring en MTV kijken gevonden. Dit betekent dus dat als het kijken naar MTV een resultaat is van het seksuele gedrag of de interesse van jongeren, dit voor zowel jongens als meisjes het geval is. Als MTV kijken een invloed heeft op het seksuele gedrag van jongeren, gaat dit vooral op voor jongens. Voor dit laatste model zijn de verbanden voor jongens en meisjes te vinden in Tabel 1.

Naast dit niet onbelangrijke verschil tussen jongens en meisjes, bleven nog vier andere verschillende samenhangen over voor de jongens en meisjes. Ten eerste zijn de verbanden tussen samen met leeftijdgenoten media gebruiken en de attitude ten aanzien van controversiële seks, en tussen attitude en het fantaseren over seks aan de hand van mediabeelden voor jongens sterker dan voor meisjes. Daarnaast bestaat het verband tussen druk van leeftijdgenoten en fantaseren alleen voor jongens en niet voor meisjes. In de derde plaats zijn de samenhangen tussen de attitude ten aanzien van controversiële seks en seksuele ervaring, en tussen attitude en seksuele fantasieën enerzijds en interesse in seksuele beelden anderzijds, bij meisjes beduidend sterker dan bij jongens. Alleen voor meisjes hangt realiteitsperceptie samen met de druk van leeftijdgenoten om bepaalde media te gebruiken. Dat geldt ook voor mediaopvoeding en seksueel gedrag. Dat opvoeding voor meisjes sterker samenhangt met seksueel gedrag dan voor jongens wordt wel vaker gevonden (De Graaf, 2007). Mogelijk is opvoeding er ook sterker op gericht om het seksuele gedrag van meisjes af te remmen dan van jongens. Daarnaast lijkt het seksuele gedrag van meisjes sowieso gevoeliger voor omgevingsinvloeden dan van jongens.

De modellen met MTV als oorzaak van gedrag en houding zien er dan voor jongens en meisjes als volgt uit:



Model 4: Model voor jongens



Model 5: Model voor meisjes

3.5 Samenvatting en conclusie

In dit hoofdstuk is een model getoetst, dat in kaart brengt hoe mediagebruik en de manier waarop ouders en peers omgaan met media samen zouden kunnen hangen met seksuele cognities, interesses en ervaringen van jongeren. Evenals in eerder onderzoek blijkt ook hier duidelijk dat jongeren die meer naar MTV kijken, meer seksuele ervaring hebben en meer geïnteresseerd zijn in beelden van mooie, sexy mannen en vrouwen. Bij deze algemene conclusie moeten heel wat kanttekeningen worden geplaatst. Ten eerste blijft nog steeds onduidelijk wat de richting is van dit verband. Het is mogelijk dat de (angstige) vermoedens van velen waar zijn: deze jongeren doen na wat ze op televisie zien, en naarmate ze dergelijke beelden vaker zien raken ze hier steeds meer in geïnteresseerd. Het omgekeerde is echter evenwel denkbaar: jongeren die meer ervaring hebben met seks en meer geïnteresseerd zijn in beelden van sexy mannen en vrouwen,

gaan eerder naar een zender kijken waar dergelijke seksueel getinte beelden ook te zien zijn. Wat de kip en wat het ei is, blijft dus – helaas – nog steeds onduidelijk.

Daarnaast is het zo dat – als we van de eerste verklaring uitgaan – er alleen voor jongens een verband gevonden wordt tussen MTV kijken en seksuele ervaring, niet voor meisjes. Dit is belangrijk om te weten, omdat men zich in het algemeen meer zorgen maakt om de meisjes dan om de jongens. Overigens moet hier tegelijk bij opgemerkt worden dat het aantal verbanden met MTV kijken eigenlijk heel beperkt zijn als we ze vergelijken met het aantal verbanden die er bestaan met de kenmerken en invloeden van ouders en van leeftijdsgenoten.

Het meten van de mate waarin jongeren in contact komen met seksueel getinte mediabeelden is lastig te operationaliseren. Direct vragen naar contact met 'seksueel getinte beelden' genereert zeer subjectieve antwoorden. Wat iemand ziet als 'seksueel getint' verschilt van persoon tot persoon en hangt af van seksuele attitudes en ervaring. Iemand die meer geïnteresseerd is in seks, noemt bepaalde beelden eerder 'seksueel getint'. Er is daarom voor gekozen om gebruik van één televisiezender met veel seksueel getinte beelden (MTV) en internetgebruik na te vragen.

Een interessante uitkomst is dat internetgebruik veel minder mooi in ons model blijkt te passen dan MTV kijken. Mogelijk is er onder internetgebruikers een grotere variatie in de mate waarin zij seksueel getinte beelden te zien krijgen en is het sterker afhankelijk van de aard van het internetgebruik (zoekt iemand seksueel getinte websites op, of gebruikt iemand het vooral om te msn'en, te gamen of om informatie te zoeken voor school). Op MTV kun je weliswaar ook kiezen welke programma's je wel of niet wilt zien, maar het aantal gebruiksmogelijkheden is uiteindelijk toch veel minder breed dan op internet (waar the sky the limit is).

Met het oog op de mediaopvoeding door ouders en de invloed van peers, willen we ook hier niet onvermeld laten dat het gaat om een verband waarvan de richting uiteindelijk toch onduidelijk is. Wij hebben het te toetsen model zo opgesteld dat de ouders het seksuele gedrag al dan niet direct beïnvloeden door middel van mediaopvoeding. Dit is onze veronderstelling, maar het kan ook zo zijn dat de toenemende seksuele ervaring van het kind voor ouders betekent dat hun kind volwassen wordt en dat hiermee de bemoeienis met kinderen in het algemeen, en met het mediagebruik afneemt.

Verder valt op dat er vooral verbanden zijn tussen de mediabemoeienis door ouders en peers en de attitude ten aanzien van controversiële seks en de mate waarin mediabeelden als realistisch worden ervaren. Daadwerkelijk seksueel gedrag hangt alleen samen met mediaopvoeding door de ouders en dan uitsluitend voor de meisjes. Als er al invloeden zijn is het dus van belang vooral te kijken naar effecten van de media en de omgeving op houding en opvattingen en minder op het gedrag. De beschermende rol van ouders op dat vlak lijkt evident.

Tot slot, blijken negatieve seksuele ervaringen helemaal niet direct samen te hangen met mediagebruik en met kenmerken van ouders en peers. Ouders en peers kunnen hier wel indirect 'invloed' op uitoefenen, namelijk via hun invloed op de vorming van attitudes en interesses. Het risico op negatieve ervaringen lijkt vooral samen te hangen met seksuele ervaring in het algemeen. Waarschijnlijk spelen ook andere factoren een rol bij het verklaren van negatieve seksuele ervaringen, die niet in de eerdere studie zijn meegenomen, zoals bijvoorbeeld psychosociaal welzijn. In vervolgonderzoek moet daar aandacht aan besteed worden.

4 Kwantitatief onderzoek

Hanneke de Graaf en Peter Nikken

In dit hoofdstuk wordt ten eerste ingegaan op de technische aspecten van dit onderzoek: hoe de steekproef geworven is en wat de samenstelling hiervan is, wat de samenstelling van de vragenlijst is en hoe deze is afgenomen, en welke statistische technieken zijn toegepast om de uiteindelijke resultaten te genereren. Hierna volgt eerst een beschrijving van de resultaten per gemeten concept en de verschillen hierop tussen jongens en meisjes. Hier wordt bijvoorbeeld duidelijk in welke mate jongens en meisjes gebruik maken van geseksualiseerde media-uitingen, hoe hun ouders en leeftijdsgenoten over media denken, in welke mate jongeren ervaring hebben met (grensoverschrijdende) seks en hoe ze over seks, mannen en vrouwenrollen, grensoverschrijding en (hun eigen) uiterlijk denken. Daarna worden de eigenlijke vraagstellingen beantwoord, die betrekking hebben op verbanden tussen deze concepten.

4.1 Steekproef

Om het uitvoeren van een cross-sectionele studie binnen de door de opdrachtgever gestelde tijdsspanne mogelijk te maken, werd voor de werving gebruik gemaakt van een onderzoekspanel. Een aanvullend voordeel hiervan was dat hierbij de mogelijkheid blijft bestaan om op een later tijdstip, met behulp van eigen of additionele financiering, een tweede meting te houden, opdat er wel uitspraken gedaan kunnen worden over de richting van eventuele verbanden.

De werving van de jongeren verliep via de ouders. Hier werd voor gekozen omdat in sommige gevallen wel bekend was dat ouders kinderen hadden in de leeftijd van onze doelgroep, maar deze kinderen nog niet in het panel zaten. Daarnaast was op deze wijze direct de toestemming van de ouders verkregen (een ethisch vereiste bij het doen van onderzoek naar dit thema onder jonge adolescenten). Indien een jongere erin toestemde om mee te doen, werd na completering van de vragenlijst door het kind, een uitnodiging gestuurd naar één van de ouders. Het apart ondervragen van de ouders heeft als voordeel dat niet alleen percepties van het kind worden gemeten, maar ook percepties van de ouders. Een nadeel van werving via de ouders is dat bepaalde jongeren hierdoor wellicht minder gemakkelijk in de steekproef terecht komen, bijvoorbeeld jongeren die een slechte relatie met de ouders hebben.

De ouders ontvingen in eerste instantie een screeningsvragenlijst, waarin het onderzoek werd beschreven en gevraagd werd of hun zoon of dochter bereid was aan het onderzoek deel te nemen. Er werden 3160 van dergelijke screeningsvragenlijsten uitgestuurd, waarop door 2569 ouders (81,3%) werd gereageerd. Van deze ouders gaven er 1606 (62,6%) toestemming dat hun kind mee zou werken aan het onderzoek, ongeveer een tiende vulde de screeningslijst slechts gedeeltelijk in een ongeveer een kwart wilde niet meewerken. Uiteindelijk hebben 1600 jongeren een uitnodiging ontvangen, waarvan 1294 jongeren (80,9%) de vragenlijst compleet invulden. Van deze kinderen vulden 1194 ouders (92,3%) een complete vragenlijst in.

In bijlage 1a is te zien hoe de definitieve steekproef is samengesteld. Aan het onderzoek deden 640 jongens en 654 meisjes tussen de 12 en de 17 jaar (gemiddeld 15 jaar) mee. Van deze jongeren zat 34% op het VMBO, 47% op de HAVO of het VWO, 12% op het MBO, 3% op de HBO en 5% deed iets anders (bijvoorbeeld basisschool, een gemengd leerjaar of werken). Dit betekent dat er een lichte oververtegenwoordiging is van de hogere opleidingsniveaus (HAVO/VWO en HBO), vergeleken met de landelijke populatie.

Daarnaast deden 387 vaders en 807 moeders mee, in leeftijd variërend van 29 tot 68 jaar. De vaders zijn gemiddeld iets ouder (47) dan de moeders (44).

Door gebruik te maken van een internetpanel bleven allochtone groepen helaas ondervertegenwoordigd in de steekproef: slechts 1,7% van de ouders had een niet-Nederlandse achtergrond. De resultaten van dit onderzoek kunnen dan ook niet gegeneraliseerd worden naar de totale populatie jongeren van 12 tot 17 jaar in Nederland, maar moeten zich beperken tot het autochtone deel van deze groep. In een aanvullend onderzoek zullen allochtone jongeren alsnog worden geworven.

4.2 Methode

Op basis van literatuuronderzoek werden concepten geselecteerd met betrekking tot seksualisering in de media, kenmerken van jongeren die hiermee samen zouden kunnen hangen en de factoren die deze samenhang zouden kunnen versterken of verminderen. In de vragenlijst voor jongeren werden de volgende (clusters van) concepten geoperationaliseerd:

- Persoonskenmerken (geslacht, leeftijd, opleiding, religie, seksuele oriëntatie);
- Mediagebruik: televisie en computer op de kamer, consumptie van diverse tijdschriften, televisieprogramma's en websites;
- Perceptie van seksuele boodschappen en beelden: vindt men de beelden interessant, vergelijkt men zichzelf hiermee (identificatie) en hoe realistisch vindt men de mediabeelden (realisme);
- Zelfobjectivering: in hoeverre besteedt men veel aandacht aan het uiterlijk, is er een cosmetische veranderingswens (mits gratis);
- Psychische en seksuele gezondheid (depressie, zelfbeeld, tevredenheid met het uiterlijk, lijnen);
- Seksuele attitudes (houding ten aanzien van controversiële seks en grensoverschrijding);
- Seksueel (grensoverschrijdend) gedrag (ervaring met 'gewone' seks, controversiële seks (zoals breezerseks en cyberseks) en seks onder dwang);
- Gepercipieerde opvoeding (affectie en controle, seksuele opvoeding, media-opvoeding);
- Leeftijdsgenoten (sociale druk om media te gebruiken, seks te hebben en er goed uit te zien; bespreken van mediabeelden).

Ouders vullen een digitale vragenlijst in met de volgende (clusters van) concepten:

- Persoonskenmerken (geslacht, burgerlijke staat, leeftijd, etnisch-culturele achtergrond, opleidingsniveau, religie);
- Seksueel objectiverend gedrag naar het kind toe (bijvoorbeeld waarde die men hecht aan eigen uiterlijk en aan dat van het kind; meegaan in preoccupatie met uiterlijk van het kind);
- Seksuele attitudes (houding ten aanzien van controversiële seks en grensoverschrijding);
- Opvoedstijl (affectie en controle, seksuele opvoeding, media-opvoeding);
- Beleving van seksualisering;
- Behoefte aan ondersteuning op dit gebied.

Beschrijvingen van de gebruikte concepten en operationaliseringen zijn te vinden in bijlage 2. Bij de operationalisering van de concepten is zoveel mogelijk gebruik gemaakt van bestaande schalen of losse items die eerder gebruikt zijn om deze concepten te

meten. Soms zijn niet alle schalen in hun geheel gebruikt - bijvoorbeeld bij de vragen naar gezinsklimaat - om de lengte van de vragenlijst te beperken. In dat geval is een selectie van items gemaakt op grond van item-totaal correlaties in vorige studies. Een enkele maal zijn, waar bruikbare schalen voor het meten van de concepten ontbraken, door de onderzoekers zelf items of schalen geconstrueerd. Voor een overzicht van de gebruikte schalen en items wordt verwezen naar bijlage 3. De vragenlijst werd uitsluitend in digitale vorm afgenomen. De respondenten vulden hem over het algemeen thuis in. Ze kregen het verzoek om hierbij niet met anderen te overleggen.

4.3 Statistische analyses

Er zijn verschillende statistische technieken gebruikt. Ten eerste werden verschillen nagegaan tussen verschillende groepen, bijvoorbeeld jongens en meisjes of laag- en hoogopgeleide jongeren. In geval van percentages werden deze verschillen getoetst met een Chi²-toets. Bij het vergelijken van gemiddelden werd gebruik gemaakt van de variantie-analyse (ANOVA). Wanneer een percentage of gemiddelde in de ene groep hoger is dan in de andere groep, wordt dit in de tabellen aangegeven met een ▲. Hierbij wordt een significantiewaarde van .05 gehanteerd. Dit betekent dat de kans dat de gevonden verschillen op toeval berusten kleiner is dan 5%.

Dit onderzoek draait echter vooral om verbanden tussen verschillende variabelen op intervalniveau, bijvoorbeeld tussen het kijken naar programmatypes die seksualiserend kunnen zijn en zelfobjectivering. Dergelijke verbanden zijn nagegaan met Pearson's product-moment correlatie, wel steeds voor jongens en meisjes apart. Vervolgens is de samenhang tussen alle verklarende variabelen aan de ene kant, en elke uitkomstmaat apart aan de andere kant, nagegaan met multiple regressie. De unieke samenhang tussen een verklarende variabele en uitkomstmaat is uitgedrukt in een *B*-waarde.

In de tabellen is zichtbaar hoe sterk de verbanden zijn en wat de richting is van een verband. Een positieve correlatie of *B* duidt op een positief verband, een negatieve correlatie of *B* op een negatief verband. Naarmate een correlatie dichter bij -1 of +1 ligt, is een gevonden verband sterker. Omdat door de grootte van de steekproef triviale of zwakke correlaties al significant zijn op een niveau van .05, is hier een hogere significantiewaarde gehanteerd van .001. Dit betekent dat de kans dat de gevonden verbanden op toeval berusten kleiner is dan 0,1%.

4.4 Resultaten

4.4.1 Mediagebruik

Mediabezit

Jongeren tussen de 12 en 18 jaar zijn fervente mediagebruikers en kunnen dat veelal ook zelfstandig doen. Een groot deel van de jongeren (64%) beschikt namelijk op hun slaapkamer over een eigen televisietoestel. Daarnaast is er ook een groot aantal jongeren (56%) dat over een eigen computer met internetaansluiting beschikt. Ruim vier op de tien jongeren heeft aldus de beschikking over zowel een televisie als een computer. Een op de vijf jongeren heeft geen van beide apparaten op de eigen slaapkamer.

Het televisiebezit is onder jongens beduidend hoger dan onder meisjes (respectievelijk 69% versus 60%). Daarnaast hebben jongeren die VMBO onderwijs volgen ook vaker een eigen televisietoestel (73%) dan jongeren die naar de HAVO of het VWO gaan (respectievelijk 64% en 53%). Tot slot hangt het bezit van een eigen televisietoestel ook

samen met de leeftijd van de jongeren. Naarmate deze ouder zijn hebben zij vaker een eigen televisietoestel: bijna driekwart van de oudste jongeren heeft een eigen toestel versus nog niet de helft van de allerjongste jongeren.

Voor het bezit van een eigen computer met internetaansluiting geldt ook dat aanzienlijk meer jongens (62%) dan meisjes (50%) een eigen computer hebben. Jongeren die op het VMBO zitten hebben echter niet vaker een eigen computer dan HAVO- en VWO leerlingen. Oudere kinderen hebben weer wel veel vaker een eigen computer dan jongere kinderen (41% van de 12-jarigen versus 73% van de 18-jarigen).

Overigens heeft slechts bijna een derde van de jongeren de beschikking over een webcam op de computer die ze meestal gebruiken, waarbij meisjes wat vaker een webcam hebben (35%) dan jongens (29%). Ook zijn er meer jongeren van het VMBO (circa 36%) die over een webcam op hun computer beschikken dan jongeren uit het VWO (29%). Met leeftijd is er ook een duidelijk verband. De jongste kinderen hebben beduidend minder vaak (17%) een webcam op de computer die ze gebruiken dan oudere kinderen (42%).

Favoriete televisieprogramma's

Volgens opgave van de jongeren zijn Idols, Goede tijden, slechte tijden (GTST), Hollands Next Top Model, de Gouden Kooi en Fresh Prince of Bel-Air de meest bekeken televisieprogramma's. Minstens de helft van alle jongeren heeft die programma's met enige regelmaat gevolgd (zie Tabel 4.1). Ongeveer een op de vijf jongeren (17 tot 23%) heeft in het half jaar voorafgaand aan het onderzoek zelfs 'vaak' of 'heel vaak' naar deze programma's gekeken. Tegelijkertijd zijn er echter ook veel jongeren die die programma's juist niet bekijken. Ruim de helft van de jongeren geeft bijvoorbeeld aan 'nooit' naar GTST (54%) of naar Hollands Next Top Model (45%) te kijken. Bijna een derde (28%) heeft in de maanden voor het onderzoek ook nooit naar Idols gekeken en 49% van de jongeren zegt nooit naar de Gouden Kooi gekeken te hebben.

Tabel 4.1 Meest bekeken televisieprogramma's (%)

	jongens	meisjes
Idols	60,8	83,5▲
Goede tijden, slechte tijden	32,0	59,9▲
Hollands next top model	28,4	80,1▲
Gouden kooi	32,0	59,9▲
Fresh prince of bel-air	53,4▲	46,2
n	639	655

▲ = significant hoger percentage dan andere sekse ($p < .05$).

Op genreniveau worden programma's met spraakmakende inhoud ('sensatie-programma's'), waaronder Jensen, Try Before You Die, Spuiten & Slikken en de Gouden Kooi wat vaker bekeken dan soaps, zoals GTST en Onderweg naar morgen (ONM). Televisieprogramma's over uiterlijk (zoals Hollands Next Top Model, Extreme Make Over, Make Me Beautiful, Passion for Fashion en Miss Popularity) worden weer iets minder vaak dan de soaps bekeken, terwijl de uitzendingen van muziekzenders (zoals TMF's Supertop 250, Wakker Worden met Sascha of Making the Band) relatief op nog minder belangstelling van jongeren kunnen bogen.

Jongens kijken gemiddeld even vaak naar sensatieprogramma's als meisjes. Die laatste stemmen echter wel veel vaker af op muziekzenders, soaps en programma's over uiterlijk. Daarnaast kijken oudere kinderen vaker naar sensationele programma's,

programma's over uiterlijk en naar muziekkzenders dan jongere kinderen. Soaps en sensatieprogramma's worden wat vaker bekeken door jongeren met een lage opleiding, dan door jongeren met een hoge opleiding, zoals HAVO en VWO.

Favoriete tijdschriften

Tabel 4.2 Meest gelezen tijdschriften (%)

	jongens	meisjes
Girlz	0,4	66,8▲
Hitkrant	14,1	54,0▲
Cosmo girl	1,1	45,4▲
Fancy	1,7	46,6▲
Elle girl	0,5	39,8▲
n	639	655

▲ = significant hoger percentage dan andere sekse ($p < .05$).

Zoals Tabel 4.2. laat zien zijn, van de tijdschrifttitels die zijn voorgelegd, de vijf meest gelezen bladen achtereenvolgens Girlz, Hitkrant, Cosmo Girl, Fancy en de Elle Girl. Van alle jongeren leest 5 tot 13% deze bladen zelfs 'vaak' of 'heel vaak'. Het lezerspubliek bestaat overigens wel nagenoeg alleen uit meisjes. Jongens lezen over het algemeen nauwelijks tijdschriften. Bladen die zich (ook) richten op jongens, zoals de Aktueel, Aniway, Expreszo, FHM, N-gamer, Panorama, Playboy en Power Unlimited, worden dan ook uitzonderlijk weinig gelezen. Dat geldt echter ook voor een aantal meidenbladen, namelijk Viva, Witch en SEN magazine. Bij deze tijdschriften heeft minder dan één op de tien jongeren aangegeven dat zij die ooit inzien. Omdat jongeren deze bladen zo weinig lezen, worden zij verder niet meer in de analyses meegenomen.

Op genre niveau blijkt dat tijdschriften die een sterke nadruk leggen op het ideaalbeeld van seksualiteit of uiterlijk, zoals de Glamour, Cosmopolitan, Cosmo Girl en Elle Girl, vaker door jongeren gelezen worden dan bladen die een wat meer herkenbaar beeld van die thema's geven, zoals de Flair, Viva, Vriendin, Yes en Libelle (de 'lief en leedbladen'). Ook hier geldt dat zowel de idealiserende als de lief en leedbladen veel vaker door meisjes dan door jongens worden gelezen. Oudere kinderen lezen beide type bladen ook iets vaker dan jongere kinderen. De idealiserende beautybladen en de lief en leedbladen worden tot slot iets vaker gelezen door jongeren met een hogere opleiding dan door jongeren van het VMBO.

Favoriete websites

Van alle voorgelegde websites is YouTube veruit het meest bekend. Meer dan negen op de tien jongeren (92%) hebben die website in de maand voorafgaand aan het onderzoek 'wel eens' of vaker bezocht en jongens en meisjes verschillen niet in hun bezoek aan deze website (zie Tabel 4.3). Bijna vier op de tien jongeren bezoeken YouTube zelfs 'heel vaak'. Andere goed bekende websites onder jongeren zijn Hyves (84% komt er 'wel eens' of vaker) en MSN (70%). Iets minder bekende sites zijn TMF (31,0% 'wel eens' of vaker), gevolgd door Myspace (19%), Geenstijl (15%), Partyflock (12%) en Sugababes (11%). Websites gericht op seksuele voorlichting worden maar spaarzaam bezocht. Maximaal 5% van de jongeren komt 'wel eens' of vaker op sites als Hoehetmoet, Sekswoordenboek of Vrijlekker.

Tabel 4.3 Meest bezochte websites (%)

	jongens	meisjes
Youtube	92,0	92,4
Hyves	76,1	91,0▲
Msn	66,9	72,9▲
Tmf	26,6	35,3▲
Myspace	15,2	22,0▲
Geenstijl	19,2▲	10,2
Partyflock	8,3	14,8▲
Sugababes	7,2	14,7▲
n	639	655

▲ = significant hoger percentage dan andere sekse ($p < .05$).

Jongens en meisjes en oudere en jongere kinderen verschillen niet van elkaar in de mate waarin ze seksuele voorlichtingsites bezoeken. Meisjes surfen wel beduidend vaker naar communicatie/profielites als Hyves, MSN, Myspace, Sugababes, Girlstyle en Partyflock dan jongens. Die laatste hebben daarentegen meer voorkeur voor op sensatie gerichte websites als Geenstijl, Fok, Dumpert, Mokkels en Retecool. Verder worden de communicatie/profielites en de op sensatie gerichte websites ook wat vaker door oudere kinderen dan door jongere kinderen bezocht. Jongeren met een lager opleidingsniveau zijn tot slot niet significant meer geneigd om vaker naar bepaalde typen websites te surfen dan hoger opgeleide jongeren en vice versa.

Seksueel getinte beelden

Een groot deel van de jongeren heeft ooit wel eens naar seks gekeken of erover gelezen (zie Tabel 4.4). Vooral lezen over seks in tijdschriften komt geregeld voor. Meisjes doen dat vaker dan jongens. Videoclips met bloot en films met seks worden relatief ook nog vaak door jongeren gezien. Mediaprodukties die specifiek pornografisch zijn worden echter minder vaak door de jongeren bekeken. Circa vier op de vijf jongeren hebben nog nooit een seksblaadje of pornoboekje bekeken en ruim drie kwart heeft nog nooit een pornosite op internet bezocht.

Media waarin erotiek of porno voorkomt worden beduidend vaker door jongens dan door meisjes bekeken. Oudere kinderen hebben ook meer contact met erotiek en porno dan jongere kinderen. Het gebruik van porno of erotiek verschilt tot slot niet wezenlijk tussen jongeren met een hogere (HAVO en VWO) of een lagere (VMBO) schoolopleiding.

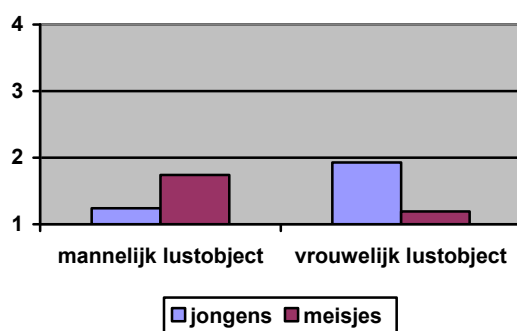
Tabel 4.4 Gebruik van seksueel getinte beelden (%)

	jongens	meisjes
iets over seks gelezen in een tijdschrift	54,1	78,5▲
een X-rated muziekclip (clip met veel bloot) bekeken	41,2▲	31,1
naar een seksfilm op televisie gekeken	31,8▲	15,7
een pornosite bekeken	43,0▲	10,4
een seksblaadje of pornoboekje bekeken	30,0▲	10,1
naar een pornovideo of dvd gekeken	20,0▲	5,3
n	639	655

▲ = significant hoger percentage dan andere sekse ($p < .05$).

Relevantie van lustobjecten in de media

In het algemeen blijken jongeren slechts matig geïnteresseerd te zijn in representaties in de media van mannen en vrouwen als lustobject. Op een schaal van 1 (geen interesse) tot 4 (zeer geïnteresseerd) zijn de gemiddelde scores respectievelijk 1,49 en 1,55; hetgeen erop neerkomt dat 85% van de jongeren eerder niet dan wel belangstelling heeft voor beelden van mannelijke lustobjecten en 79% eerder geen interesse heeft in beelden van de vrouw als lustobject. Zoals Figuur 4.1 aangeeft zijn jongens wel beduidend meer dan meisjes geïnteresseerd in beelden van mooie en sexy vrouwen, terwijl meisjes juist een grotere belangstelling aan de dag leggen voor beelden waarin de man als lustobject wordt gepresenteerd. Ook zijn er verschillen tussen jongeren van verschillende leeftijden; oudere jongeren geven aan wat meer geïnteresseerd te zijn in beelden van zowel mannelijke als van vrouwelijke lustobjecten. Tussen kinderen van het VMBO, HAVO of VWO zijn geen significante verschillen in de mate waarin ze graag mannelijke en vrouwelijke lustobjecten in de media tegenkomen.



Figuur 4.1 Gemiddelde interesses van jongens en meisjes voor mannelijke en vrouwelijke lustobjecten in de media (1 = ongeïnteresseerd, 4 = zeer geïnteresseerd)

De media als realistisch voorbeeld om zich aan te spiegelen

Jongeren lijken zich bewust te zijn van het feit dat de media geen realistisch beeld geven van de werkelijkheid als het gaat om seks en relaties. Volledig overtuigd zijn ze echter niet. Op een schaal van 1 (geheel onecht) tot 5 (helemaal echt) ligt de gemiddelde score op 2,04. Relatief hechten jongeren de meeste realiteitswaarde aan seksdocumentaires als voorbeeld voor hun seksleven en de minste waarde aan het idee dat vrouwen in pornofilms echt van de seks genieten. Jongens en meisjes verschillen niet van elkaar in de mate waarin zij menen dat de media wel of geen geloofwaardig beeld over seks en relaties geven. Ook zijn er geen significante verschillen tussen jongere en oudere kinderen en tussen kinderen van verschillende schooltypen.

In lijn met het idee dat de media weinig realistisch zijn, geven de jongeren ook aan dat zij zich relatief weinig spiegelen aan de voorbeelden die zij op televisie of in bladen tegenkomen. Als ze dat al doen is dat vooral 'wel eens' en niet 'regelmatig' of 'vaak'. Jongeren vergelijken nog het meest hun kleding met die van mensen op televisie of bladen gevolgd door het vergelijken van hun sportprestaties en hun uiterlijk ten opzichte van sporters op tv of actrices en acteurs in films en dramaproducties (zie Tabel 4.5). Respectievelijk 15, 14 en 7% van de jongeren vergelijkt hun sportieve prestaties, hun kleding of hun uiterlijk wel vaker dan 'wel eens'. Meisjes zijn in het algemeen significant meer geneigd om hun uiterlijk, gedrag en hun houding te vergelijken met de beelden die ze in de media tegenkomen dan jongens. Tussen oudere en jongere kinderen zijn geen

significante verschillen. Jongeren uit het VMBO zijn in het algemeen wel iets meer geneigd om zich aan de mediavoorbeelden te spiegelen dan HAVO- en VWO-leerlingen.

Tabel 4.5 Tenminste enkele keer vergeleken met mediavoorbeelden (%)

	jongens	meisjes
je kleding met mensen op tv of in tijdschriften	31,6	65,6▲
je sportprestaties met sporters op tv	39,8▲	29,4
je uiterlijk met acteurs of actrices	20,2	50,3▲
je gedrag met mensen op tv of in films	27,2	36,9▲
je ideeën met een popidool	16,6	36,7▲
n	639	655

▲ = significant hoger percentage dan andere sekse ($p < .05$).

4.4.2 Hoe ouders tegen het mediagebruik aankijken

Zorgen over de nadruk op uiterlijk en seks

Op de vragen of de media met het oog op hun kinderen een te grote nadruk leggen op uiterlijk heeft een relatief groot deel van de ouders positief geantwoord (zie Tabel 4.6). Ouders zijn vooral de mening toegedaan dat de media een veel te mooi beeld geven van hoe mensen eruit zien, dat vrouwen te vaak als lustobject worden gepresenteerd en dat mannen te vaak als stoer worden afgebeeld. Ongeveer een op de drie ouders onderschrijft deze stellingen. Dat ook mannen als lustobject in de media voorkomen wordt minder vaak door de ouders onderschreven. Hier is maar een op de vijf ouders het in meer of meerdere mate mee eens. Moeders zijn in het algemeen wat meer bezorgd over de objectivering door de media dan vaders. Er is geen verschil tussen jongere en oudere ouders, maar wel tussen ouders met verschillende opleidingsniveaus. Lager opgeleide ouders zijn in het algemeen wat meer bezorgd over het beeld van een ideaal uiterlijk dan hoger opgeleide ouders.

Tabel 4.6 Mate waarin ouders vinden dat de media te veel nadruk leggen op uiterlijk (%)

	eens	eens/ oneens	Oneens
mensen zijn altijd veel mooier dan in het echt	86,5	12,0	1,6
vrouwen worden te vaak als lustobject afgebeeld	69,1	22,9	8,0
mannen worden te vaak als stoer afgebeeld	61,3	29,8	8,9
mannen worden te vaak als lustobject afgebeeld	21,2	44,1	34,8

n = 1194

Ook menen veel ouders dat de nadruk van de media op seks nadelig kan zijn voor jongeren. De meeste zorgen worden geuit over het feit dat jongeren door de media te gemakkelijk over seks gaan denken of dat ze er al op te jonge leeftijd mee geconfronteerd worden (zie Tabel 4.7). Circa twee op de drie ouders is het hier mee eens. Relatief de minste zorgen hebben ouders over de hoeveelheid bloot op televisie. 'Slechts' de helft van de ouders vindt dat er te veel bloot is. Over de media-aandacht voor seks en bloot maken moeders zich wederom meer zorgen dan vaders. Oudere ouders zijn eveneens wat meer bezorgd over de mogelijk schadelijke gevolgen van seks en bloot in de media voor jongeren dan jongere ouders, net als ouders met een lagere opleiding.

Tabel 4.7 Mate waarin ouders vinden dat de media te veel nadruk leggen op seks (%)

	eens	eens/ oneens	Oneens
Jongeren denken door de media te makkelijk over seks	66,3	23,8	10,0
Jongeren zijn door de media te jong met seks bezig	60,7	27,9	11,4
De media gaan tegenwoordig te vaak over seks	54,1	34,8	11,2
Er is tegenwoordig te veel bloot in de media	50,1	36,2	13,8

n = 1194

Mediaopvoeding

Zowel aan de ouders als aan hun kinderen is gevraagd hoe vaak de ouders het mediagedrag van hun kinderen begeleiden (zie Tabel 4.8). Aangeven dat er te lang achter de computer of voor de televisie wordt gezeten doen ouders het vaakst. Van de ouders zegt 29% dat vaak of heel vaak te doen, terwijl 32% van de kinderen zegt dat hun ouder dat vaak of heel vaak doet. Ouderlijk commentaar op het wel of niet maken van afspraken via internet komt ook regelmatig voor; 19% van de ouders en 14% van de kinderen zegt dat die vorm van mediaopvoeding 'vaak' tot 'heel vaak' wordt gebezigd. Commentaar geven op bepaalde inhouden doen ouders aanzienlijk minder vaak. Volgens de ouders wijst maar 12% van hen 'vaak' of 'heel vaak' op een mogelijk slecht voorbeeld dat de tv geeft en geeft respectievelijk 7 en 6% van hen 'vaak' of 'heel vaak' commentaar op het beeld van vrouwen in reclames of op wat in tijdschriften staat. Onder de jongeren zijn die percentages vergelijkbaar: respectievelijk 12, 8 en 6% van de jongeren ondervindt die begeleidingsactiviteiten 'vaak' of 'heel vaak'. Specifieke media verbieden doen ouders uiterst zelden. De helft van de ouders (51%) zegt dat ze nooit bepaalde tv programma's voor hun kinderen verbieden en 79% vaardigt nooit een verbod uit voor bepaalde tijdschriften. Onder de jongeren zijn deze activiteiten niet nagevraagd.

Tabel 4.8 Mate waarin ouders aan mediaopvoeding doen (%)

	jongeren		ouders	
	jongens	meisjes	jongens	meisjes
zeggen dat je lang computert of tv kijkt	90,5	87,9	93,9▲	90,4
praten over afspraken maken via internet	51,2	67,9▲	77,1	86,9▲
uitleg geven over tijdschriftinformatie	66,7	67,5	88,0	87,9
wijzen op slecht voorbeeld van tv programma's	65,4	67,0	84,9	85,3
commentaar geven op sexy vrouwen in reclames	52,1	55,0	63,6	67,2
commentaar geven op tijdschriftartikelen	45,2	50,7	69,3	81,6▲
kritiek geven op muziekclips	39,1	53,6▲	61,9	71,4▲
tv programma's verbieden	-	-	51,0	47,7
tijdschriften verbieden	-	-	20,2	21,4
n	639	655	590	604

▲ = significant hoger percentage dan andere sekse ($p < .05$).

In het algemeen zijn ouders optimistischer over de mate waarin zij hun kinderen bij het omgaan met de media begeleiden dan hun kinderen: ouders geven vaker aan dat ze aan mediaopvoeding doen dan kinderen. Of dit ook feitelijk het geval is, is niet te toetsen. Het is mogelijk dat de ouders hun gedrag iets overschatten en dat de jongeren de begeleiding onderschatten. Uit het sterke verband tussen de mediaopvoedingschalen die

voor de ouders en kinderen zijn geconstrueerd blijkt echter wel een hoge congruentie tussen de wijze waarop de jongeren de mediaopvoeding van hun ouders ervaren en de visie van de ouders op hun mediaopvoeding. Wanneer een ouder bepaalde mediaopvoedingactiviteiten toepast, registreert het kind in dat huishouden die bemoeienis ook.

Moeders geven wat vaker aan dat zij het mediagebruik van hun kinderen begeleiden dan dat vaders dat doen, hetgeen ook weerspiegeld wordt in de opgaven van de betrokken kinderen. Het toepassen van de mediaopvoeding verschilt niet noemenswaardig als het gaat om jongens en meisjes. Wel krijgen meisjes iets vaker commentaar op tijdschriftartikelen en muziekclips dan jongens en wordt er met meisjes vaker gesproken over het maken van afspraakjes via internet.

Ouders van kinderen die een hogere opleiding (HAVO of VWO) volgen verschillen eveneens niet van ouders van leerlingen uit lager onderwijs in het toepassen van de mediaopvoeding. Kinderen van beide schooltypen verschillen wel van elkaar in de mate waarin zij de mediaopvoeding thuis ervaren. Kinderen van het VWO en de HAVO menen dat hun ouders minder vaak aan mediaopvoeding doen dan kinderen met een lagere opleiding. Tot slot, blijkt dat jongere ouders wat vaker zeggen dat zij de mediaopvoeding toepassen, terwijl jongere kinderen eveneens vaker aangeven dat zij door hun ouders begeleid worden bij hun mediagedrag dan oudere kinderen.

4.4.3 Hoe leeftijdsgenoten het mediagebruik beïnvloeden

Naarmate kinderen ouder worden, neemt in het algemeen de invloed van de ouders wat af, terwijl de invloed van leeftijdgenoten juist groter wordt. Als het gaat om het mediagebruik lijkt de druk van de vriendengroep bij de jongeren in de leeftijd van twaalf tot achttien jaar nog beperkt. Opmerkingen maken over de aantrekkelijkheid van actrices of acteurs komt relatief nog het meest voor (zie Tabel 4.9).

Tabel 4.9 Mate waarin leeftijdgenoten het mediagebruik beïnvloeden (%)

	jongens		meisjes	
	(heel) vaak	nooit	(heel) vaak	nooit
zeggen dat een acteur of actrice een lekker ding is	13,4	23,3	30,3▲	9,3
wijzen op een profiel van een hunk of babe	3,4	69,7	7,5▲	50,0
zeggen dat je bepaalde tijdschriften niet mag missen	1,4	77,3	2,9▲	56,1
wijzen op tijdschriftartikelen over liefde en seks	1,4	74,8	2,3▲	62,2
overhalen om meer mensen op de msn toe te laten	2,8▲	71,7	1,7	80,3
vertellen waar je clips met bloot kunt vinden	2,3▲	69,8	0,6	91,0
zeggen dat het leuk is om pornosites te bezoeken	4,1▲	70,3	0,0	94,0
verleidelijke foto's op je profielsite stimuleren	0,8	90,3	0,7	90,4
erotische of porno dvd's meenemen om te bekijken	0,8▲	92,7	0,0	98,0

n = 1294

▲ = significant hoger percentage dan andere sekse (p < .05).

Van alle jongeren zegt 62% dat hun vrienden soms of vaker aangeven dat ze zulke personages een lekker ding vinden; 22% van de jongeren zegt dat hun vrienden dat zelfs 'vaak' of 'heel vaak' doen. Wijzen op aantrekkelijke acteurs of actrices is meer gebruikelijk onder meisjes dan onder jongens. Meer ingrijpende activiteiten, zoals erotische dvd's voordragen, wijzen op pornosites of vertellen waar videoclips met bloot te vinden zijn, herkennen de meesten niet bij hun vrienden: een overgrote meerderheid zegt dat hun vrienden nooit zulke dingen doen. Deze gedragingen komen wel weer wat vaker bij de jongens voor dan bij de meisjes. In het algemeen is de druk van vrienden op het mediagedrag bij meisjes en oudere kinderen iets groter dan bij jongens of bij jongere kinderen. Kinderen van verschillende onderwijstypes verschillen niet noemenswaardig van elkaar in de mate waarin zij van hun vrienden druk ondervinden om bepaalde media-inhouden te bekijken.

4.4.4 Ervaring met 'gewone', controversiële en grensoverschrijdende seks

Driekwart van zowel de jongens als de meisjes heeft wel eens verkering gehad. Ook met tongzoenen heeft nog een kleine minderheid van de jongens (43%) en een meerderheid van de meisjes (54%) ervaring. Met verdergaande vormen van vrijen en seks hebben minder jongeren ervaring. Ervaring neemt sterk toe met leeftijd: geen van de 12-jarigen heeft ervaring met geslachtsgemeenschap, tegenover 29% van de 16-jarigen en 49% van de 17-jarigen. Meisjes hebben vaker ervaring met verschillende vormen van seks dan jongens, hetgeen goed aansluit bij de bevinding uit ander onderzoek dat meisjes vaak seks hebben met jongens die iets ouder zijn dan zichzelf. Ook opleidingsniveau speelt een rol: laag opgeleide jongeren (op VMBO of MBO) hebben vaker ervaring met seks dan hoog opgeleide jongeren (op HAVO, VWO of HBO). Met de meer risicovolle kanten van seks - zoals gedwongen seks, betaalde seks en cyberseks - hebben laag opgeleide jongeren overigens niet meer ervaring dan de hoog opgeleide jongeren.

Tabel 4.10 Ervaring met verschillende vormen van seks (%)

	jongens	meisjes
verkering	71,5	74,2
tongzoenen	43,0	53,6▲
vrijen met kleren aan (voelen en strelen)	27,1	37,6▲
helemaal naakt vrijen (zonder geslachtsgemeenschap)	11,1	19,5▲
geslachtsgemeenschap	10,5	18,2▲
seks met iemand van hetzelfde geslacht	1,1	1,8
zelf gedwongen zijn om seksuele dingen te doen	1,1	5,3▲
iemand anders gedwongen om seksuele dingen te doen	0,8	0,3
geld of een andere beloning gegeven voor seks	0,9▲	0,0
geld of een andere beloning gekregen voor seks	0,6	0,2
gestript of iets anders seksueels gedaan voor de webcam	1,9	3,2
seks met iemand gehad op het internet (cyberseks)	1,9	3,1
ongevraagd geslachtsdelen laten zien voor de webcam	0,9	0,6
ongevraagd opnames van iemand gemaakt met de webcam	0,8▲	0,0
n	640	654

▲ = significant hoger percentage dan andere sekse ($p < .05$).

4.4.5 Seksueel zelfbeeld

Veel jongeren van 12 tot en met 17 zeggen dat ze nog niet aan seks toe zijn. Meisjes zeggen dat vaker (61%) dan jongens (47%). Toch zegt nog één op de vijf jongens dat ze vaak aan seks denken en van alles willen uitproberen op het gebied van seks (tegenover respectievelijk 8 en 13% van de meisjes). Onzekerheid zit er wel een beetje in bij de jongeren: slechts 21% van de jongens en 15% van de meisjes denkt dat ze goed zijn of zullen zijn in seks en één op de drie á vier jongens en meisjes weet niet goed wat ze moeten doen, als iemand ze leuk vindt. Echt negatieve gevoelens ten aanzien van seks (schuldgevoelens, schaamte of afkeer) komen slechts bij een minderheid voor.

Iemands seksuele zelfbeeld hangt sterk samen met leeftijd. Zo zegt 4% van de 12-jarigen dat seks belangrijk voor hen is, tegenover 26% van de 17-jarigen. Vijftien procent van de 12-jarigen vindt seks vies, tegenover 1% van de 17-jarigen. Ook denkt 10% van de 12-jarigen wel goed te zullen zijn in seks, tegenover 33% van de 17-jarigen. Met opleidingsniveau worden nauwelijks samenhangen gevonden, laag en hoog opgeleide jongeren hebben ongeveer even vaak negatieve gevoelens over seks, ze zijn er net zo sterk mee bezig en hebben ongeveer evenveel zelfvertrouwen op seksueel gebied. Hoog opgeleide jongeren zeggen wel iets vaker (58%) dan laag opgeleide jongeren (48%) dat ze nog niet aan seks toe zijn.

Tabel 4.11 Seksueel zelfbeeld (%)

	jongens	meisjes
voor mij is seks belangrijk	13,9▲	9,0
ik denk dat ik wel goed ben (of ga zijn) in seks	20,7▲	15,1
ik wil van alles uitproberen op het gebied van seks	18,3▲	13,1
ik denk vaak aan seks	20,3▲	7,9
ik ben nog niet aan seks toe	47,3	60,6▲
als iemand me leuk vindt, weet ik niet wat ik moet doen	28,2	29,0
als ik seksuele gevoelens heb (of zou hebben) schaam ik me	5,3	6,1
ik voel me schuldig als ik seksuele gevoelens heb (of zou hebben)	2,7	3,2
ik vind seks vies	4,2	8,7▲
n	639	655

Noot: % (helemaal) mee eens.

▲ = significant hoger percentage dan andere sekse ($p < .05$).

4.4.6 Attitudes ten aanzien van seks en genderrollen

Attitude ten aanzien van controversiële en grensoverschrijdende vormen van seks

Aan de jongeren is een aantal gedragingen voorgelegd, met de vraag wat ze ervan zouden vinden als ze dit zelf zouden doen. Aan de ouders is een vergelijkbare lijst gedragingen voorgelegd, ditmaal met de vraag wat ze ervan zouden vinden als een jongere in de leeftijd van hun eigen kind dit zou doen. In Tabel 4.12 is te zien welk percentage van de jongeren en ouders dit (helemaal) verkeerd zou vinden.

Zowel de jongeren als de ouders blijken behoorlijk behoudend te denken over de lossere vormen van seks. Slechts heel kleine minderheden vinden het *niet* verkeerd om seks te hebben met iemand die je net kent of puur om de seks, vreemd te gaan, je borsten of geslachtsdelen voor de webcam te laten zien, seks te hebben in ruil voor een drankje of om iemand onder druk te zetten. De mildere vormen van grensoverschrijding worden iets

minder vaak afgekeurd. Een kwart van de jongens én meisjes vindt het bijvoorbeeld niet verkeerd om een onbekende in de billen te knijpen.

Meisjes denken over een aantal vormen van seks minder makkelijk dan jongens. Ze vinden het vaker dan jongens verkeerd om seks te hebben met iemand die je nog maar net kent, om seks te hebben om de seks, om vreemd te gaan, te strippen voor de webcam, seks te hebben in ruil voor een drankje of iemand te dwingen om seks te hebben. Bij de ouders worden vergelijkbare verschillen gevonden. Ouders van dochters keuren seks met iemand die je nauwelijks kent of seks om de seks vaker af dan ouders van zonen. Hetzelfde geldt voor het onverwachts zoenen van een onbekende en het bekijken van porno. Het enige gedrag dat bij jongens sterker wordt afgekeurd – zowel door de jongens zelf als door de ouders – is seks met iemand van het eigen geslacht. Zevenenzestig procent van de jongens zou het verkeerd vinden als ze dit zouden doen en 34% van hun ouders is het hiermee eens. Bij meisjes is dat respectievelijk 44 en 25%.

Veel van de hierboven beschreven attitudes hangen sterk samen met leeftijd. Het lijkt er dus op dat niet zozeer dit specifieke gedrag in het algemeen wordt afgekeurd, maar wél als dit al gebeurt op de leeftijd van het kind. Seks voor het huwelijk wordt in de totale groep bijvoorbeeld afgekeurd door 14% van de jongens, 11% van de meisjes en 22% van de ouders. Van alle 17-jarigen keurt nog maar 8% dit af en bij de ouders van 17-jarigen is dat 7%. Ook seks met iemand die je nog maar net kent, seks om de seks en porno kijken worden door (ouders van) oudere jongeren minder sterk afgekeurd dan door (ouders van) jongere jongeren. Daarnaast wordt homoseks minder vaak door ouders afgekeurd naarmate jongeren ouder zijn. Van de ouders van 17-jarige jongens vindt nog 16% dit fout en van 17-jarige meisjes vindt 10% van de ouders dit verkeerd.

Tabel 4.12 Afkeuren van controversiële en grensoverschrijdende vormen van seks (%)

	kinderen		ouders	
	jongens	meisjes	jongens	meisjes
iemand onder druk zetten om seks te krijgen	97,7	99,5▲	99,3	99,8
seks hebben in ruil voor een drankje	93,1	99,5▲	98,6	99,5
borsten of geslachtsdelen voor de webcam laten zien	90,6	97,4▲	98,5	99,5
vreemdgaan	91,4	96,2▲	92,7	94,2
seks met iemand die je nog maar net kent	71,0	89,6▲	82,2	93,7▲
seks om de seks, niet omdat je verliefd bent	65,9	83,8▲	68,5	82,6▲
een onbekende zomaar op de mond zoenen	73,9	75,7	80,5	86,9▲
een onbekende in zijn of haar billen knijpen	73,7	73,6	90,5	88,4
seks met iemand van het eigen geslacht	66,8▲	43,7	34,4▲	25,3
op straat naar iemand roepen dat hij/zij een lekker ding is	34,0	34,7	51,7	46,5
seks voor het huwelijk	14,2	11,0	22,0	22,0
porno kijken	-	-	55,6	71,2▲
n	640	654	590	604

▲ = significant hoger percentage dan andere sekse ($p < .05$).

Attitude ten aanzien van genderrollen

Aan zowel de jongeren als de ouders is een aantal stereotype opvattingen voorgelegd met betrekking tot de rollen van jongens en meisjes op seksueel gebied. Meisjes en jongens blijken hier verschillend over te denken. Een minderheid van zowel de jongens als de meisjes, maar nog wel één op de negen jongens en één op de vijf meisjes, vindt dat versieren een taak is voor de jongen. Ouders denken hier minder stereotiep over.

Eén op de zeven meisjes is van mening dat jongens alleen maar uit zijn op seks; een kleine minderheid van de jongens (7%) is het hiermee eens. Opvallend is dat deze percentages vrijwel identiek zijn bij de ouders: ouders met een dochter denken dus meer stereotiep over jongens dan ouders die zélf een zoon hebben.

Een derde van de jongens en een kwart van de meisjes vindt dat meisjes er altijd goed uit moeten zien. Bij de ouders is dat percentage lager: één op de acht ouders is deze mening toegedaan. Er is niet gevraagd of jongeren en ouders vinden dat jongens er altijd goed uit moeten zien.

Slechts een zeer klein deel van de jongeren, maar iets meer jongens (5%) dan meisjes (2%), vindt dat jongens stoer zijn als ze steeds een ander meisje krijgen. Daarentegen vindt een groot deel van de jongeren dat een meisje dat niet moeilijk doet over seks met veel verschillende jongens, een slet is. Dit kan betekenen dat seks met veel verschillende partners in het algemeen – dus voor zowel jongens als meisjes – wordt afgekeurd. Hierboven werd echter al duidelijk dat dit vooral geldt voor meisjes. Dit gedrag wordt door een groot deel van de jongeren en ouders zelfs zodanig afgekeurd, dat een meisje die afwijkt van deze norm het etiket 'slet' krijgt toebedeeld. Meisjes doen dit vaker (51%) dan jongens (44%), en ouders die zelf een dochter hebben doen dat vaker (48%) dan ouders die zelf een zoon hebben (34%).

Tabel 4.13 Genderrollen op seksueel gebied (%)

	kinderen		ouders	
	jongens	meisjes	jongens	meisjes
een jongen hoort een meisje te versieren, niet andersom	11,6	19,2▲	3,1	5,1
jongens willen maar één ding, en dat is seks	6,6	14,4▲	6,4	13,4▲
een meisje moet er altijd goed uitzien	33,0▲	24,6	12,0	12,1
een jongen die steeds een ander meisje krijgt, is stoer	4,7▲	1,7	2,0	1,7
een meisje dat seks heeft met verschillende jongens, is een slet	43,8	50,5▲	33,6	47,7▲
n	640	654	590	604

▲ = significant hoger percentage dan andere sekse ($p < .05$).

Normen rond seks en uiterlijk binnen de vriendengroep

Aan de jongeren is gevraagd hoe er in hun vriendengroep gedacht wordt over seks en uiterlijk. Zoals Tabel 4.14 aangeeft is er geen verschil voor het groepsgevoel tussen jongens en meisjes. Wel blijkt het uiterlijk in de vriendengroep een belangrijker criterium te zijn dan seksuele ervaring. Vooral aandacht besteden aan je uiterlijk en in mindere mate niet dik zijn is volgens een groot deel van de jongeren belangrijk om opgenomen te kunnen worden in de vriendengroep. Een minderheid van zowel de jongens als de meisjes geeft aan dat je er in hun vriendengroep niet bij hoort als je nog niet gezoend hebt (12% van de jongens, 11% van de meisjes) of seks hebt gehad (4% van zowel de jongens als de meisjes). Bij tongzoenen en een sexy uiterlijk speelt opleidingsniveau een rol: die normen zijn bij de laag opgeleide jongeren veel belangrijker dan bij de hoog opgeleide jongeren. Opvallend is verder dat leeftijd nauwelijks een rol speelt voor de normen van de vriendenkring. Onder 17-jarigen is de groep die zegt dat je er in de vriendenkring niet bij hoort als je nog niet gezoend hebt of seks hebt gehad vrijwel net zo klein als onder 12-jarigen. Een dik postuur is de enige grond die bij jongere kinderen belangrijker is om van de groep uitgesloten te worden dan bij oudere kinderen.

Tabel 4.14 Waargenomen norm in de vriendengroep (%)

	jongens	meisjes
als je geen aandacht besteedt aan je uiterlijk, hoor je er niet bij	45,7	43,4
als je te dik bent, hoor je er niet bij	24,9	21,5
als je er niet sexy uitziet, hoor je er niet bij	15,3	15,6
als je nog nooit hebt getongzoend, hoor je er niet bij	11,6	10,7
als je nog nooit seks hebt gehad, hoor je er niet bij	4,4	3,7
n	639	655

Noot: % beetje waar of erg waar.

4.4.7 Lichaamsbeeld en zelfobjectivering

Alle jongeren hebben hun lichaamsgewicht en hun lengte opgegeven, zodat daarmee voor elke jongere de Body Mass Index berekend kon worden. De gemiddelde BMI voor alle jongeren bedroeg 20,12 (SD = 3,38). Rekening houdend met de BMI waarden die een indicatie zijn voor gezond postuur (Voedingscentrum, 2008), blijkt dat bijna een op de drie jongeren een problematische BMI heeft. Deze kinderen hebben, rekening houdend met hun leeftijd en geslacht, een BMI die te laag (ondergewicht) of te hoog (overgewicht) is. Een te hoge BMI komt overigens circa twee keer zo vaak voor als een te lage BMI.

Tussen jongens en meisjes zijn geen verschillen in de mate waarin zij te maken hebben met onder- of overgewicht en naarmate kinderen ouder worden blijkt hun BMI ook niet meer problematisch te worden. Jongeren met een lagere opleiding hebben wel iets vaker een BMI buiten de range die voor hun leeftijd gezond geacht wordt dan HAVO en VWO leerlingen; groot is het verschil tussen beide schooltypen echter niet.

Zelfobjectivering

Een van de maatschappelijke zorgen bij seksualisering is dat jongeren overmatig bezig zijn met hun eigen uiterlijk.

Tabel 4.15 Zelfobjectivering (%)

	jongens	meisjes
voor ik de deur uit ga kijk ik altijd hoe ik eruit zie	48,8	78,8▲
het is belangrijk dat ik er altijd goed uitzie	34,7	45,3▲
ik draag alleen kleren waarvan ik zeker weet dat ik daarin op mijn best overkom	34,3	45,0▲
ik besteed veel aandacht aan mijn kapsel	37,1	42,0
ik probeer mijn uiterlijk altijd te verbeteren	26,9	40,6▲
ik voel me onzeker als mijn persoonlijke verzorging niet goed is	24,4	42,0▲
ik vind het erg belangrijk wat mensen van mijn uiterlijk vinden	21,8	35,4▲
voordat ik uitga heb ik meestal veel tijd nodig om er goed uit te zien	15,8	41,2▲
ik controleer mijn uiterlijk in de spiegel wanneer ik maar kan	18,3	39,5▲
n	639	655

Noot: % (helemaal) mee eens.

▲ = significant hoger percentage dan andere sekse ($p < .05$).

Tabel 4.15 laat zien dat meisjes veel meer dan jongens bezig met hun uiterlijk. Vier van de vijf meisjes gaan niet de deur uit zonder te hebben gekeken hoe ze eruit zien

(tegenover de helft van de jongens). Ongeveer twee op de vijf meisjes controleren hun uiterlijk wanneer ze maar kunnen, voelen zich onzeker als hun persoonlijke verzorging niet goed is en proberen hun uiterlijk altijd te verbeteren. Voor jongens liggen die percentages beduidend lager. Voor jongens neemt zelfobjectivering wel toe met het ouder worden, voor meisjes niet. Meisjes zijn dus al op 12-jarige leeftijd behoorlijk met hun uiterlijk bezig (vrijwel even sterk als op 17-jarige leeftijd) en het verschil in zelfobjectivering tussen jongens en meisjes is dan ook het hoogst onder 12-jarigen.

Intern lichaamsbeeld

In het algemeen is de overgrote meerderheid van de jongeren tevreden over hoe zij eruit zien (zie Tabel 4.16). Jongeren zijn het meest tevreden over hun gezicht. Toch heeft ook een deel van de jongeren wel problemen met hun uiterlijk, of althans bepaalde delen van hun lichaam. Zowel jongens als meisjes zijn het minst tevreden over hun buik en over hoe dik of dun ze zijn. Meisjes zijn daar vaker ontevreden over (28%) dan jongens (17%). Meisjes zijn bovendien ook vaker ontevreden over hun billen (13%) en geslachtsdelen (6%) dan jongens (respectievelijk 6 en 4%). Opleidingsniveau maakt niet uit voor de tevredenheid over het lichaam, terwijl leeftijd ook nauwelijks een rol speelt. Bij meisjes neemt alleen wel de ontevredenheid over de borsten aanzienlijk toe met het ouder worden, van 5% onder 12-jarigen tot 20% onder 17-jarigen.

Tabel 4.16 Ontevredenheid over het eigen lichaam (%)

	jongens	meisjes
mijn buik	16,6	27,9▲
hoe dik of dun ik ben	16,7	27,6▲
hoe gespierd ik ben	14,2	14,2
mijn borstkas/borsten	10,0	13,0
mijn billen	5,5	12,7▲
mijn haar	4,7	7,8
mijn geslachtsdelen	3,8	6,3▲
mijn gezicht	4,5	5,5
n	639	655

Noot: % (erg) ontevreden.

▲ = significant hoger percentage dan andere sekse ($p < .05$).

Extern lichaamsbeeld

In overeenstemming met het idee dat jongeren van hun eigen lichaam hebben, zijn zij overwegend ook van mening dat anderen hun uiterlijk positief beoordelen, of althans niet (zeer) negatief. Slechts een zeer klein deel, circa 4 tot 8%, van de jongeren denkt dat hun lichaam of gezicht niet aantrekkelijk gevonden wordt door andere jongens of meisjes. Ongeveer de helft van de meisjes meent daarentegen dat andere jongens en meisjes hun lichaam of hun gezicht wel mooi vinden (zie Tabel 4.17). Zij zijn significant positiever gestemd over hoe anderen tegen hen aankijken dan dat jongens dat zijn. Tussen leerlingen van het VMBO en de HAVO of het VWO zijn geen verschillen in de mate waarin zij menen dat anderen hen wel of niet aantrekkelijk vinden. Ook tussen oudere en jongere kinderen bestaat geen verschil voor hun idee over wat anderen van hen vinden.

Tabel 4.17 Perceptie van beoordeling door anderen (%)

	jongens	meisjes
meisjes vinden mijn gezicht (heel erg) mooi	44,0	54,4▲
meisjes vinden mijn lichaam (heel erg) mooi	40,3	47,6▲
jongens vinden mijn gezicht (heel erg) mooi	15,0	49,1▲
jongens vinden mijn lichaam (heel erg) mooi	14,6	50,1▲
n	639	655

Noot: % (erg) ontevreden.

▲ = significant hoger percentage dan andere sekse ($p < .05$).

Moeite doen om er goed uit te zien

De meerderheid van de jongeren (85% van de jongens en 65% van de meisjes) heeft nog nooit een dieet gevolgd met als doel dat ze er daardoor beter uit zouden gaan zien. De andere jongeren hebben dat wel eens of vaker gedaan (zie Tabel 4.18). Van een overmatige drang om diëten te volgen lijkt echter geen sprake te zijn. Slechts 2% van de jongeren zegt 'heel vaak' een dieet te volgen om hun uiterlijk te verbeteren. Tussen lijngedrag en BMI bestaat voor zowel jongens ($r = .33$, $p < .001$) als meisjes ($r = .31$, $p < .001$) een matig sterk verband. Toch zegt nog 6% van de jongens en 13% van de meisjes met ondergewicht, en 9% van de jongens en 33% van de meisjes met een normaal gewicht wel eens te lijnen. Oudere jongeren doen vaker aan de lijn dan jongere kinderen. Laag en hoog opgeleide jongeren verschillen niet van elkaar bij het diëten.

Tabel 4.18 Percentage jongeren dat de volgende activiteiten doet/zou willen

	jongens	meisjes
wel eens dieet volgen voor een mooi uiterlijk	14,4	35,0▲
wel eens sporten om er goed uit te zien	71,6	74,8
zou cosmetische ingreep laten uitvoeren aan het uiterlijk, indien gratis	24,4	33,9▲
n	639	655

▲ = significant hoger percentage dan andere sekse ($p < .05$).

Sporten om een goed voorkomen te hebben komt, zoals blijkt uit Tabel 4.18, wel heel frequent voor onder de jeugd. Slechts een kwart van de jongeren (27%) doet nooit aan sport om er goed uit te zien, terwijl een even groot percentage jongeren dat juist 'vaak' of 'heel vaak' doet. Jongeren op de HAVO of VWO doen significant meer aan beweging met het doel er goed uit te zien dan leerlingen van het VMBO. Hier zijn juist geen verschillen tussen jongens en meisjes of tussen jongere en oudere kinderen.

Bijna één op de drie jongeren zou, tot slot, wel naar een cosmetisch chirurg willen gaan om hun uiterlijk te laten verbeteren als dat gratis zou kunnen. Van alle jongeren wil 3% dat zelfs 'heel graag' en 8% zou het 'waarschijnlijk' doen. Ook hier zijn meisjes duidelijk meer overtuigd van het feit dat zo'n ingreep iets voor hen is dan jongens. Bij oudere jongeren is de wens voor zo'n ingreep ook groter dan bij jongere kinderen.

Commentaar van ouders en vrienden op het uiterlijk

Ouders en vrienden kunnen een eventuele ontevredenheid over of obsessie met het eigen uiterlijk versterken of verzwakken. Aan ouders is daarom gevraagd naar de positieve en negatieve dingen die zij tegen het kind zeggen over zijn of haar uiterlijk. Aan de jongeren zelf is gevraagd wat hun vrienden hierover zeggen. Bijna alle ouders zeggen tegen hun zoon of dochter wel eens dat ze er goed uitzien (Tabel 4.19).

Negatieve opmerkingen komen echter ook regelmatig voor. Eén op de drie á vier ouders zegt wel eens tegen het kind dat hij of zij te dik of te dun is. Die opmerkingen lijken terecht, want ouders zeggen dat vaker tegen kinderen met een problematische BMI en vooral als er sprake is van overgewicht. Bijna de helft van de ouders plaagt het kind ook wel eens met zijn of haar uiterlijk. Daarbij is geen relatie met de BMI van het kind.

Vanuit de vriendengroep krijgen jongeren ook regelmatig commentaar op hun voorkomen. Vooral meisjes krijgen redelijk wat opmerkingen over hoe hun uiterlijk zou moeten zijn. Iets meer dan de helft van de meisjes krijgt kritiek van vrienden op het uiterlijk of kleding, tips om een mooier lichaam te krijgen of de boodschap dat het belangrijk is om er goed uit te zien. Ruim een op de drie meisjes zegt ook regelmatig tips van hun vrienden te krijgen om er sexy uit te zien. Jongens horen beduidend minder vaak dat het belangrijk is om er goed uit te zien, krijgen minder vaak tips om een mooier lichaam te krijgen of om er sexy uit te zien. Opmerkingen van vrienden over het uiterlijk komen niet vaker voor bij lager of bij hoger opgeleide jongeren of bij jongere of oudere kinderen.

Tabel 4.19 Objectiverende boodschappen van ouders en vrienden (%)

	jongens	meisjes
ouders		
zeggen dat kind er goed uitziet	97,8	99,0
kind plagen met zijn/haar uiterlijk	48,0	48,0
zeggen dat kind te dik of te dun is	27,1	31,0
vrienden		
je kritiek geven op jouw uiterlijk of kleding	49,1	54,7
je zeggen dat het belangrijk is om er goed uit te zien	45,2	53,0▲
je tips geven om een mooier lichaam te krijgen	31,9	52,4▲
je tips geven hoe jij er sexy uit kunt zien	18,2	35,4▲
n	639	655

Noot: % tenminste wel eens

▲ = significant hoger percentage dan andere sekse ($p < .05$).

4.4.8 Verbanden met seksuele gedragingen, attitudes en gevoelens

Eén van de kernvraagstellingen van dit rapport is of er aanwijzingen zijn voor een verband tussen contact met seksualiserende en (seksueel) objectiverende media-uitingen enerzijds en seksueel (grensoverschrijdend) gedrag, zelfobjectivering en psychosociaal welzijn anderzijds. Dit is in eerste instantie bidirectioneel onderzocht, hetgeen wil zeggen dat we bij elke vorm van mediagebruik (bijvoorbeeld programmagenres of typen tijdschriften) afzonderlijk hebben gekeken of deze gerelateerd is aan de uitkomstmaten. Deze bidirectionele verbanden zijn te vinden in bijlage 4. Zoals in die bijlage te zien is, hangt het mediagebruik van de jongens en meisjes significant samen met de verschillende uitkomstmaten. In het algemeen gaat vaker kijken naar verschillende programmatypes, vaker erotiek of porno bekijken, vaker lezen van tijdschriften en vaker surfen naar profielsites bij meisjes samen met meer seksuele ervaring, meer acceptatie van losse vormen van seks en meer zelfobjectivering. Met uitzondering van soaps en tijdschriften geldt dezelfde conclusie ook voor de jongens.

Tabel 4.20 Regressie van mediagebruik en modererende variabelen op seksueel gedrag, attitude ten aanzien van controversiële seks en seksuele gevoelens (B)

	Seksuele ervaring		Attitude tav controversiële seks		Ervaring met controversiële seks		Positief seksueel zelfbeeld		Negatief seksueel zelfbeeld	
	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀
Kijken naar beautyprogramma's	*	-	*	*	-	-	-	-	*	-
Kijken naar MTV / TMF programma's	*	*	*	*	-	-	-	-	*	*
Kijken naar sensatieprogramma's	-	*	-	.14	-	-	*	*	-.19	*
Kijken naar soaps	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lezen van ideale beautybladen	-	*	-	*	-	-	-	-	-	*
Lezen van lief en leed bladen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Surfen naar profielsites	*	*	*	*	-	-	*	*	*	-
Surfen naar sekssites	-	*	*	*	-	-	*	.13	-	*
Surfen naar sensatiesites	-	-	-	*	-	-	-	-	-	-
Pornogebruik	.23	.12	*	.17	.18	.29	.20	.33	*	-.14
Interesse in mannelijke lustobjecten	*	*	*	.21	*	*	*	*	-	*
Interesse in vrouwelijke lustobjecten	*	-	.36	*	-	-	.31	*	*	-
Realisme van mediabeelden	-	*	.14	.16	-	-	.15	.21	-	-
Identificatie met mediabeelden	*	-	*	*	-	-	*	*	-	-
Steun van ouders	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kennis van ouders	-.12	-.11	-	*	-	-	-	*	-	-
Mediaopvoeding	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Praten over seks met ouders	*	.13	-	-	-	-	*	*	-	-
Ouders vinden uiterlijk belangrijk	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Religieuze opvoeding	-	-	*	*	-	-	-	-	-	-
Attitude tav losse seks (ouders)	-	*	.21	.22	-	-	-	*	-	-
Praten over seks met vrienden	.26	.24	*	*	-	-	*	*	-.18	-.20
Buitensluiten vanwege seks of uiterlijk	-	-	-	-	-	-	-	*	-	-
Objectivering door vrienden	*	-	*	-	-	-	*	*	-	-
Druk om bepaalde media te gebruiken	*	*	*	*	-	-	*	*	-	-
ΔR^2	.17	.14	.23	.28	.03	.08	.27	.22	.09	.07

NB: In de analyses is gecontroleerd voor leeftijd en schooltype (hoog-laag)

* = bivariaat wel, multivariaat niet significant; - = zowel bivariaat als multivariaat niet significant, en daarom niet in de regressieanalyses meegenomen.

ΔR^2 = hoeveelheid verklaarde variantie door factoren in tabel (exclusief leeftijd en schooltype)

In bijlage 4 is ook te zien dat het gebruik van verschillende media zowel met elkaar samenhangt, als ook met verschillende kenmerken van de kinderen zelf, van hun vrienden en met kenmerken van de ouders. Dit zijn de zogenoemde 'modererende'

variabelen, die ervoor kunnen zorgen dat een verband (in dit geval tussen mediagebruik en seksuele gedragingen, cognities en gevoelens) sterker of zwakker is. Uit de literatuur komt bijvoorbeeld naar voren dat jongeren kwetsbaarder zijn voor bepaalde mediabeelden als zij zich meer spiegelen aan de rolmodellen in de media.

Omdat we vooral willen weten welke media-inhouden en welke modererende variabelen ten opzichte van elkaar een unieke bijdrage leveren aan het verklaren van variantie van de uitkomstmaten, zijn steeds alle factoren die bidirectioneel significant met de uitkomstmaat samenhangen (op $p < .001$ niveau) tegelijkertijd in een regressieanalyse opgenomen (multivariate analyse). De resultaten hiervan voor seksuele ervaring, attitudes ten aanzien van controversiële seks, ervaring met controversiële seks en het hebben van positieve en negatieve gevoelens over seks zijn weergegeven in Tabel 4.20.

In Tabel 4.20 is ook te zien welke factoren bivariaat wél samenhangen, maar waarbij de samenhang met de uitkomstmaat wegviel wanneer mediagebruik en de modererende factoren tegelijkertijd worden beschouwd (deze verbanden zijn weergegeven met een *). Hieraan valt te zien dat bijvoorbeeld het bekijken van soaps of het lezen van lief en leedbladen (zoals de Libelle en de Vriendin) niet samenhangt met seksuele gedragingen, cognities en emoties.

Seksuele en relationele ervaring

De mate waarin iemand ervaring heeft met verkering, zoenen, voelen en stelen en geslachtsgemeenschap hangt samen met vier factoren, die gezamenlijk een matige hoeveelheid variantie verklaren (respectievelijk 17 en 14% voor jongens en meisjes). Ten eerste hangt seksuele ervaring samen met pornogebruik: jongens en meisjes met meer seksuele ervaring kijken vaker naar porno. Het is onmogelijk om hierbij iets te zeggen over oorzaak en gevolg. Het is eigenlijk heel logisch dat jongeren die al wat verder zijn op seksueel gebied, vaker naar porno kijken dan jongeren die nog nauwelijks ervaring hebben. Misschien is dit zelfs gunstig, omdat de meer ervaren jongeren meer de mogelijkheid hebben om pornobeelden in een realistisch kader te plaatsen.

Daarnaast hebben jongens en meisjes die vaker over seks praten met hun vrienden en meisjes die vaker over seks praten met de ouders meer seksuele ervaring. Deze bevinding komt wel vaker naar voren in wetenschappelijk onderzoek (De Graaf, 2007). Ook hier is oorzaak en gevolg niet duidelijk. Men moet ervoor waken om dit te interpreteren als zou het praten over seks (door ouders dan wel vrienden) een stimulans zijn om te gaan experimenteren met seks. Hoogstwaarschijnlijk stellen seksueel actieve kinderen vaker vragen over seks aan de ouders dan niet actieve kinderen, of voelen ouders aan dat het tijd wordt om eens een gesprek te hebben over dit thema. Ook is het leuker om met vrienden over seks te praten als er ook al echt iets te bespreken valt.

Tenslotte is het zo dat kennis van de ouders over het kind – bijvoorbeeld over waar het kind is na schooltijd, wie de vrienden zijn en wat hij of zij met die vrienden doet – samenhangt met *minder* seksuele ervaring. Ook deze bevinding is een bevestiging van resultaten uit eerder empirisch onderzoek (De Graaf, 2007). Kennis over kinderen is een factor die op allerlei terreinen 'gunstig' samenhangt met de ontwikkeling van kinderen, bijvoorbeeld ook met crimineel gedrag of depressiviteit. Het is een maat die reflecteert hoeveel kinderen aan de ouders vertellen (en dus de kwaliteit van de relatie tussen ouders en kinderen) en in welke mate ouders geïnteresseerd zijn in hun kind. Daarnaast is het een manier voor ouders om in deze leeftijdsfase – waarin kinderen steeds meer hun eigen weg gaan – in de gaten te houden hoe het gaat met het kind, om waar nodig te kunnen bijsturen. Hoe dit alles ertoe bijdraagt dat kinderen later seksueel actief worden is onduidelijk. Waarschijnlijk beginnen kinderen met ouders die veel van ze

weten vaker aan seks op een leeftijd dat ze hier zelf aan toe zijn, dan kinderen die een minder goede relatie met de ouders hebben. Ook kan het zijn dat kinderen van ouders die veel van ze weten, sterker geneigd zijn aan de verwachtingen van de ouders te voldoen. Tenslotte is goed mogelijk dat kinderen die meer te verbergen hebben (bijvoorbeeld dat ze seks hebben), ook minder aan de ouders vertellen.

Controversiële vormen van seks en grensoverschrijding

Bij de meisjes hangen attitudes ten aanzien van controversiële seks samen met twee typen media. Meisjes die vaker naar sensatieprogramma's (zoals Jensen) en porno kijken, staan positiever tegenover controversiële vormen van seks, zoals breezerseks en cyberseks, en tegenover grensoverschrijdend gedrag. Bij jongens worden geen verbanden gevonden tussen mediagebruik en dergelijke attitudes.

Een positieve houding tegenover controversiële seks en grensoverschrijding hangt daarnaast voor zowel meisjes als jongens samen met een verhoogde interesse in beelden van sexy personen van het andere geslacht en met het ervaren van mediabeelden als meer realistisch. Tenslotte speelt de attitude van de ouders een rol: wanneer de ouders positiever denken over bovengenoemde vormen van seks, staan ook de kinderen hier permissiever tegenover.

Wanneer jongens of meisjes vaker porno kijken, hebben ze meer ervaring met bepaalde vormen van controversiële seks en vertonen ze ook vaker grensoverschrijdend gedrag, zoals naropen, in billen knijpen of iemand onder druk zetten om seks te krijgen. Ook hier geldt weer dat niet geconcludeerd mag worden dat pornogebruik dergelijk gedrag in de hand werkt. Goed beschouwd is het kijken van porno wellicht zelf ook een vorm van controversieel seksueel gedrag, hetgeen het niet verwonderlijk maakt dat het dan ook samenhangt met andere minder maatschappelijk geaccepteerde vormen van seks. Daarnaast moet opgemerkt worden dat dergelijk gedrag nauwelijks voorspeld kan worden op grond van de variabelen in deze tabel: slechts 3 en 8% van de variantie wordt hiermee verklaard voor respectievelijk jongens en meisjes. Blijkbaar spelen andere factoren een belangrijke rol als het gaat om het voorspellen van dit gedrag.

Slachtofferschap van seksuele dwang is buiten deze schaal gelaten, omdat het niet goed samenhangt met vaderschap, breezerseks en cyberseks. Omdat er geluiden klinken dat meisjes die porno kijken minder goed de eigen grenzen aan kunnen geven, is nog apart gekeken naar de samenhang tussen pornogebruik en slachtofferschap. Er werden voor zowel jongens als meisjes zwakke verbanden gevonden, niet significant op een $p < .001$ niveau.

Seksueel zelfbeeld

Voor zowel jongens en meisjes hangt pornogebruik samen met het hebben van een positief seksueel zelfbeeld: deze jongeren zijn meer bezig met seks (ze vinden het belangrijk, willen van alles uitproberen en denken er vaak aan) en hebben vertrouwen in zichzelf als minnaar of minnares. Voor meisjes hangt pornogebruik ook samen met een minder negatief zelfbeeld: deze meisjes hebben minder negatieve gevoelens met betrekking tot seks - zoals schaamte, schuld of afkeer - en voelen zich ook minder onzeker als iemand ze leuk vindt. Voor meisjes voegt het surfen naar sekssites ook nog iets toe aan het hebben van een positief lichaamsbeeld, hetgeen opmerkelijk is, omdat dit sterk overlapt met pornogebruik. Voor jongens geldt nog dat naarmate ze vaker naar sensatieprogramma's kijken, ze minder gevoelens van schuld, schaamte, afkeer en onzekerheid hebben op seksueel gebied.

Jongens die meer geïnteresseerd zijn in sexy vrouwen in de media, hebben een positiever seksueel zelfbeeld. Datzelfde geldt voor jongens en meisjes die de beelden in

de media als meer realistisch beschouwen. Het praten met vrienden over seks, tenslotte, hangt samen met een minder negatief zelfbeeld. Logischerwijs zullen jongeren die meer negatieve gevoelens ervaren op seksueel gebied, of die hier nog helemaal niet aan toe zijn, minder geneigd zijn hier met vrienden over te praten.

4.4.9 Verbanden met lichaamsbeeld en welbevinden

Bij de analyses van de directe bivariate correlaties (zie bijlage 4) werd al duidelijk dat er geen al te sterke verbanden zijn tussen de mate waarin jongeren verschillende media-inhouden gebruiken en de ideeën die ze hebben over hun uiterlijk en over hoe ze zich voelen. Tabel 4.21 laat zien dat, wanneer alle factoren die bidirectioneel significant met lichaamsbeeld en welbevinden samenhangen tegelijkertijd in een regressieanalyse worden meegenomen, er slechts in beperkte mate significante verbanden bestaan tussen enerzijds het mediagebruik, de mediabeleving door jongeren en kenmerken van de ouders en van hun vrienden, en anderzijds de beleving van hun lichaam en hun psychosociaal welzijn.

De mate waarin jongens en meisjes aan zelfobjectivering doen hangt nog het meest samen met diverse variabelen, waaronder het mediagebruik. Gezamenlijk verklaren deze factoren een derde van de variantie van zelfobjectivering, zowel voor de jongens als de meisjes, bovenop de variantie die al werd verklaard door leeftijd en opleidingsniveau. De mate waarin het interne of externe lichaamsbeeld van de jongens en meisjes voorspeld kan worden door diverse factoren is aanzienlijk kleiner, terwijl het voorkomen van depressieve gevoelens bij jongeren slechts in zeer beperkte mate een samenhang vertoont met de media, de rol van de ouders en de inbreng die vrienden hebben. Hierna bespreken we de regressieverbanden in meer detail.

Zelfobjectivering

Bij de jongens hangt zelfobjectivering uiteindelijk slechts samen met twee typen media. Jongens die meer aandacht geven aan hun eigen uiterlijk kijken vaker naar sensationele, spraakmakende televisieprogramma's en surfen vaker naar sites waar zij een profiel kunnen aanmaken of waar ze met anderen kunnen communiceren. De mate waarin jongens naar porno, beautyprogramma's of muziekzenders kijken houdt uiteindelijk toch geen verband met het wel of niet aan zelfobjectivering doen. Datzelfde geldt ook voor het bezoeken van websites met seksinformatie. Of jongens specifiek vaker naar profielsites surfen of vaker naar spraakmakende programma's kijken, omdat die media goed aansluiten bij hun preoccupatie met hun uiterlijk, of dat ze door die media juist meer met hun uiterlijk bezig zijn kan hier niet vastgesteld worden. Wel blijken jongens die meer met hun uiterlijk bezig zijn zich ook vaker te spiegelen aan de mediavoorbeelden. Bovendien krijgen zij het voorbeeld van uiterlijk belang ook van hun ouders mee en blijken de zelfobjectiverende jongens meer druk in hun vriendenkring te ervaren om een goed uiterlijk te hebben.

Tabel 4.21 Significante verbanden tussen het mediagebruik en modererende variabelen enerzijds en zelfobjectivering, lichaamsbeeld en emoties anderzijds (B)

	Zelf-objectivering		Positief intern lichaamsbeeld		Positief extern lichaamsbeeld		Emotionele problemen	
	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀
Kijken naar beautyprogramma's	*	*	-	-	-	*	-	-
Kijken naar MTV / TMF programma's	*	*	-	-	-	-	-	-
Kijken naar sensatieprogramma's	.16	*	-	-	-	-	-	-
Kijken naar soaps	-	*	-	-	-	-	-	-
Lezen van ideale beautybladen	-	.20	-	-	-	-	-	-
Lezen van lief en leed bladen	-	*	-	-	-	-	-	-
Surfen naar profielsites	.14	*	-	-	-	*	-	-
Surfen naar sekssites	*	*	-	-	-	-	-	-
Surfen naar sensatiesites	-	-	-	-	-	-	-	-
Pornogebruik	*	*	-	-	-	*	-	-
Interesse in mannelijke lustobjecten	*	*	-	-	-	*	-	-
Interesse in vrouwelijke lustobjecten	*	*	-	-	-	.13	-	-
Realisme van mediabeelden	*	.12	-	-	-	-	-	-
Identificatie met mediabeelden	.13	.14	-	-	.13	-	-	-
Steun van ouders	-	-	-	-	-	-	-	-
Kennis van ouders	-	*	-	-	-	-	-	-
Mediaopvoeding	-	-	-	-	-	-	-	-
Praten over seks met ouders	-	-	-	-	*	-	-	-
Ouders vinden uiterlijk belangrijk	*	*	-	-	.12	-	-	-
Attitude tav losse seks (ouders)	-	-	-	-	-	-	-	-
Zelfobjectivering (ouders)	.14	.16	-	-	-	-	-	-
Positief intern lichaamsbeeld (ouders)	-	-	.19	.18	-	-	-	-
Positief extern lichaamsbeeld (ouders)	-	-	*	-	.17	.16	-	-
Praten over seks met vrienden	*	*	-	-	*	.16	-	-
Buitensluiten vanwege seks of uiterlijk	.13	.13	-	-	-	-	-	-
Objectivering door vrienden	*	*	-	-	-	-	.17	-
Druk om bepaalde media te gebruiken	*	*	-	-	-	*	-	-
ΔR^2	.32	.36	.06	.06	.10	.14	.03	-

NB: In de analyses is gecontroleerd voor leeftijd en schooltype (hoog-laag)

* = bivariaat wel, multivariaat niet significant; - = zowel bivariaat als multivariaat niet significant, en daarom niet in de regressieanalyses meegenomen.

ΔR^2 = hoeveelheid verklaarde variantie door factoren in tabel (exclusief leeftijd en schooltype)

Meisjes die meer bezig zijn met hun uiterlijk blijken bijna alle media-inhouden vaker te consumeren, maar wanneer rekening wordt gehouden met het gegeven dat het om gebruikers van meerdere media gaat, blijkt de zelfobjectivering uiteindelijk alleen samen

te gaan met de idealiserende tijdschriften. Dit betekent dus dat meisjes die een goed voorkomen of mooi uiterlijk belangrijker vinden dan hun leeftijdgenoten, beduidend vaker tijdschriften lezen waarin een geïdealiseerd beeld wordt gegeven van het lichaam en van hoe belangrijk dat is voor een gelukkig bestaan. Verder blijkt net als voor de jongens dat zelfobjectivering meer voorkomt bij meisjes die zichzelf vaker met personen in de media vergelijken, die ouders hebben die het voor zichzelf ook meer van belang vinden dat ze een goed uiterlijk moeten hebben en die onder hun vrienden merken dat een mooi uiterlijk of meer seksuele ervaring onmisbaar is om er bij te horen. Naast de voorbeelden in idealiserende tijdschriften spelen dus ook de vrienden en de ouders een belangrijke rol voor de zelfobjectivering van meisjes.

Er worden geen verbanden gevonden tussen zelfobjectivering enerzijds en ervaring met grensoverschrijding of emotionele problemen anderzijds. Een mogelijke verklaring is dat we zelfobjectivering hier gemeten hebben als de mate waarin iemand (veel) aandacht besteedt aan het uiterlijk. Er is niet onderzocht of iemand daarnaast geen oog meer heeft voor andere kwaliteiten. Daarnaast is de prevalentie van grensoverschrijding en emotionele problemen in deze steekproef erg laag, hetgeen ook kan verklaren dat hiermee geen verbanden met zelfobjectivering worden gevonden.

Lichaamsbeeld

Jongens en meisjes die overwegend tevreden zijn met hun eigen lichaam hebben doorgaans ouders die ook zeer tevreden zijn over hun eigen lichaam. Bovendien blijkt dat jongeren die denken dat hun gezicht of uiterlijk mooi gevonden wordt door anderen ook ouders hebben die denken dat anderen hen mooi vinden. Anders geformuleerd lijkt de (on)tevredenheid met het lichaam dus een typische gezinsaangelegenheid. Als de jongeren ontevreden zijn over hun lichaam of denken dat anderen dat vinden, zijn hun ouders ook eerder ontevreden over hun eigen uiterlijk of zijn zij ook van mening dat anderen dat vinden. Het is dus goed mogelijk dat de kinderen dit voorbeeld van hun ouders overnemen en op hun eigen situatie projecteren. Er is geen verband met het vaker of minder vaak naar bepaalde media-inhouden kijken. Meisjes met een positief extern lichaamsbeeld praten wel vaker met hun vrienden over seks en leggen ook meer belangstelling aan de dag voor het mediabeeld van de vrouw als lustobject. Bij de meisjes kunnen de vriendenkring en het beeld van het vrouwelijke lustobject dus mogelijk wel een rol spelen voor het lichaamsbeeld. Bij jongens lijken de ouders eerder een rol te spelen voor hun lichaamsbeeld naast de media. Jongens die van mening zijn dat anderen positief over hun uiterlijk denken, blijken zich namelijk vaker aan personen in de media te spiegelen en hebben ook ouders die het belangrijk vinden dat hun kind er goed uitziet.

Psychosociaal welzijn

De aanwezigheid van depressieve gevoelens hangt bij meisjes met geen enkele factor samen. Meisjes die neigen naar depressieve gevoelens kijken niet meer of minder naar bepaalde media-inhouden en verschillen ook niet van andere meisjes als het gaat om hun vrienden of hun ouders. Omdat er geen bivariate verbanden zijn, zijn hier ook geen regressieanalyses uitgevoerd. Bij de jongens is wel één factor van belang voor hun emotioneel welzijn. Jongens die vaker opmerkingen van hun vrienden krijgen over het belang om er goed uitzien, blijken meer depressieve gevoelens te hebben dan jongeren die zulke opmerkingen niet krijgen. Jongens en meisjes met een negatief lichaamsbeeld (zowel wat betreft de eigen tevredenheid als wat betreft de gepercipieerde beoordeling door anderen) hebben meer emotionele problemen. Jongeren die minder lekker in hun vel zitten, hebben minder het gevoel dat ze mooi zijn.

4.5 Samenvatting en conclusie

De resultaten uit dit kwantitatieve onderzoek geven weinig reden tot ernstige zorgen. Het percentage jongeren dat ervaring heeft met geslachtsgemeenschap is laag en ervaring met controversiële vormen van seks (zoals breezerseks en cyberseks) en grensoverschrijding komen slechts bij een zeer kleine minderheid voor. Attitudes ten aanzien van seks zijn ook behoudend te noemen: zowel ouders als kinderen vinden het over het algemeen verkeerd om seks te hebben om de seks of met iemand op wie je niet verliefd bent. Seks in ruil voor een drankje, het tonen van borsten of geslachtsdelen voor de webcam en het dwingen van anderen tot seks wordt nog sterker afgekeurd. Daarnaast hebben de meeste jongeren een realistisch beeld van media-inhouden, een positief seksueel zelfbeeld en lichaamsbeeld en weinig psychosociale problemen.

Mogelijk zijn deze positieve resultaten (gedeeltelijk) toe te schrijven aan de wijze waarop de steekproef is geworven en samengesteld. In de inleiding gaven we aan dat werving via de ouders mogelijk als nadeel heeft dat jongeren uit probleemgezinnen of jongeren met een problematische relatie met de ouders ondervertegenwoordigd zijn. Ook kan het zo zijn dat jongeren die op seksueel gebied dingen doen die de ouders liever niet willen, minder geneigd zijn op verzoek van de ouders aan een onderzoek rond dit thema mee te doen. Inderdaad is het zo dat de jongeren in het onderhavige onderzoek met vrijwel alle vormen van seks minder ervaring hebben dan jongeren die deelnamen aan het laatste representatieve onderzoek naar seksueel gedrag van jongeren (De Graaf et al., 2005).

Toch is het zo dat er zelfs onder deze jongeren met een relatief gunstige gezinsachtergrond wel enkele zorgelijke punten zijn op te merken. Ten eerste is ook binnen deze steekproef sprake van ongelijke behandeling van jongens en meisjes. Seks om de seks vinden ouders bijvoorbeeld vaker verkeerd voor een meisje dan voor een jongen. Een groot deel van zowel de jongeren als ouders vindt dat een meisje een slet is als ze met veel verschillende partners seks heeft. Hoewel dit uiteraard ook kan gelden voor jongens, baart het gebruik van een scheldwoord voor meisjes die van de algemene norm afwijken wel zorgen. Daarnaast wordt er ook stereotiep aangekeken tegen jongens, want een redelijk deel van de meisjes en hun ouders vindt versieren een mannenaangelegenheid en is van mening dat jongens alleen maar denken aan seks.

De meest zorgelijke uitkomst van dit panelonderzoek betreft echter de sterke nadruk op uiterlijk bij meisjes. De helft van de meisjes vergelijkt het eigen uiterlijk wel eens met mediabeelden. Ongeveer twee op de vijf meisjes controleren hun uiterlijk wanneer ze maar kunnen, voelen zich onzeker als hun persoonlijke verzorging niet goed is en proberen hun uiterlijk altijd te verbeteren. Ruim een kwart van de meisjes is ontevreden over haar buik. Dertien procent van de meisjes met ondergewicht en 33% van de meisjes met een normaal gewicht lijnt wel eens. Ook zou één op de drie meisjes het uiterlijk wel willen laten verbeteren door een cosmetisch chirurg als dat gratis zou kunnen.

Er werden slechts weinig verbanden gevonden met mediagebruik. Wel werd er een verband gevonden tussen pornogebruik en een hogere mate van ervaring met 'gewone' en controversiële en grensoverschrijdende vormen van seks, het sterker accepteren van attitudes ten aanzien van controversiële en grensoverschrijdende vormen van seks en positievere gevoelens over seks. Hierbij moet benadrukt worden dat wat wij hier positief seksueel zelfbeeld noemen, gemeten is met vragen als "ik wil van alles uitproberen op seksueel gebied", "ik denk veel aan seks" en "voor mij is seks belangrijk". Voor sommigen zal het instemmen met dergelijke stellingen evengoed kunnen betekenen dat iemand een overmatige belangstelling heeft voor seks.

Daarnaast werd er een verband gevonden tussen het lezen van ideale beautybladen (de zogenaamde glossy's zoals de Cosmo en de Elle) en een overmatige aandacht voor het eigen uiterlijk bij meisjes. Daarnaast hing het kijken van sensatieprogramma's (zoals Jensen en Spuiten & Slikken) bij meisjes nog samen met het positiever denken over controversiële en grensoverschrijdende vormen van seks en bij jongens met het hebben van minder negatieve gevoelens over seks en een grotere mate van zelfobjectivering.

Bij al deze verbanden is de richting ervan niet duidelijk. Jongeren zijn actieve gebruikers, ze kiezen de media die aansluiten bij hun belevingswereld en behoeften. Aan de andere kant kan niet worden uitgesloten dat er niet (ook) een invloed uitgaat van de media. Hoogstwaarschijnlijk is er sprake van een circulair proces. Door een bepaalde behoefte en kijk op de wereld wordt bepaalde media gekozen, die de behoeften en visie bevestigen.

Wat daarnaast opvalt is dat er niet alleen enkele verbanden met media gevonden worden, maar dat de eigen interesse voor, het begrip van en de identificatie met de mediabeelden van jongeren een minstens even zo grote rol spelen. Wanneer jongeren de mediabeelden realistischer vinden en meer geïnteresseerd zijn in beelden van mooie, sexy mensen van het andere geslacht, hebben ze vaker controversiële attitudes ten aanzien van seks en een positiever seksueel zelfbeeld (meer belangstelling voor seks). Het zich identificeren met mediabeelden hangt voor zowel jongens als meisjes samen met een hogere mate van zelfobjectivering en voor jongens met een hogere mate van tevredenheid over het eigen lichaam.

Ook de vrienden en de ouders spelen een rol. Jongeren met meer seksuele ervaring en jongeren die minder negatief denken over seks, praten – niet verwonderlijk – vaker met vrienden over seks. Jongeren die denken dat ze er in hun vriendenkring niet bijhoren als ze minder mooi zijn of niet aan seks doen, doen meer aan zelfobjectivering. Daarnaast lijken veel jongeren bepaalde attitudes van hun ouders over te nemen. Ouders die minder negatief denken over controversiële seks en grensoverschrijding, die meer aandacht besteden aan hun uiterlijk, die hier zelf meer tevreden over zijn en die het idee hebben dat anderen het ook mooi vinden, hebben kinderen met vergelijkbare ideeën. In dit deelonderzoek werden opvallend weinig verbanden met mediaopvoeding gevonden, terwijl deze uit de secundaire analyses (hoofdstuk 3) wel naar voren kwamen. Het is mogelijk dat dit te maken heeft met een iets anders samengestelde groep jongeren in beide studies of met de wijze waarop mediaopvoeding is geoperationaliseerd (percepties van jongeren in de eerste studie, rapportage van ouders in de tweede studie).

5 Kwalitatief onderzoek

Hanneke Felten en Kristin Janssens

5.1 Inleiding

De zorgen in de samenleving ten aanzien van seksualisering van de media en de mogelijke invloed hiervan op jongeren is een zorg van volwassenen, zoals politici, journalisten, beleidmakers en beroepskrachten. Maar wat vinden jongeren zelf? Daar willen we zicht op krijgen in het kwalitatieve onderzoeksgedeelte, waar we in dit hoofdstuk verslag van doen. Centraal in deze benadering staat de betekenis die individuen geven aan de gebeurtenissen in hun wereld (Migchelbrink, 2004). Het gaat er om de leefwereld van de onderzoeksgroep te leren kennen en begrijpen, in dit geval jongeren. Het gaat hier onder andere om de verbanden die jongeren zelf leggen, hoe zij dit doen en in welke context en welke positieve en negatieve factoren een rol spelen.

Als aanvulling op dit onderzoek zijn we in gesprek gegaan met beroepskrachten die met jongeren werken. Dit leverde informatie op over de visie, beleving en behoeften van beroepskrachten op het terrein van seksualisering en het mogelijke verband tussen seksualisering en grensoverschrijdende interacties tussen jongeren.

5.1.1 Onderzoeksgroepen

Jongeren

Oorspronkelijk is gekozen voor de methode van individuele interviews en focusgroepen. Gezien de noodzaak tot kostenbesparing zijn de interviews komen te vervallen en is gekozen voor focusgroepen. Behalve dat deze methode efficiënt is in tijd en geld zijn er de volgende voordelen:

- het geeft inzicht in hoe er over thema's wordt gesproken in een bepaalde doelgroep;
- het geeft inzicht in hoe een doelgroep op elkaars meningen en ideeën reageert;
- het is een snelle manier om leden van een doelgroep te spreken in een kort tijdsbestek.

Er werden focusgroepen met 6 tot 8 jongeren van 14 tot 16 jaar gehouden.¹ De jongeren zaten allemaal op het VMBO. Op die manier konden de groepen met elkaar vergeleken worden. We hebben gekozen voor (praktijkgericht) VMBO, omdat het grootste gedeelte van de Nederlandse scholieren op het VMBO zit. In totaal waren er 6 focusgroepen: 2 gemengde, 2 jongensgroepen en 2 meisjesgroepen. De focusgroepen waren zo georganiseerd dat de jongeren eerst hebben gepraat in een gemengde groep en daarna met alleen seksegenoten.

Bij de werving van jongeren hebben we scholen gevraagd om bij de groepssamenstelling te streven naar een zo divers mogelijke groep jongeren. Verschillen naar etniciteit en verschillen naar religie/levensovertuiging waren hierbij de criteria. Dit bleek echter erg moeilijk te zijn, omdat er op deze scholen weinig autochtone leerlingen zijn en juist een oververtegenwoordiging van leerlingen met een Marokkaanse en Turkse achtergrond.

¹ Een jongere van 18 jaar vormde hierop een uitzondering.

In totaal hebben er 28 jongeren deelgenomen aan de focusgroepen. De verdeling naar sekse en etniciteit is terug te vinden in Tabel 5.1

Tabel 5.1 Etnische afkomst van de deelnemers

	Jongens	Meisjes
Afghaans	1	
Belgisch / Nederlands	1	
Congolees		1
Ghanees	1	1
Marokkaans	9	7
Surinaams	1	
Turks	1	5
Totaal	14	14

Professionals

Uitnodigingen voor de professionals zijn gestuurd naar organisaties die direct met jongeren werken. Er kwamen erg veel reacties. Professionals uit zeer uiteenlopende werkvelden wilden graag deelnemen aan de bijeenkomst. Er is voor gekozen om de professionals uit te nodigen die zo direct mogelijk met jongeren werken, zowel op het gebied van preventie als interventie, én er is getracht een zo etnisch divers mogelijke groep samen te stellen. Uiteindelijk waren er 20 professionals aanwezig. Zij waren afkomstig van:

- Buurt- en jongerenwerk uit Roosendaal
- Vrouwencentrum
- ROC de Leijgraaf
- Stichting Arosa
- Divisie, Algemeen Maatschappelijk Werk
- Marokko Media
- Humanitas
- Cultinet
- Cos, regionaal advies bureau
- Pretty Woman
- Scharlaken Koord
- GGD Utrecht

5.1.2 Methode

Gespreksvoering

Er werden voor de focusgroepen met jongeren vergelijkbare vragen gehanteerd als voor de expertmeeting met beroepskrachten. Op deze manier konden we de visie, beleving en behoeften van jongeren vergelijken met die van de beroepskrachten.

Wanneer het gaat om verbanden is onderzocht of jongeren en beroepskrachten deze verbanden zelf leggen. Grensoverschrijdend gedrag zou door jongeren bijvoorbeeld aangeduid kunnen worden als een mogelijk gevolg van seksualisering, maar naar dat verband is dus niet expliciet gevraagd. Waar mogelijk hebben we wel getoetst of ze zelf een verband zien tussen seksualisering en grensoverschrijdend gedrag. In de

expertmeeting met beroepskrachten zijn we wel ingegaan op een eventueel verband tussen seksualisering en grensoverschrijdende interacties tussen jongeren. Beroepskrachten die met jongeren werken kunnen het gedrag van jongeren signaleren en wellicht waardevolle informatie geven in dit opzicht. Het gaat hier dus om de eigen opvattingen van de beroepskrachten.

Daarnaast is onderzocht welke factoren jongeren zelf naar voren brengen, die volgens hen een rol spelen bij de (mogelijke) invloed van seksualisering. Het doel is om risico- en beschermende factoren te inventariseren. Hierbij is aandacht voor zowel positieve als negatieve invloeden. Ook is gekeken naar wat volgens zowel jongeren als professionals mogelijk kwetsbare groepen jongeren zijn als het gaat om (mogelijke) invloed van seksualisering.

De gemengde groepen zijn begeleid door een man van Palestijnse afkomst en een autochtone vrouw. Bij deze groepen waren twee observatoren aanwezig: een man van Surinaamse afkomst en een vrouw van Belgische afkomst. De meisjesgroepen zijn begeleid door deze twee vrouwen en de jongensgroepen door de twee mannen. De bijeenkomst voor professionals werd begeleid door de twee vrouwelijke gespreksleiders.

In de hulpverlening is bekend dat de sekse en de etniciteit en andere achtergrondkenmerken van de hulpverlener het gesprek met de cliënt beïnvloeden (Noordenbos, 2007). Mogelijk is dit ook het geval in kwalitatief onderzoek. Het zou bijvoorbeeld kunnen dat de allochtone jongens gemakkelijker praten tegen de allochtone gespreksleider dan de allochtone meisjes tegen de autochtone en Belgische gespreksleiders. Maar ook is het mogelijk dat de meisjes juist opener durven te zijn tegen de autochtone interviewer omdat ze minder bang zijn dat deze roddels verspreidt in de eigen gemeenschap.

Beelden en vragen

In de gemengde groepen is er gestart met uitleg aan de jongeren dat er vaak beelden van sexy vrouwen en mannen op tv zijn en dat zij hier een aantal voorbeelden van te zien krijgen. De jongeren kregen een powerpointpresentatie te zien met verschillende plaatjes die vaak worden aangemerkt als 'geseksualiseerd' (zie bijlage 5). Allereerst kregen de jongeren plaatjes te zien van bekende muzikartiesten. Het ging om foto's van Justin Timberlake, Madonna, The Pussy Catdolls, Beyonce en Usher. Allen zijn gekleed in een weinig verhullende outfit en staan sexy geposeerd. Ook waren er foto's van *50 Cent* en Snoop Dogg, beiden omringd door schaars en sexy geklede vrouwen. Vervolgens was er een gedeelte van de songtekst te zien van Baas B waarin onder andere stond: "Moppie, ik strik je, ik kus je, ik lik je." Daarna volgde een aantal afbeeldingen van twee tv-programma's: het WK lingerie en Spuiten & Slikken. Deze werden gevolgd door afbeeldingen van de bekende billboards van Sloggi en de omstreden Scarlett-reclame met daarop een vrouw en klein meisje in identieke bikini en sexy pose. Daarna volgden er afbeeldingen van de covers van tijdschriften: FHM, een jongensblad met daarop een vrouw in bikini, Men's health, een mannenblad met daarop een man met een ontbloot gespierd bovenlijf en Cosmo Girls, een glossy voor meisjes met daarop een jonge vrouw met een aangekleed bovenlijf en een goed verzorgd uiterlijk. Als laatste kregen de jongeren een deel van de videoclip 'Candy shop' te zien van *50 Cent*. Hierin is te zien hoe de mannelijke rapper *50 Cent* omringd wordt door allerlei schaars geklede, dansende vrouwen.

Na het zien van de beelden, kregen de jongeren open vragen voorgelegd (zie bijlage 6). De groepsgesprekken werden op geluidsband opgenomen en zijn woordelijk uitgewerkt.

Analyse vanuit een emancipatorische visie, gebaseerd op het kruispuntdenken

Waarin verschillen jongeren van elkaar? Welke invloed hebben sekse en etniciteit op de visie, beleving en behoeften van jongeren wanneer we met hen praten over seksualisering? Voor de analyse van de uitkomsten van zowel de focusgroepen als de expertmeeting hebben we een emancipatorische visie gehanteerd, die gebaseerd is op het kruispuntdenken (Wekker & Lutz, 2001). Het kruispuntdenken gaat ervan uit dat iedereen zich bevindt op een aantal belangrijke 'assen' van maatschappelijke betekenisgeving, zoals sekse en etniciteit. Dit worden ook wel diversiteitsfactoren genoemd: factoren die aangeven dat mensen onderling van elkaar verschillen. Deze diversiteitsfactoren hebben een invloed op verschillende terreinen van het leven van mensen. In dit onderzoek hebben wij in de analyse rekening gehouden met deze diversiteitsfactoren.

5.1.3 Het verloop van de gesprekken

De groepsgesprekken zijn gevoerd tijdens de ramadan, waar het grootste gedeelte van de jongeren aan meedeed.² Volgens de islamitische religie zijn seksuele gedachten verboden tijdens de uren dat er gevast wordt. De focusgroepen hadden uiteraard niet het doel seksuele gedachten te stimuleren, maar dit moest wel duidelijk aan de deelnemers worden uitgelegd om misverstanden te voorkomen. Er is daarom het volgende door de mannelijke gespreksleider van Palestijnse afkomst verteld: "Sommige zullen denken, ik zit in ramadan en ik vind het moeilijk om over seks te praten. Als je dit gevoelige onderwerp tijdens ramadan bespreekt, en als je dat doet om iets te leren, en dat heb ik onderzocht, dan mag dat van islam." De jongeren leken deze uitleg te begrijpen en te accepteren. Het is verder in de focusgroepen geen discussieonderwerp geweest of het mogen praten over dit thema in deze tijd van vasten is toegestaan of niet. In alle focusgroepen namen de meeste deelnemers dan ook actief deel aan het gesprek.

Over seksualiteit werd vrij open gesproken, in de seksespecifieke groepen meer dan in de gemengde groepen. In de jongensgroepen werd veel explicieter over seksualiteit gesproken dan in de meisjesgroepen. Zo benoemden jongens verschillende seksuele handelingen en lichaamsdelen. Bij de meisjes was de taal meer verhuuld.

In alle gesprekken werden de vragen niet stap voor stap beantwoord maar veelal door elkaar. De gesprekken in de groepen bestaande uit zowel jongens als meisjes hadden duidelijk een andere dynamiek dan de jongensgroepen en de meisjesgroepen. In de gemengde groepen werd veel door elkaar heen gepraat, grappen gemaakt en slechter opgelet. In de jongensgroep werd het gedrag uit de gemengde groep voortgezet. Wel werden de jongens daar explicieter en soms grover in hun taalgebruik. In de meisjesgroepen was het betrekkelijk rustig: er werd meestal naar elkaar geluisterd en ze lieten elkaar uitpraten.

² In verband met de planning was het enkel mogelijk de focusgroepen begin september te laten plaatsvinden en dus tijdens de ramadan.

De professionals wilden allemaal graag hun bijdrage leveren en namen actief deel aan de discussie. Net als bij de jongeren liepen de verschillende vragen in het gesprek soms door elkaar.

5.2 Resultaten van de focusgroepen

We presenteren de resultaten van dit onderzoeksgedeelte als volgt: om te beginnen geven we de uitkomsten van de focusgroepen weer. De paragrafen 5.2.1 en 5.2.2 beschrijven de gemengde groepen, de paragrafen 5.2.3 en 5.2.4 de meisjesgroepen, de paragrafen 5.2.5 en 5.2.6 de jongensgroepen. Onder 5.3 volgen de resultaten van de expertmeeting (5.3.1 tot en met 5.3.3). Hierna volgt de analyse (5.4), die we uitwerken aan de hand van de leidende vragen.

5.2.1 Seksualisering

Wat zie je?

Na het zien van de powerpoint wordt aan jongeren de vraag gesteld wat ze gezien hebben. De jongeren geven echter direct hun mening over de beelden. Er wordt meteen geroepen dat de beelden heel normaal zijn. Wanneer de gespreksleider vraagt wat er *gezien is*, roepen de jongens in beide focusgroepen dat ze "lekkere meiden" hebben gezien. Ook de lichaamsdelen van de vrouwen worden besproken. De jongens vertellen dat ze grote billen hebben gezien en grote borsten. Ze geven zowel verbaal als non-verbaal aan dat ze dit leuk vinden om te zien. "Grote billen geniet je van."

Een meisje geeft uit zichzelf aan dat ze "lekkere jongens" heeft gezien op de powerpoint. Verder wordt over de mannen op de foto's veel minder gepraat dan over de vrouwen. Als er door de gespreksleiders expliciet wordt gevraagd naar de mannen die ze hebben gezien zeggen de jongeren dat je mannen veel minder ziet op dit soort beelden.

In beide gemengde groepen zijn er ook jongeren die vinden dat ze geen seks hebben gezien. "Dit is toch geen seks? Dit is strelen", zegt een jongen over de videoclip van *50 Cent*. Een andere jongen benoemt dat wat hij ziet in die clip als "seksuele intimidatie". Anderen vinden van niet. Er is verder niet meer ingegaan op wat nu precies seks en seksuele intimidatie is. In de eerste jongensgroep wordt wel duidelijk dat de meeste jongens alleen penetratie beschouwen als echte seks.

Wat vind je ervan?

De eerste reacties in beide gemengde groepen waren dat de beelden "heel normaal" zijn. Een meisje zegt: "Is geen probleem, is normaal. Deze mensen zien er sexy uit". In beide focusgroepen is er een jongen die vindt dat het normaal is aangezien je dit op het strand toch ook ziet. Anderen zien wel verschillen; "in de beelden flirten ze met je". Ook wordt gezegd dat het te maken heeft met cultuur of je het gewoon vindt of niet. Zo zegt een jongen:

"Het dansen is wel gewoon, maar de kleding niet. Je ziet te veel bloot. Voor mensen in andere landen is het misschien gewoon, zoals in Afrika. Maar die hebben geen kleren."

Een jongen vindt dat het afhangt van hoe iemand er uitziet, of het al dan niet normaal is dat hij / zij weinig kleding draagt. Wanneer iemand er bijvoorbeeld behaard uitziet dan is het niet normaal. De gespreksleider vraagt hem wat hij wel normaal vindt. Hij antwoordt hierop: "Alles perfect". Een andere jongen vult hem aan: "Big tieten". Het meisje dat naast deze jongens zit reageert hier meteen op: "Als meisje denk je, mooi ze kijken naar je gezicht, maar ze kijken eigenlijk naar je billen, tenminste hij. Dat vinden ze mooi, echt wel". De jongen naar wie het meisje wijst reageert hier weer op: "Dat is ook het beste". Refererend aan deze opmerking, zegt het meisje hierop: "Ze spelen gewoon met meisjes".

In de tweede gemengde groep gaf een aantal jongeren aan dat het afhangt van de context of deze beelden normaal zijn of niet. Een aantal jongeren vindt dat de beelden in deze samenleving wel normaal zijn maar in een islamitische samenleving niet. Maar hier is een aantal andere jongeren het niet mee eens. "Het mag sowieso niet in islamitische geloof". Een meisje vindt dat het afhangt van wat je aan het doen bent. "Als je gaat bidden is het niet normaal, als je geil bent wel."

Een aantal jongens vindt de videoclip van *50 Cent* "niks aan". Op de vraag waarom wordt gezegd dat de beelden "nep" en "saai" zijn, dat ze "meer naakt willen zien", "dat het amateurs zijn", dat je "het [seks hebben] beter zelf kan doen" en dat de "vrouwen in de Jamaicaanse clips op de Surinaamse televisie veel sexier zijn".

Eigen keuze

Veel jongeren vinden de beelden normaal en oké omdat de vrouw die halfnaakt op beelden staat daar waarschijnlijk zelf voor kiest. Er wordt door zowel meisjes als jongens vaak gesproken over deze eigen keuze die vrouwen maken om te figureren in een videoclip of model te staan op een foto. Een jongen stelt de retorische vraag: "Ze wordt er voor betaald? Zelf zou ik het niet willen doen". Zolang die vrouwen dus zelf besluiten om mee te werken aan de beelden is er volgens veel jongeren niet veel mis mee.

Voor een aantal jongeren maakt het tevens uit of je zelf besluit naar de beelden te kijken of dat je er ongewenst mee geconfronteerd wordt. Zo zegt een meisje: "Voor mij maakt het niet zoveel uit; als ik zin heb dan kijk ik, anders niet".

5.2.2 Invloed van de beelden

Seksuele opwinding

Als er wordt gevraagd aan de jongeren wat de beelden met hen doen, geeft een aantal jongeren als eerste reactie dat zij de beelden seksueel opwindend vinden. De beelden worden door hen "geil" genoemd. Ook wordt verteld dat je van de beelden kan leren. Een meisje licht dit verder toe:

“Je ziet die dingen en wilt ze nadoen. Je leert ervan. Hoe ze doen, hoe ze zich kleden. Sommigen worden erdoor beïnvloed. Je kijkt naar die dingen, krijgt iets in je hoofd. Vooral jongeren van onze leeftijd willen het nadoen, strelen, tongen.”

Dit wordt door een aantal anderen beaamd. Een aantal meisjes vertelt dat ze merken dat jongens seksuele opmerkingen gaan maken wanneer zij zulke beelden zien. De gespreksleider vraagt of meisjes dit ook doen. “Ze doen het niet. Jongens vinden dat een beetje raar”. Ze licht toe: “Omdat je er dan ook een beetje van geniet als meisje. Jongens vinden dat voor zichzelf alleen normaal”.

De jongeren denken dat vooral andere jongeren dan zichzelf beïnvloed worden door de beelden. Een jongen vertelt hierover: “Die krijgen hormonen binnen en dan gaan ze behoeftes krijgen om dat ook na te doen en om te weten hoe het gaat”. Een aantal meisjes is van mening dat dit vooral bij jongens het geval is. Jongens schamen zich hier niet voor. Voor meisjes ligt dat anders. “Ikzelf bloos wel, ik schaam me wel, maar jongens niet volgens mij”. Een aantal jongens vertelt echter dat zij zich, net als meisjes, wel schamen en zich ongemakkelijk voelen wanneer zij geconfronteerd worden met de beelden in het bijzijn van hun ouders.

Dansen

In beide gemengde focusgroepen wordt gesproken over meisjes die op een zelfde manier dansen als in videoclippen gebeurt. In de gemengde groepen zeggen de jongeren allemaal dat zij dit zelf niet doen, op één Ghanees meisje na dat, in de seksespecifieke groep, zegt het gedrag en het uiterlijk van haar idool zoveel mogelijk te kopiëren. Een aantal jongeren van Turkse en Marokkaanse afkomst geeft aan dat meisjes die de danspasjes uit clips nadoen “een andere cultuur” hebben, en dat “iedereen een andere cultuur heeft”. Volgens deze jongeren bepaalt de cultuur van een meisje of zij danst zoals in videoclippen of niet.

Kleding

Een invloed die de jongeren ook zien, als zij daar expliciet op bevestigd worden, is dat er jongeren zijn die dezelfde kleding gaan kopen als wordt gedragen in de videoclippen of andere beelden uit de media. Een aantal meisjes geeft aan dat zij dit zelf ook doen, bijvoorbeeld als ze mooi ondergoed zien. Een ander meisje merkt op: “Veel jongens worden geil als ze dat zien. En niet alleen als ze de reclame zien maar ook als ze [zo] meisjes zien”. Een jongen denkt dat door het kopen van de spullen jongeren populairder worden onder hun leeftijdsgenoten: “Ik denk dat mensen denken, van hij is beroemd, dat wil ik ook, dat ze door het te kopen leuk worden gevonden”.

5.2.3 Verbanden en factoren (meisjes)

Gewenning

In beide seksespecifieke groepen benadrukken de meisjes dat de beelden die ze hebben gezien op powerpoint ‘normaal’ zijn. Het hoort volgens deze meisjes bij de Nederlandse cultuur. Dergelijke beelden zie je niet in Marokko en Turkije. “Nederland is een vrij land”, legt een meisje uit, daarom mogen deze beelden hier wel vertoond worden. Het is wel

schrikken als je de eerste keer een videoclip met veel bloot ziet, vindt een meisje. "Als je het de eerste keer ziet, denk je waar zijn we mee bezig", zegt een ander. Maar na verloop van tijd raak je er volgens haar aan gewend. Een ander meisje vindt dat ook en zegt: "Al die clips, beetje vies, als je het gewend bent niet meer."

Gevoelens

In beide groepen vertellen de meisjes zowel over gevoelens van seksuele opwinding als van schaamte of schuld. Als de gespreksleider vraagt hoe het is om langs reclameborden van Sloggi te fietsen, vertelt een meisje dat "als je zelf bedekt bent en je ziet zo'n foto, dan is het schandelijk". Ze kan niet precies uitleggen waarom ze dit vindt. In ieder geval is het volgens haar niet nodig om je als vrouw zo bloot te kleden. Als meisje krijg je immers ook aandacht van jongens wanneer je bedekte kleding draagt.

Later ontstaat in deze groep een gesprek over porno kijken door meisjes, zonder dat hier naar gevraagd is door de gespreksleiders. De meisjes zijn het erover eens dat dit voor ieder meisje anders is, omdat ieder meisje er andere gevoelens bij krijgt. Een meisje zegt het volgende, terwijl ze wijst naar haar vriendin naast haar: "Als we samen naar een pornofilm zouden kijken, dan zou ik het ook wel willen doen (...)". Dit terwijl de vriendin die seksuele gevoelens waarschijnlijk niet krijgt. Volgens een ander meisje ligt dit verschil aan hormonen; bij de een werkt dat anders dan bij een ander. Een van de meisjes zegt dat zij zich schaamt als zij dit soort beelden ziet:

"Je ziet dan een ander meisje die zoiets doet, ook zo op tv, dan schaam jij je.
Ja, dan lijkt het of ik daar ben. Alsof jij een indringer bent."

Volgens een ander meisje is het voor meisjes anders dan voor jongens. De meisjes lijken het hierover eens te zijn. Hoe anders vinden ze een lastige kwestie. Een meisje vertelt dat jongens zich gaan aftrekken als ze porno zien. Maar meisjes doen niks volgens haar. "Ga je jezelf zitten vingeren of zo?" Hierop beginnen de meisjes allemaal door elkaar te praten en te discussiëren over masturbatie. Ze komen er niet precies uit of dit nu zin heeft of niet. Een meisje denkt dat meisjes ook seksuele behoeften krijgen bij het zien van porno, maar hun seksuele gevoelens niet omzetten in gedrag. Ze vertelt dat meisjes het graag wel "zouden willen doen" maar dat ze bang zijn dat anderen hen een "hoer" noemen. Daarom doen ze dit niet. "Meisjes denken meer aan hun reputatie."

In de andere groep wordt weinig gesproken over gevoelens van seksuele opwinding. Er wordt vooral over de pijnlijke gevoelens gesproken die de meisjes ervaren wanneer ze naar de beelden van seks in de media kijken. Een meisje vertelt dat ze vindt dat vrouwen in die clips misbruikt worden. "Het is eigenlijk misbruik door mannen want ze gebruiken een vrouw om indruk te maken op andere mensen". Een ander meisje zegt dat ze het "pijnlijk" vindt om naar deze clips te kijken, "omdat ik ook een meisje ben". De andere meisjes weten niet zo goed wat ze hier van vinden.

Uiterlijk

De beelden in de media beïnvloeden de manier waarop meisjes kijken naar hun eigen uiterlijk, vinden de meeste meisjes in de meisjesgroepen. Zo zegt een meisje dat je "niet blij [bent] met je zelf als je naar zo'n model kijkt, dan denk je, je hoort dun te zijn". De meisjes vertellen dat veel meisjes ook een platte buik of ronde borsten willen. Een meisje

vertelt over haar tantes die voor de tv praten over hoe ze ook zo'n platte buik als de vrouwen op tv kunnen krijgen. Zelf vindt dit meisje dit niet nodig, maar een aantal andere meisjes geeft aan dit ook zelf te willen. Ook wil een aantal meisjes graag een lichtbruine kleur zoals een van de vrouwen op plaatjes in de powerpoint.

Beelden zoals in de powerpoint hebben volgens de meiden meer invloed "als je onzeker bent over jezelf". Door de beelden in de media ga je "als je zelf dik bent diëten". "Dat doen veel meiden". Ook gaan sommige meisjes dezelfde kleding, haarstijl en make-up dragen die ze op tv zien. Slechts één meisje vertelt dat ze echt alles nadoet van haar idool, van kleding tot kapsel. De andere meisjes zeggen dat zij niet een dergelijk idool hebben die zij zo veel mogelijk kopiëren.

Tegelijkertijd zijn de meisjes erg kritisch over de vrouwen die ze zien in de media en over het realiteitsgehalte van mediabeelden. In beide meisjesgroepen vinden de meeste meisjes de vrouwen in de media te dun. "Sommige modellen hebben helemaal geen reet". Ook worden andere vrouwen op foto's juist aangewezen als "te breed" of "te zwart". Of ze vinden de vrouwen op de foto's "lelijk".

Voor de meisjes is het tegelijkertijd ook duidelijk dat veel vrouwen in het echte leven er anders uitzien dan de vrouwen die zij in de media zien. Dat komt volgens de meisjes onder andere omdat foto's bewerkt worden, de vrouwen plastische chirurgie hebben ondergaan of veel make-up dragen. "Ja het is wel een mooi figuur maar je kan wel zien dat het niet van haarzelf is. Maar ze bewerken het ook op de computer. Alsof het haar vliegt. En make-up. Ze maken zich bruiner." Volgens de meisjes weten de jongens vaak niet dat dit niet echt is. Gelukkig houden de meeste jongens helemaal niet van dunne vrouwen. "Ze heeft niks om je aan vast te houden".

In de tweede meisjesgroep vertellen de meisjes dat ze minder beelden van mannen in de media zien dan van vrouwen. Mannen hebben ook vaker kleding aan op de foto, valt de meisjes op. Het bovenlijf kan eventueel wel bloot zijn. Dat de rest niet bloot is vinden de meeste meisjes logisch. "Ze gaan niet met hun ding op de foto." Dat vinden de meeste meisjes prima want ze zien liever geen blote penis op de foto. In deze groep zijn de meisjes het er met z'n allen over eens dat vrouwen nu eenmaal opwindender zijn om naar te kijken dan mannen: "Ze hebben een mooi lichaam, ze hebben borsten, heupen. Maar jongens hebben alleen maar een lul en dat is gewoon sowieso bedekt." Dat is volgens de meisjes een reden waarom je minder mannen met weinig kleding ziet in de media. Een andere reden is volgens een meisje omdat mannen simpelweg minder vaak (half)naakt op een foto willen.

"Mannen geven zich niet vaak bloot... Maar bij vrouwen is het anders, die denken: het kan geen kwaad als ik halfnaakt op de foto sta. Maar een man denkt eigenlijk: ja ik bezit het eigenlijk, ik hoef het met niemand te delen. Dat is van mijzelf."

De gespreksleider vroeg of vrouwen dan minder vaak denken dat hun lijf van henzelf is. Hierop antwoordden de meisjes volmondig "ja".

Jongens kijken vaker naar het uiterlijk en het lichaam van meisjes dan andersom, denken de meisjes in beide groepen. "Jongens kijken eerder naar billen en borsten dan

naar gezicht." Of dit gedrag van jongens met de beelden in de media te maken heeft, weten de meisjes niet. Wel is voor een aantal meisjes duidelijk dat wanneer je als meisje meer bedekte kleding draagt, jongens juist eerder je persoonlijkheid leuk gaan vinden. Als je echter weinig kleding aan hebt dan willen jongens "geen contact met je om een leuk gesprek te hebben, maar dan ze willen iets meer van je... Dan gaat het om het uiterlijk".

Ouders

In de eerste meisjesgroep vertellen de meisjes dat veel ouders het niet goed vinden dat hun kinderen naar beelden van seks in de media kijken. Vaders zijn hier strenger in dan moeders. Maar volgens de meisjes kunnen ouders het niet controleren of hun kind naar deze beelden kijkt. Ze weten niet wat hun kind op internet ziet en ook de tv staat vaak op de eigen kamer. Ouders accepteren eerder van jongens dat ze naar beelden van seks in de media kijken dan van meisjes. "Het is een jongen zeggen ze dan."

De meisjes vertellen dat zij door hun ouders ook op andere terreinen anders worden behandeld dan jongens. "Jongens mogen sowieso veel meer dan meisjes. Dat is toch niet eerlijk?" De meisjes beginnen harder te praten als dit thema wordt aangesneden. "Als meisjes gaan klagen, zeggen ze altijd 'het is een jongen'." Ouders letten veel minder op jongens dan op meisjes. De meisjes vinden dit niet kloppen:

"Ze [ouders] zouden ons [meisjes] meer moeten vertrouwen, en de jongens meer regels moeten geven. Maar ja, daar houden ze [de jongens] zich toch niet aan."

Ook in de tweede meisjesgroep wordt dit verschil in behandeling van meisjes en jongens door ouders aangehaald. "Een Turkse moeder vindt het niet erg als haar zoon seks heeft." Bij dochters wordt hier heel anders op gereageerd. De meisjes denken dat jongens door deze andere benadering eerder aan seks gaan doen dan meisjes. Een andere gevolg is dat de meisjes nauwelijks met hun moeders kunnen praten over seksualiteit. Volgens de meisjes zijn moeders bang dat meisjes "het dan meteen gaan uitproberen".

Ouders zijn ook een belangrijke factor als het gaat om het nadoen van videoclippen, denken veel meisjes in zowel de eerste als de tweede meisjesgroep. Meisjes die de clips nadoen hebben een "andere cultuur". Wanneer de meisjes zelf de clips na zouden doen door bijvoorbeeld het dragen van blote kleding, zouden zij grote problemen krijgen met hun ouders.

Seksueel grensoverschrijdend gedrag

Als de meisjes wordt gevraagd of jongens anders met meisjes omgaan door het zien van de beelden dan vertellen de meisjes in de eerste groep dat zij merken dat jongens vieze woorden gaan gebruiken. "Ze zeggen gelijk 'lekker ding'." Ook zijn er jongens die de beelden van tv na willen doen. Een meisje vertelt: "Een vriendin van mij, haar vriendje, die ziet die clip en zegt: Kom dat gaan wij ook proberen". Ook een ander meisje heeft een voorbeeld van een vriendin wier vriendje de seks van tv wilde nadoen. De meisjes deden het terwijl ze het zelf niet wilden. De meisjes uit de focusgroep zeggen zelf te

weigeren wanneer hun vriendje of man zou willen dat zij seksuele handelingen van tv na zouden doen.

Later vertelt een meisje hoe zij door een familielid werd gevraagd om seksuele handelingen te verrichten terwijl hij zijn penis aan haar laat zien. Zij koppelt deze ervaring echter niet aan de media, maar meer aan het feit dat ze moet luisteren naar hem. Terwijl ze vertelt over deze ervaring, spreken de andere meisjes haar meteen aan op haar eigen aandeel: "Dan blijf je toch niet in de kamer?" "Dan ga je toch zelf weg?"

Omgang met de andere sekse en met seksualiteit

In de tweede groep ontstaat een discussie tussen de meisjes of jongens altijd meteen seks willen met een meisje of niet altijd. Eerst zegt een meisje dat jongens alleen meisjes willen die 'makkelijk' zijn. Dit betekent dat "je gelijk met iemand meegaat" leggen ze de gespreksleider uit. Een ander meisje denkt dat jongens juist meer respect voor je krijgen als je 'moeilijk' bent. De meeste meisjes vertellen dat zij "wachten op de huwelijksnacht". Een van hen licht toe: "Heeft ook een beetje met geloof te maken". De gespreksleider vraagt of islamitische jongens dan ook niet aan seks voor het huwelijk doen. Jawel, vertellen de meisjes, "jongens wel". Een meisje legt uit dat Marokkaanse en Turkse jongens uit respect voor Marokkaanse en Turkse meisjes niet met hen naar bed gaan voor het huwelijk. Dat doen ze met Nederlandse meisjes.

"Als het een Nederlands meisje is zitten ze [jongens] gewoon aan de bil van het meisje en zo. Omdat ze [de Nederlandse meisjes] het niet erg vinden. Meestal vinden Marokkaanse meisjes dat wel."

De gespreksleider vraagt wat de meisjes ervan vinden dat jongens seks hebben voor het huwelijk. Hierop beginnen de meisjes allemaal door elkaar te praten. Ze roepen dat het niet eerlijk is. "We hebben het er vaak over, dat jongens het vaak doen". Het komt volgens meisjes doordat jongens "geen maagdenvlies" hebben. De meisjes zijn het er over eens dat zij het niet leuk vinden dat jongens wel seks hebben voor het huwelijk en zij zelf niet.

"Ik vind het wel jammer dat de meeste jongens niet maagd blijven tot het huwelijk. Ik heb liever een maagd, gewoon de eerste keer. Maar 100% komt dat echt niet voor. En het is pas 2008, laat staan 2012 of zo."

Toch zijn er ook wel islamitische meisjes die seks hebben, denkt een aantal meisjes. Maar dit weten ze niet helemaal zeker.

De gespreksleider vraagt of dit seksuele gedrag van de jongens te maken heeft met de beelden in de media van seks die ze zien zoals videoclippen. Dat denken de meisjes van niet. Toch zien ze wel jongens die een soort concurrentie aangaan met de beroemde mannen uit de media als het gaat om het versieren van zo veel mogelijk vrouwen. "Als jongens fan zijn van *50 Cent* dan willen ze nog beter zijn dan hem. Meestal denken ze: ik kan beter dan hem presteren."

Later wordt in deze groep verder gesproken over de overeenkomsten tussen videoclippen en werkelijkheid. De meisjes vinden de vrouwen die dansen om *50 Cent* in de videoclip 'Candy shop' "hoeren". De gespreksleider vraagt wat de meisjes ervan zouden vinden als

de video omgekeerd zou zijn: als het een vrouw was met een heleboel mannen om haar heen. Dan zou die vrouw ook een hoer zijn, leggen de meisjes uit.

“Een man laat zich omringen door veel vrouwen, ja maar van een man kun je niet snel zeggen, dat is een hoer. Ik ken het woord ook niet. We noemen het meer een player zeg maar.”

Een ander meisje geeft aan dat ‘player’ niet een negatief woord is zoals het woord ‘hoer’. Een ‘player’ is meer stoer, legt ze uit. De gespreksleider vraagt of het dan klopt dat “jongens eerder stoer zijn, vrouwen eerder hoeren”. “Ja”, zeggen de meisjes en ze zeggen dat ze dit niet eerlijk vinden. “Eigenlijk zouden we een woord moeten bedenken voor jongens die zich als hoeren gedragen.”

5.2.4 Behoeften van meisjes

De meisjes in beide groepen benadrukken gedurende het gesprek verschillende malen dat iedereen anders omgaat met beelden van seks in de media. Volgens hen heeft iedereen hierin een eigen keuze. Hoe jongeren omgaan met de media is daardoor moeilijk te veranderen. Als de gespreksleider vraagt of de beelden verboden moeten worden, geven in beide groepen de meisjes dan ook aan dat dit geen goed idee is. De meisjes in de tweede groep vinden daarbij dat de beelden over seks in de media niet alleen negatief zijn. “Je kan er ook veel van leren, als je het maar niet misbruikt, dus dat je het niet zomaar even gaat doen omdat je wilt weten hoe het voelt”. De gespreksleider vraagt of het ministerie iets zou kunnen doen aan de invloed van deze beelden. Een meisje antwoordt: “Als je verstand hebt, koop je het gewoon niet en dan komen er ook niet meer zulke foto’s, snap je. Het heeft niks te maken met wat het ministerie eraan kan doen.”

In beide groepen is er wel overeenstemming over dat de beelden niet goed zijn voor kinderen. Een meisje vertelt hoe ze zag dat haar kleine broertje vrouwen op de billen ging slaan omdat hij dit op tv had gezien. Kinderen moeten dus wel voor deze beelden beschermd worden is haar conclusie. De andere meisjes lijken het hier mee eens te zijn. Voor jongeren is deze bescherming niet nodig. Die kunnen prima zelf bepalen hoe ze met de beelden omgaan, denken de meisjes.

Als er in de tweede groep door de gespreksleider aan de meisjes wordt gevraagd of het een goed idee is om aan te geven dat sommige beelden niet echt zijn, ontstaat er een discussie tussen de meisjes. Een aantal meisjes denkt van niet. “Want”, zo luidt de redenering, “als het duidelijk is dat de borsten van de vrouw op de foto nep zijn, weet je ook dat je ze dus zelf ook kan krijgen”. Maar er zijn ook meisjes die denken dat het wel goed zou zijn als er bij een foto staat aangegeven dat de borsten van de vrouw niet natuurlijk zijn of dat de foto gefotoshopt is. Dit is volgens hen belangrijke informatie voor jongens om te weten. “Dat ze weten dat de hele grote ronde borsten niet normaal zijn.”

De meisjes in de eerste groep zeiden dat ze geen behoefte hadden aan meer informatie of gesprekken over dit thema. Wel vonden ze het interessant om te praten over de ongelijkheid tussen meisjes en jongens. Daar praten ze onderling ook veel over. Ook in de tweede groep werd er vaak over dit thema gesproken. Het praten over het thema seksualiteit vonden beide meisjesgroepen ook erg interessant. Maar de rol van de media vinden ze minder boeiend.

5.2.5 Verbanden en factoren (jongens)

Gevoelens

Bij de jongens brengen de beelden van seks in de media uit de powerpoint heel wat seksuele gevoelens teweeg. De jongens vinden de videoclip van *50 Cent* en de foto's uit de powerpoint "geil". "Mooie meiden..." wordt er verzucht. Bij de jongens in de eerste groep is ook aan de non-verbale communicatie te zien dat zij het opwindend vinden om naar de beelden uit de powerpoint te kijken. Zo gaat een jongen aan zijn kruis zitten tijdens het gesprek.

De jongens in de tweede jongensgroep leggen uit dat clips je "wel in de stemming kunnen brengen". "Het gaat dan vanzelf". Een andere jongen vertelt: "Je krijgt zin...je raakt eropgewarmd van..."

De echtheid van de beelden vinden deze jongens wel erg belangrijk. Zij vertellen dat ze (half) naakte vrouwen in videogames niet erg interessant vinden, omdat "die vrouwen niet echt zijn". Wat ze er wel leuk aan vinden is dat je "ze kunt maken tot een perfecte vrouw".

Daarnaast geven ze aan dat als een vrouw bloot op de foto staat, zij dit "voor haar werk doet". Een jongen zegt: "Dat betekent niet dat ze seks wil". Voor deze jongen en een aantal andere jongens uit de tweede jongensgroep is er dus een duidelijk verschil tussen er sexy eruit zien en echt seks willen.

Als er wordt gevraagd wat de jongens mooi vinden aan de vrouwen in de powerpoint, antwoordt een jongen meteen "haar lichaam"! Een andere jongen zegt: "prachtige billen... gladde tieten..." Opmerkingen over de lichaamsdelen van vrouwen zijn tijdens beide gesprekken regelmatig te horen. Ook als het gaat over meisjes die zij zelf tegenkomen spelen de lichaamsdelen een hoofdrol:

"Je weet toch als je bent met een meisje als ze grote billen en grote tieten heeft, dan geniet je er meer van. ...Dan kan je haar anaal neuken... Je moet iets kunnen vasthouden... ."

Kijken naar vrouwelijke lichaamsdelen is iets dat gewoon hoort bij jongens. "Een jongen kijkt naar vrouwen en die kijkt dan vooral naar een mooi lichaam..." , licht een jongen toe. Een jongen uit de eerste focusgroep wordt door de andere jongens uit deze groep uitgemaakt voor "homo" omdat hij dit volgens hen te weinig doet.

Ondanks de nadruk op lichaamsdelen is er een aantal jongens die de vrouw op de portretfoto in de powerpoint, op de voorkant van de glossy, leuker vinden dan de vrouw die met haar lichaam gehuld in een kleine bikini op de FHM staat. Bloter betekent dus niet per definitie spannender voor deze jongens. Later geeft een van deze jongens aan dat het voor hem bij meisjes niet alleen gaat om het uiterlijk. Het is volgens hem ook het innerlijk dat een meisje interessant maakt. Een aantal jongens is het hier mee eens.

De jongens uit de eerste groep en een aantal jongens uit de tweede groep beschouwen de beelden uit de powerpoint niet als seks. Een jongen uit de eerste groep geeft aan dat je door de plaatjes van seks en (half) naakte vrouwen wel opgewonden raakt en dat je fantasie gaat werken. Je gaat er van "doordenken". "Doordenken" betekent volgens een jongen, "een stappenplan". "Je ziet het en je denkt, ik zou hem er zo tussen steken..."

Deze gedachten ontstaan ook bij een aantal jongens als ze een meisje op straat zien lopen. "Je kent dat wel, als een meisje zo ordinair langs je loopt, dan ga je denken..... dat mag niet, zo denken, maar je ziet het wel". Als de jongens op straat "doordenken" betekent dat niet dat ze meteen een meisje bespringen. "Nee, er zijn andere mensen bij."

Vanuit de islamitische religie zou dit "doordenken" over seks eigenlijk niet mogen. "Normaal mag het ook niet. Na de ramadan maakt niet uit. Dan mag het ook niet." Toch vinden de jongens dat het wel moet kunnen: "Het moet op een gegeven moment toch gewoon kunnen, je ziet een mooie chick en dan begint het..."

In de tweede jongensgroep benadrukken verschillende jongens dat je gewend raakt aan de beelden van seks in de media. Dit komt omdat je de beelden zo vaak ziet, waardoor ze minder spannend worden.

"Het kan zijn dat je er een paar keer geil van wordt. Maar die kinderen die meer hebben gezien of meer hebben meegemaakt die zullen er niet echt geil van worden. Vroeger werd ik er ook wel geil van maar nu niet meer."

Uiterlijk

De jongens in zowel de eerste als de tweede jongensgroep kunnen zich voorstellen dat meisjes een gespierd lichaam voor jongens belangrijk vinden. In de eerste jongensgroep denken de jongens echter dat dit minder belangrijk is dan het bezitten van veel geld. "Het ziet er wel mooi uit, dat je gespierd bent. Ik denk dat vrouwen het leuk vinden als je goed gespierd bent, maar het is niet belangrijk." En later: "Wanneer je geld hebt, doet iedereen het met je, dan maakt het eigenlijk niet uit". De jongens refereren hierbij aan beelden die zij zien in de media: "Al die rijke mannen, wat voor vrouwen hebben die? Kijk naar die man van Playboy, hij heeft een paar vrouwen van onder de 30, hij is zelf over de 70". Het werken aan een gespierd lichaam vinden de jongens dus niet zo belangrijk. Een jongen vertelt dat hij zijn tijd niet wil verdoen met in de sportschool staan, in die tijd kun je volgens hem veel beter seks hebben. "Liever seksen dan een work out".

Volgens de jongens in de tweede jongensgroep raken meisjes wel opgewonden van zo'n six-pack.³ Een jongen hoorde meisjes erover praten en is toen gaan trainen om ook een six-pack te krijgen. Maar niet alle jongens in deze jongensgroep willen ook daadwerkelijk zo'n six-pack. Een wat dikkere jongen geeft aan dat hij "hier helemaal geen behoefte aan heeft". Hij heeft "schijt aan die stoerdoenerij". Volgens hem en een aantal anderen gaat het juist om het hebben van de juiste 'skills'. "Je moet de ballen hebben om op een meisje af te stappen". En daarna is het belangrijk "dat je jezelf blijft". Dit is voor de meeste jongens in deze groep belangrijker om een meisje te versieren dan het hebben van een goed gespierd lichaam.

Omgang met de andere sekse en met seksualiteit

In de eerste jongensgroep vinden veel jongens dat meisjes er zijn "om te gebruiken". Zo wordt er verteld dat een meisje vooral "heel hard moet pijpen". Hij doet hierbij ook voor

³ Hiermee wordt een gespierde buik bedoeld, ook wel "wasbordje".

hoe je het hoofd van een meisje naar beneden duwt. De andere jongens lijken hier met instemming op te reageren. De gespreksleider vraagt "of een meisje dan niet stikt". De jongen antwoordt hierop dat wanneer dit het geval zou zijn een meisje hem vanzelf wel zal wegduwen. De andere jongens reageren positief op dit verhaal. Ze vinden ook dat je, nadat je een meisje gebruikt hebt, doorgaat naar de volgende. Maar in deze groep vindt een aantal jongens liefde en het huwelijk belangrijk. Een jongen vertelt dat het meisje waarmee hij gaat trouwen wel maagd moet zijn. Toch zijn veel vrouwen "hoeren" volgens veel van deze jongens. Vrouwen gaan immers alleen voor het geld. Maar hier zijn wel uitzonderingen op. "Die vrouwen zijn gewoon hoeren, tenzij ze ergens echt van hem houden." De visie dat veel vrouwen 'hoeren' zijn komt verschillende malen in deze jongensgroep naar voren.

In de tweede jongensgroep vinden de jongens dat de meeste vrouwen hoeren zijn. Een meisje dat met verschillende jongens seks heeft, wordt door een aantal jongens wel bestempeld als 'hoer' maar lang niet alle jongens zijn het met deze 'stempel' eens.

Meisjes en jongens gaan anders met elkaar om, denken de jongens in beide jongensgroepen. "Een meisje praat over haar gevoelens voor een jongen met andere meisjes, dat doen jongens onderling niet." Bij jongens draait het toch meer om seks. Er wordt ook gedacht dat meisjes veel minder snel aan seks denken dan jongens. Die denken meer aan zoenen. "Ze zouden niet naar de jongens kijken, ik denk dat ze er anders over praten, ze zouden niet direct zeggen van met die wil ik neuken."

5.2.6 Behoeften van jongens

In de eerste groep pleit een aantal jongens voor "een harde aanpak" om te zorgen dat jongeren niet beïnvloed worden door de beelden. Ook zeggen ze dat je zeker 16 jaar moet zijn om naar beelden van seks op tv te mogen kijken. Een ander idee is om de beelden niet meer overdag uit te zenden. Een jongen oppert zelfs dat overdag de stroom moet worden uitgezet. Andere jongens relativiseren dit en geven aan dat seks op tv nu eenmaal zorgt voor veel publiciteit. "Zodat veel mensen kijken en ze veel geld binnen krijgen." De jongens zijn het er over eens dat deze beelden van seks in ieder geval niet goed zijn voor kleine kinderen.

Ook in de tweede jongensgroep vinden de jongens dat kinderen in bescherming zouden moeten worden genomen. Er zou volgens hen geen bloot te zien moeten zijn "op tijdstippen dat er kinderen kijken". Maar het hoeft niet te worden verboden. Wel zouden er dus minder beelden van bloot en seks moeten zijn. Zo wordt gezegd dat er in de games minder seks moet zijn, omdat "kinderen anders op ideeën komen". Ook lijkt het de jongens handig als er codes zijn waardoor kinderen seks op het internet niet kunnen zien. Het gaat de jongens om zowel bloot als seks op tv. Maar een man met ontbloot bovenlijf is niet erg, "want hij heeft geen borsten".

In de tweede jongensgroep wordt aangekaart dat het goed is om over deze thema's te praten. "Als puber vind je het normaal. Maar door erover te praten, vind je het niet normaal."

5.3 Resultaten van de expertmeeting

5.3.1 Visie van professionals op seksualisering

Als er aan de professionals wordt gevraagd wat voor beelden ze hebben gezien in de powerpoint, geeft een vrouw aan dat je in de media meer blote vrouwen dan mannen ziet. Zij krijgt hierin bijval van de meeste andere aanwezigen. Een man vraagt zich af "is bloot per definitie seks?" De term 'seksualisering' is volgens hem suggestief. De andere professionals geven aan dat de beelden vaak uitgaan van een rolverdeling tussen vrouwen en mannen waarin vrouwen er sexy uit moeten zien. Maar ook mannen worden op een stereotiepe manier afgebeeld, namelijk als stoer en gespierd.

Gevraagd naar hun mening over de beelden verwijzen de professionals al snel naar de invloed van deze beelden op jongeren. De professionals praten in eerste instantie vooral over ongelijke sekseverhoudingen: "Ik merk dat meiden zich dienstbaar opstellen naar jongens toe". Een andere vrouwelijke professional zegt:

"Het houdt het rollenpatroon in stand. We hebben de mond vol over gelijkwaardigheid. Maar ik zie beelden van blote vrouwen op de motorkap om de auto te verkopen."

De meeste professionals zijn het al gauw met elkaar eens dat zij deze sekseongelijkheid uit de media ook bij jongeren zien. Maar wat precies het aandeel van de media is in het in stand houden van deze sekseongelijkheid, is voor de professionals minder duidelijk. Een mannelijke professional merkt op:

"Het is te simpel om te stellen dat het door het beeldmateriaal komt. Het heeft impact, maar er is meer. Het is de hele tendens in de samenleving."

Een paar keer komt de discussie terug of beelden nu toenemen of niet. Is er nu echt sprake van seksualisering? Een mannelijke professional zegt: "Stel je voor dat dit onderzoek in onze jeugd had plaatsgevonden, dan hadden we er waarschijnlijk ook zo over gedacht". Later geeft een andere man aan dat de term "seksualisering impliceert dat er meer is dan dat er eerst was". En hij vraagt zich af of dit ook daadwerkelijk het geval is. Een andere man reageert daarop door te zeggen dat je "nu meer macht en lust ziet" in de media. Maar daar wordt door een andere man weer tegen ingebracht dat "seks altijd een machtspositie heeft gehad". Seksualiteit komt echter nu meer in de media en nu worden we er alleen meer mee geconfronteerd. Hierop reageert een vrouw, die vindt dat de beelden ook juist behoeften creëren. Later in de bijeenkomst wordt aan deze discussie nog de opmerking toegevoegd dat "openheid op zich heel goed is, maar dan wel op basis van gelijkwaardigheid". Hier lijken de meeste professionals zich in te kunnen vinden.

5.3.2 Visie van professionals op verbanden en factoren

Gedrag

De professionals zien dat jongeren de beelden uit de media op allerlei manieren nadoen. Er zijn hierin duidelijke verschillen te zien tussen de verschillende jeugdculturen. De beelden die het meest worden nagedaan zijn afkomstig uit de Gangsta rap en Hiphop scene. Er worden verschillende voorbeelden genoemd: jongeren dragen de kleding, gebruiken de gebaren die ze zien in videoclipps of gebruiken hetzelfde taalgebruik. Ook op internet is de invloed zichtbaar, bijvoorbeeld in de namen die jongeren kiezen in de e-mailadressen. Een aantal professionals wijst ook op gewelddadig gedrag dat jongeren nadoen uit clips. Dit laatste lijkt vooral te spelen bij jongeren die al problemen hebben.

In de manier waarop jongeren omgaan met de andere sekse, zien de professionals de invloed vanuit videoclipps erg duidelijk. "Meisjes worden gezien als lustobject en jongens moeten stoer zijn", zegt een professional. "Het beeld van meisjes als gebruiksvoorwerp", zoals veelvuldig te zien is in de media, zien zij ook zo, vertelt een man. Hierbij spelen ook culturele verschillen een rol. "Vooral Marokkaanse jongens maken meiden uit voor hoeren", zegt een vrouw.

De beelden hebben ook invloed op de manier waarop jongeren omgaan met seksualiteit. De meeste professionals zien dat jongeren steeds vroeger beginnen aan seks. Een man vertelt dat hij jongeren van twaalf in zijn spreekkamer krijgt die aan seks doen. Hij ziet onder jonge tieners geregeld ongewenste zwangerschappen. Dit verontrust hem. Een vrouw vertelt dat de beelden die meiden van TMF hebben, hen het idee geeft dat iedereen het doet. Dat dit waarschijnlijk toch niet alleen aan de beelden ligt, komt regelmatig in de discussie terug.

Psychosociaal welzijn

Als het gaat om het psychosociaal welzijn van de jongeren worden de gevolgen van de sterke schoonheidsnormen zoals die gepresenteerd worden door de media benadrukt. "Meisjes hebben de opdracht om steeds mooier te zijn". Deze visie komt in de bijeenkomst in verschillende varianten naar voren. Van de schoonheidseisen waar meisjes aan moeten voldoen, worden veel meisjes onzeker. "Meiden die een prachtig figuur hebben, maar zich niet mooi vinden". Maar ook het zelfbeeld van jongens wordt beïnvloed door de beelden. Jongens gaan bijvoorbeeld meer sporten om spieren te krijgen. Ook worden "ze erg gepusht om mooie meisjes aan te spreken".

Een andere invloed op het welzijn van jongeren is dat het "voor veel meisjes moeilijk is om grenzen aan te geven". Dit wordt door verschillende professionals, zowel mannen als vrouwen, naar voren gebracht in de bijeenkomst.

De beelden lijken vooral problematisch te zijn voor jongeren die er niet mee om kunnen gaan. Een vrouw vindt het vooral problematisch dat ze ziet dat anorexia, loverboyproblematiek en aanranding toeneemt.

Factoren

Verschillende malen komt naar voren dat bepaalde kwetsbare jongeren gevoeliger zijn voor de beelden dan andere jongeren. Maar wat maakt jongeren nu precies kwetsbaar? De professionals wijzen op uiteenlopende factoren. Opvoeding speelt een erg belangrijke rol. Jongeren hebben het goede voorbeeld nodig vanuit huis. Ook zijn de meeste professionals het erover eens dat het "belangrijk is dat jongeren van huis uit leren nee te

zeggen". Later wordt eraan toegevoegd dat jongeren weerbaarheid als principe moeten meekrijgen thuis uit. Wanneer jongeren te beschermd opgevoed worden krijgen ze dit vaak niet mee.

Ook kan het zijn dat seksualiteit thuis een taboe is, zoals in veel islamitische gezinnen het geval is. Daarbij komt dat er in deze gezinnen vaak een grote culturele kloof is tussen de thuissituatie en de buitenwereld voor deze jongeren. Dit maakt deze jongeren extra kwetsbaar.

De professionals geven verschillende malen aan dat groepsdruk onder jongeren ook een belangrijke rol speelt of je de beelden na gaat doen of niet. Maar ook juist jongeren die weinig vrienden hebben, of gepest worden, zijn extra kwetsbaar: zij willen er graag bijhoren en gaan daarom de beelden juist nadoen. Andere kwetsbare jongeren zijn jongeren met een laag IQ en met traumatische ervaringen.

In de omgeving of context waarin jongeren zich begeven, is de buurt sterk van invloed. Is er sociale controle? En hoe wordt die ingevuld? Daarbij is internet belangrijk. De meeste ouders hebben hier totaal geen zicht op.

5.3.3 Behoeften van professionals

Het is belangrijk dat professionals die werken met jongeren informatie hebben over de beelden die jongeren zien. Daarbij moeten zij ook weten hoe het er in de thuissituatie van jongeren aan toe gaat. Ook als docent is het belangrijk om te weten wat er buiten de school speelt.

De professionals hebben behoefte aan handvatten om de jongeren te helpen om te gaan met de beelden, in de vorm van beeldmateriaal, discussievormen en trainingen. Als er financiering aangevraagd wordt voor projecten is voor de argumentatie cijfermateriaal handig. Een en ander zou in een toegankelijke databank gezet kunnen worden, zodat ook goede voorbeelden verspreid kunnen worden.

De professionals zien een belangrijke taak weggelegd voor scholen, die het probleem structureler moeten aanpakken dan nu het geval is. Het moet niet alleen bij incidentele activiteiten blijven. Ook op de basisschool zou er meer aandacht moeten komen voor dit thema. Maar scholen zouden in deze taak niet alleen moeten staan. Een vrouw vindt dat er ook "een stimulans moet komen vanuit de overheid". Er moet volgens haar een soort bewustwording komen op dit thema, net zoals dat bij het klimaat is gebeurd. Als laatste, benadrukken de professionals, moet er voldoende geld worden uitgetrokken om initiatieven op dit gebied te ondersteunen.

5.4 Analyse

5.4.1 Dubbele moraal

De jongeren met wie we hebben gesproken, hebben bijna allemaal een niet-westerse achtergrond, hoofdzakelijk Turks of Marokkaans. Dat heeft consequenties voor de interpretatie. In deze culturen speelt familie-eer een belangrijke rol (Ermer, 2007).

Met familie-eer wordt hier de zedelijke familie-eer bedoeld. Deze zedelijke of seksuele eer is een belangrijk onderdeel van de maatschappelijke eer die families in deze culturen ervaren. Mannen en vrouwen hebben een zeer verschillend takenpakket in het handhaven en beschermen van deze eer. Vrouwen en meisjes vanaf de vruchtbare

leeftijd moeten zorgen dat zij kuis zijn. Dat betekent niet alleen dat zij geen buitenhuwelijks seksueel contact mogen hebben, maar ook dat zij zich netjes moeten kleden en in contact met jongens en mannen buiten de familie 'gepaste' afstand moeten bewaren. Vooral voor nog niet getrouwde meisjes worden vaak allerlei beperkingen opgelegd: zij moeten maagd blijven tot aan het huwelijk, worden nauwlettend in de gaten gehouden en mogen soms niet zonder begeleiding de deur uit. Verwacht wordt dat seksualiteit een taboethema voor hen is. Wanneer in de gemeenschap waar de familie van een meisje toe behoort wordt geroddeld dat een meisje niet netjes is (niet kuis), wordt de familie-eer geschonden. Mannen en jongens vanaf zo'n 12 jaar hebben de taak om de familie-eer te beschermen en dus om deze eerschending te voorkomen (Bakker & Felten, 2007). Jongens wordt daarom van kleins af aan geleerd om hun zusjes en later hun echtgenote in de gaten te houden. Voor jongens zelf is seksuele ervaring voor het huwelijk juist een pre. Seksueel actief zijn vormt een belangrijk onderdeel van het mannelijke eergevoel (Ermers, 2007). Er is dus sprake van een dubbele moraal.

De invloed van de geseksualiseerde media op de leefwereld van Nederlandse jongeren met een migranten- of vluchtelingenachtergrond zoals Turks, Koerdisch, Irakees, Afghaans, Pakistaans of Marokkaans is niet te begrijpen wanneer deze culturele context van familie-eer niet wordt meegenomen. Zo worden de vrouwen die dansen in videoclippen of half naakt in een tijdschrift staan, gezien als niet kuis. "Hoeren" zijn het, volgens veel jongens en meisjes. Deze vrouwen in de media zijn dus voor meisjes moeilijk te omarmen als rolmodellen op seksueel gebied. In hun omgeving wordt seksueel losbandig gedrag immers niet geaccepteerd. Als je je zo gedraagt als die vrouwen kom je in de problemen. Volgens de meisjes zijn het vooral de meisjes uit andere culturen, zoals Nederlandse of Surinaamse, die het sexy dansen nadoen, zich bloot kleden en seks hebben voor het huwelijk. Er is waarschijnlijk ook wel een aantal Turkse en Marokkaanse meisjes die dit doen, maar die doen dit volgens de meisjes in het geheim. Voor de jongens ligt dit geheel anders. Seksuele ervaringen worden door de jongens juist breed uitgemeten. Als je net als *50 Cent* veel vrouwen versiert, dan versterkt dit de mannelijke identiteit, vooral voor Marokkaanse en Turkse jongens. Voor een aantal jongens is deze dubbele moraal zelfs erg helder en duidelijk: de (Nederlandse / Surinaamse / Antilliaanse) vrouwen die je versiert zijn hoeren, de (Turkse / Marokkaanse) vrouwen die je trouwt moeten maagd zijn.

In de bijeenkomst met professionals wordt niet expliciet gesproken over familie-eer en een dubbele moraal, maar het wordt wel duidelijk dat veel van de jongeren met wie zij werken hiermee te maken hebben. Zo wordt verwezen naar Marokkaanse jongens die vroeg aan seks doen en meisjes beoordelen als 'hoeren'. Ook zien professionals dat in veel islamitische gezinnen seksualiteit een taboe is. De culturele kloof waar de jongeren uit deze gezinnen mee te maken hebben, maakt het voor deze jongeren extra lastig om met de geseksualiseerde media om te gaan.

5.4.2 Seks en seksueel (grensoverschrijdend) gedrag

Seksuele opwinding

In de focusgroepen met jongeren komt naar voren dat veel jongeren seksueel opgewonden raken van geseksualiseerde beelden in de media, vooral de jongens. Over

het algemeen worden jongens eerder opgewonden dan meisjes (Baumeister & Blackhart, 2007), maar het zou ook kunnen dat de beelden beter afgestemd zijn op de behoeften van (hetero) jongens dan van (hetero) meisjes. De jongeren zelf geven aan dat er maar weinig mannen zijn die zich bloot geven in de media. De meisjes en de jongens vertellen dat ze dit normaal vinden. Zij lijken hier aan gewend te zijn.

De jongens weten precies te benoemen wat zij aantrekkelijk vinden in de mediabeelden: het gaat vooral om billen en borsten. Ook bij het bekijken of versieren van meisjes in hun eigen omgeving lijkt het erop dat deze lichaamsdelen van meisjes verreweg de meeste aandacht krijgen. Het is daarom de vraag of deze jongens gaan kijken naar deze lichaamsdelen bij meisjes in hun omgeving omdat ze dit zien in de media of dat de media simpelweg inspeelt op de behoefte die er leeft bij deze jongens om deze lichaamsdelen te zien. De meeste professionals denken dat hier sprake is van een wisselwerking.

De meisjes weten veel minder goed dan de jongens aan te geven wat zij eventueel aantrekkelijk vinden in de geseksualiseerde beelden. Toch is uit de focusgroepen duidelijk geworden dat sommige meisjes wel degelijk seksuele gevoelens ervaren als zij naar de beelden kijken. Maar bij de meisjes komen er tegelijkertijd ook gevoelens van schuld en schaamte bij kijken. Dit hebben zij vooral wanneer zij deze beelden in het bijzijn van anderen zouden bekijken. Jongens ervaren echter ook gevoelens van schaamte, vooral bij de aanwezigheid van hun ouders, zoals in een van de gemengde groepen werd aangegeven.

Een mogelijke verklaring hiervoor ligt in de culturele achtergrond van deze meisjes en jongens. In families waar de zedelijke familie-eer voorop staat is het voor meisjes niet kuis wanneer zij seksuele opwinding ervaren, al dan niet door het bekijken van beelden. De gevoelens van schaamte kunnen in deze context betekenen dat de meisjes ervaren dat zij de regels overtreden en verwachten impliciet of expliciet hiervoor verworpen te worden (Ermers, 2007).

Eerder seks?

Als jongeren seksueel opgewonden raken van de geseksualiseerde beelden in de media, betekent dit dan ook dat zij eerder seks hebben? Zowel de jongens als de meisjes kennen andere meisjes en jongens die ook daadwerkelijk seks zouden hebben, geïnspireerd door de media, zoals videoclippen. Het is echter niet te achterhalen in hoeverre deze verhalen daadwerkelijk zijn gebeurd, aangedikt zijn of alleen maar verondersteld worden door de jongeren, dus of er daadwerkelijk sprake is van kopieergedrag. Een aantal professionals zeggen in ieder geval wél kopieergedrag onder jongeren waar te nemen. Dit geldt volgens hen vooral voor kwetsbare jongeren (zie paragraaf 5.4.5). De professionals merken dat de leeftijd steeds jonger wordt waarop jongeren aan seks gaan doen. In onderzoek wordt dit bevestigd (De Graaf et al., 2005).

Het omzetten van seksuele gevoelens in gedrag is voor meisjes die opgroeien in een cultuur waarin een dubbele moraal omtrent seksualiteit wordt gehanteerd ingewikkelder dan voor jongens. In tegenstelling tot jongens kunnen meisjes door actief seksueel gedrag problemen krijgen met hun ouders of leeftijdsgenoten. Ze krijgen snel het stigma 'hoer' opgeplakt. Het omzetten van seksuele gevoelens in seksueel gedrag houdt voor meisjes dus een groot risico in. De meisjes lijken zich sterk bewust van deze risico's. Meisjes praten in de focusgroepen ook weinig over eventueel seksueel gedrag van

henzelf. Geen enkel meisje geeft expliciet te kennen dat zij ooit vrijwillig aan seks heeft gedaan. De mogelijke invloed van de media op hun eigen seksuele gedrag was hierdoor moeilijk bespreekbaar.

Het is duidelijk dat voor de jongens uit de focusgroepen en voor veel jongens waar de professionals mee te maken hebben, het willen en hebben van veel (hetero)seks statusverhogend is. Er lijkt sprake te zijn van een sterke groepsdruk onder deze jongens om zoveel mogelijk over seks te praten en aan seks te doen. In de eerste groep leek er een dynamiek tussen de jongens te ontstaan waarin zij elkaar zo veel mogelijk imponeerden met de houding dat vrouwen er alleen zijn om te gebruiken voor seks. Dit lijkt een jongen populair te maken bij zijn leeftijdsgenoten. Er was zelfs erg weinig ruimte om zich te onttrekken aan deze groepsnorm en -druk. Zo werd in de eerste focusgroep een jongen die volgens de andere jongens niet (genoeg) vertelde dat hij opgewonden werd van de foto's van schaars geklede vrouwen voor "homo" uitgemaakt. Niet voldoen aan de norm om als jongen altijd (hetero)seks te willen, werd dus door de andere jongens direct afgestraft. Zoals ook al omschreven wordt in het literatuuronderzoek, belonen 'peers' een (hetero)seksueel actieve houding. Het gegeven dat de jongens weinig praatten over de beelden van mannen in de media kan ook te maken hebben met een zekere angst om als homo te worden gezien.

Over de grens?

In een meisjesgroep wordt gerefereerd aan twee meisjes die ervaring hadden met seksueel grensoverschrijdend gedrag, dat geïnspireerd was door de media. De meisjes veroordeelden dit gedrag sterk.

Opvallend was dat een meisje die een eigen ervaring vertelde over seksueel grensoverschrijdend gedrag door een familielid, kritische vragen kreeg van de andere meisjes uit de groep. Het idee leeft dat meisjes zelf verantwoordelijk zijn voor het aangeven van hun grenzen in seksueel contact. De andere meisjes maakten dit meisje duidelijk dat zij zelf werd geacht in te grijpen: zij had weg moeten lopen. Ook in een jongensgroep komt dit naar voren in de mening van een jongen dat een meisje hem zelf een duw zal geven wanneer ze bijna zou stikken tijdens het pijpen. Het lijkt erop dat sommige jongens de mening zijn toegedaan dat zij niet zelf in de gaten hoeven te houden of zij de grens van een meisje overschrijden. Deze verantwoordelijkheid ligt alleen bij het meisje. Dit zou kunnen betekenen dat meisjes die open zijn over seksueel grensoverschrijdend gedrag dat zij hebben meegemaakt, het risico lopen dat zij hiervoor veroordeeld worden door hun omgeving.

Er zijn dus verhalen bekend bij de meisjes uit de focusgroepen over jongens die over de grenzen van meisjes heen gaan onder invloed van de media. Ook is duidelijk geworden dat de meeste professionals denken dat er een duidelijk verband is tussen de geseksualiseerde beelden en de grote mate waarin zij seksueel grensoverschrijdend gedrag en loverboyproblematiek tegenkomen in de praktijk.

In de focusgroepen waren verschillende jongens die vinden dat vrouwen en meisjes er zijn "om te gebruiken voor seks". Het lijkt te draaien om hun lichaam: billen, borsten en vagina. De professionals zien hierin duidelijke overeenkomsten met videoclippen. In songteksten van Hiphop artiesten, en vooral uit de Gangsta rap, worden vrouwen dan ook Ho's ('hoeren') genoemd. Het idee van veel jongens dat vrouwen hoeren zijn roept de vraag op of de wensen en grenzen van een meisje op seksueel gebied in acht worden

genomen als er daadwerkelijk sprake is van seks. Het kan echter ook zijn dat deze jongens de visie 'vrouw als hoer' alleen uitten om stoer te doen ten opzichte van hun leeftijdgenoten. Wel lijkt het erop dat deze jongens er waarschijnlijk niet op worden aangesproken als zij over de grenzen van een meisje gaan. Veel jongeren vinden dat meisjes zelf verantwoordelijk zijn voor het duidelijk aangeven van hun grenzen aan jongens. En dat is nu precies wat meisjes in de ogen van veel professionals vaak niet goed kunnen.

De eerder genoemde dubbele moraal en de beeldvorming ten aanzien van jongens (een jongen is stoer als hij met veel meiden seks heeft) vormt een risicofactor voor (seksueel) grensoverschrijdend gedrag, zowel voor meisjes als voor jongens. Uit eerder onderzoek onder jongeren uit het praktijkonderwijs in Amsterdam is gebleken dat deze dubbele moraal en hiermee gepaard gaande opvattingen invloed heeft op de manier waarop jongens hun grenzen op seksueel gebied al dan niet aangeven (Janssens et al., in voorbereiding). Ook is bekend dat een denigrerende houding naar vrouwen en/of meisjes grensoverschrijdend gedrag in de hand kan werken (Malamuth, Heavey & Linz, 1996; Marshall & Moulden, 2001; Maxwell, Robinson & Post, 2003).

5.4.3 Objectivering en zelfobjectivering

Schoonheidsnormen

De meisjes vergelijken hun eigen uiterlijk regelmatig met het uiterlijk van de vrouwen die zij zien in de media, net als andere meisjes om hen heen. Soms heeft dat gevolgen voor gedrag, zoals lijnen. Vooral onzekere meisjes zouden dat doen. Deze visie wordt ook in de literatuur regelmatig aangehaald. Opvallend is wel dat de meisjes de beelden uit de media niet klakkeloos overnemen. Zo vinden veel meisjes de vrouwen in de media te dun. Volgens hen denken jongens daar ook zo over. Wellicht speelt het mee dat de meisjes een niet-Westerse achtergrond hebben. Zo bepalen de schoonheidsnormen in Turkije dat vrouwen juist dikker moeten zijn (Prepost, 2004). Het kan dus goed zijn dat de meisjes vanuit hun culturele achtergrond het Westerse dunne schoonheidsideaal niet onderschrijven. Ook is het mogelijk dat zij zich net zoals Afro-Amerikaanse meisjes in de Verenigde Staten niet altijd herkennen in de witte en veelal blonde vrouwen die in de media te zien zijn (Duke, 2000). Daarom zouden zij de geïdealiseerde schoonheidsidealen niet of minder snel overnemen. Tegenwoordig zien wij echter in de media ook meer Afro en Latijns-Amerikaanse vrouwen zoals de populaire Beyonce en Jennifer Lopez. Maar het kan zijn dat meisjes met een Turkse en Marokkaanse achtergrond zich ook met deze vrouwen weinig identificeren. Dit vraagt om nader onderzoek.

Voor meisjes is het uiterlijk belangrijker dan voor de jongens; meisjes worden dan ook door de jongens op hun uiterlijk, en dan vooral hun lichaam, beoordeeld. De jongens bevestigden dit, maar sommigen geven ook aan dat zij het innerlijk belangrijk vinden. Wanneer een jongen dit doet, verwachten meisjes dat een jongen op zoek is naar een meer serieuze relatie en niet alleen seks wil. Meisjes zelf kijken ook zeker naar het uiterlijk van jongens, maar ze praten daar veel minder over.

De professionals denken dat steeds meer jongens gespierd willen zijn en daardoor onder druk staan. Een aantal jongens uit de focusgroepen wil wel een six-pack, maar lijkt de waarde hiervan te relativiseren. De meeste jongens denken dat ook andere

persoonskenmerken van belang zijn om een meisje te versieren zoals veel geld of de juiste vaardigheden. Jongens geven dus, in overeenstemming met eerder onderzoek, minder aan beïnvloed te worden door de media als het gaat om hun eigen lichaam. Dit betekent echter niet dat ze ook daadwerkelijk minder beïnvloed worden. Volgens de professionals kopen jongens, net als meisjes, kleding die ze zien in de media, zoals de kledingdracht uit de Hiphop en Gangsta rap clips.

Gevolgen voor psychosociaal welbevinden

De meisjes vinden het niet fijn dat jongens veel nadruk leggen op hun uiterlijk en lichaam en minder op andere persoonskenmerken. Als een jongen serieus is, kijkt hij juist ook naar het innerlijk, en dat waarderen de meisjes meer.

Ook een aantal jongens lijkt het niet fijn te vinden dat zij niet zo'n gespierd lijf hebben zoals de mannen in de media, maar laten zich daar niet expliciet over uit. De vraag is of jongens dit wel durven te zeggen in de setting van de focusgroep. De groepsdruk leek in ieder geval te groot om zich op een dergelijke kwetsbare manier op te stellen. Dit zou waarschijnlijk ernstige schade hebben toegebracht aan hun imago als 'man' (zie o.a. van Oosten & Van der Vlugt, 2002). Om hier zicht op te krijgen zijn individuele interviews (met jongens) nodig.

Een negatief aspect van de nadruk op het uiterlijk dat kort aan bod komt is anorexia. Een van de meisjes geeft aan dat je anorexia kan ontwikkelen door het zien van de beelden. De visie van een aantal professionals sluit hierbij aan: de geseksualiseerde media heeft volgens hen als gevolg dat meer meisjes anorexia en andere eetproblemen ontwikkelen. Dit wil daarom niet zeggen dat ze het in hun omgeving daadwerkelijk zien.

Objectiveren

Objectiveren is in dit rapport gedefinieerd als *de overmatige belangstelling voor iemands lichaam of uiterlijk, in combinatie met een gebrekkige aandacht voor andere kenmerken van die persoon*. Dit lijkt het geval in de manier waarop sommige jongens naar meisjes kijken. De persoon van een meisje lijkt door jongens die beweren dat meisjes er alleen zijn om te gebruiken, soms zelfs geheel terzijde te worden geschoven. In hoeverre er sprake is van zelfobjectivering is moeilijk uit te maken. De meisjes in deze groepen vonden naast hun uiterlijk ook andere persoonskenmerken van zichzelf belangrijk, Opvallend is dat veel jongens aangaven dat zij vooral aandacht van meisjes krijgen wanneer zij veel geld hebben. Hierbij is dus geen sprake van objectivering zoals gedefinieerd, maar wel kunnen jongens het gevoel hebben dat hun persoonlijkheid voor meisjes onderdoet voor materiële zaken. Dit vraagt om nader onderzoek.

Van belang is dat een mogelijk verband tussen objectivering en seksualisering gezien wordt vanuit de context waarin de jongeren leven, bijvoorbeeld waarin er een structurele ongelijkheid lijkt te bestaan tussen de behandeling van meisjes en de behandeling van jongens, zowel door hun ouders als door leeftijdsgenoten.

5.4.4 Sekseongelijkheid, seksueel gedrag en psychosociaal welbevinden

De meeste professionals menen dat de beelden in de media een negatieve invloed hebben op de manier waarop meisjes en jongens met elkaar en met seksualiteit omgaan. Meisjes stellen zich dienstbaar op ten opzichte van jongens en dit vinden professionals

geen goede ontwikkeling. De meisjes in de focusgroepen ervaren sekseongelijkheid in hun dagelijks leven en laten zich daar verontwaardigd over uit: "Het is niet eerlijk!".

Deze sekseongelijkheid wordt door de meisjes niet direct in verband gebracht met de geseksualiseerde media. Duidelijker dan de rol van de media vinden zij de rol die hun ouders spelen in het creëren van deze sekseongelijkheid. De meisjes vertellen dat hun ouders meisjes anders behandelen dan jongens, vooral als het gaat om seksualiteit. Meisjes krijgen door ouders veel beperkingen op dit terrein opgelegd en jongens nauwelijks. Maar niet alleen de ouders maar de gehele omgeving hanteert dubbele maatstaven: een jongen die veel aan (hetero)seks doet is stoer en een meisje dat hetzelfde doet is een hoer. Ook schrijven sommige meisjes de dubbele seksuele moraal, en de daarmee gepaard ongelijkheid tussen meisjes en jongens, toe aan onveranderbare verschillen tussen meisjes en jongens. Het meest in het oogspringende voorbeeld: de aanname dat jongens seks voor het huwelijk kunnen hebben omdat zij, in tegenstelling tot meisjes, geen maagdenvlies hebben dat intact moeten blijven tot het huwelijk. Daarnaast is de tweede meisjesgroep van mening dat jongens en meisjes nu eenmaal gewoon anders zijn. Kortom: Het lijkt erop dat sekseongelijkheid zo sterk vervlochten is in hun alledaagse leefwereld, dat zij het moeilijk vinden om na te denken en te praten over wat hier specifiek de rol van de media in is.

De jongens in de focusgroepen laten niet blijken dat zij last zouden hebben van de verhoudingen tussen meisjes en jongens en met seksualiteit. Ook hier weer geldt dat het de vraag is of jongens die hier moeite mee hebben dit aan zouden geven in de setting van een focusgroep.

5.4.5 Kwetsbare jongeren, risico- en beschermende factoren

Omdat dit kwalitatieve onderzoek uitgevoerd is onder een kleine groep jongeren, is het niet mogelijk om een volledig beeld te geven van kwetsbare groepen jongeren. Daarvoor is meer onderzoek nodig. Toch is er wel een aantal aanwijzingen naar voren gekomen die het mogelijk maken om een aantal kwetsbare groepen te onderscheiden. Daarnaast spelen specifieke risico- en beschermende factoren een rol, die ervoor kunnen zorgen dat een jongere meer of minder kwetsbaar is om door beelden in de media beïnvloed te worden.

Kwetsbare jongeren

Jongens en meisjes

Zowel meisjes als jongens worden door beelden in de media beïnvloed. Meisjes vergelijken hun eigen uiterlijk regelmatig met de vrouwen in de media. Maar ook jongens worden zowel wat betreft hun uiterlijk als hun seksuele gedrag mogelijk beïnvloed door de media (bijvoorbeeld het nastreven van een zogenaamde 'six-pack'). Doordat er sprake lijkt van groepsdruk onder de jongens in de focusgroepen, is er nog te weinig duidelijk geworden over hoe jongens nu daadwerkelijk deze media individueel beleven en op welke wijze dit mogelijk invloed heeft op hun gedrag.

Turkse en Marokkaanse jongeren

Opvallend is dat jongeren zelf denken dat afkomstig zijn uit de Turkse en Marokkaanse cultuur ervoor zorgt dat je het gedrag uit de geseksualiseerde media minder snel gaat nadoen. Er wordt verschillende malen aangegeven dat het jongeren uit andere culturen

zijn die de beelden in de media nadoen. Het blijkt dat de jongeren het hier vooral hebben over meisjes, die het dansen uit videoclips nadoen en zich op eenzelfde manier kleden. Mogelijk doen meisjes uit de Turkse en Marokkaanse cultuur ook deze beelden na, maar wordt hier minder openlijk over gesproken omdat dergelijk seksueel gedrag voor deze meisjes taboe is en hun reputatie schaadt. Opvallend is dat het gedrag van jongens door de jongeren minder in verband wordt gebracht met cultuur. Jongens proberen zoveel mogelijk meisjes te versieren, en dit lijkt voor de jongeren niet voorbehouden aan jongens uit een bepaalde culturele groep. De dubbele moraal die uit de gesprekken met jongeren naar voren komt, en die gangbaar is onder Turkse en Marokkaanse jongeren, vormt in ieder geval wel een belangrijke factor in dit opzicht (zie onder).

De professionals maken zich juist zorgen over jongeren afkomstig uit de Marokkaanse cultuur of andere islamitische culturen. Zij zien juist bij deze jongeren een sterke invloed van de media. Zij zien dat juist Marokkaanse jongens vroeg aan seks beginnen. Ook wordt in de gezinnen waar deze jongeren vandaan komen, weinig over seksualiteit gesproken. Hierdoor zijn deze jongeren volgens de professionals kwetsbaar voor de invloed van geseksualiseerde media.

Jongeren met een verstandelijke beperking

Een andere kwetsbare groep vormen jongeren met een verstandelijke beperking volgens professionals.

Risico- en beschermende factoren

Of een jongere daadwerkelijk beïnvloed wordt hangt niet alleen samen met risicofactoren, maar ook met bescherming en bedreiging vanuit de omgeving. Uit dit onderzoek komt slechts een beperkt aantal beschermende factoren naar voren. Ze worden niet expliciet genoemd, maar zijn vaak het positieve spiegelbeeld van een risicofactor (zo is een gebrek aan zelfvertrouwen bijvoorbeeld een risicofactor, en kan een positief zelfbeeld en zelfvertrouwen een beschermende factor zijn).

Dubbele moraal

Veel jongeren met een allochtone achtergrond groeien op in een cultuur waar een dubbele moraal heerst ten aanzien van seksualiteit, die vooral wordt ingegeven door de zedelijke familie-eer (dit geldt onder andere voor jongeren uit Turkije, Noord-Afrika en het Midden-Oosten; Ermers, 2007). De mogelijke invloed van de media op attitudes en gedrag van deze jongeren moeten begrepen worden binnen deze culturele context. De media hebben in dit kader waarschijnlijk een versterkend effect. Ook de culturele kloof waar de jongeren uit islamitische gezinnen mee te maken hebben, maakt het voor deze jongeren extra lastig om de met de geseksualiseerde media om te gaan. Overigens kan de cultuur ook een relativerende rol spelen. De meisjes vinden veel vrouwen die ze in de media zien te dun en lelijk; in hun cultuur worden rondere vormen vaak mooier gevonden.

Een gebrek aan zelfvertrouwen

Een factor die naar voren is gekomen is een gebrek aan zelfvertrouwen of onzekerheid. Zo denken de meisjes dat meisjes die onzeker zijn eerder op dieet gaan om er uit te zien als de slanke vrouwen in de media of op een andere manier hun uiterlijk aanpassen. Maar de professionals zien ook dat jongeren juist door de media onzeker worden. Meisjes

gaan door de media twijfelen aan hun uiterlijk. Hoewel jongeren aangeven dat ze op verschillende manier hun gedrag aanpassen om te voldoen aan bepaalde schoonheidsnormen (bijvoorbeeld een six-pack of het hebben van een platte buik) geven de jongeren niet expliciet aan dat ze onzeker worden van de beelden.

Groepsdruk

Wat door jongeren wel benoemd wordt, is de groepsdruk. De jongeren vertellen dat je populair wordt als je bepaald geseksualiseerd gedrag vertoont. Dit geldt dan alleen voor jongens. Meisjes zijn bang om door elkaar veroordeeld te worden op hun seksuele gedrag. Waar groepsdruk er bij de jongens voor leek te zorgen dat zij juist uitgebreid opschepten over hun seksuele daden, leek groepsdruk er bij de meisjes voor te zorgen dat zij hun seksuele daden juist voor elkaar verzwegen.

Ook de professionals menen dat groepsdruk een risicofactor is. Volgens hen zijn jongeren die er graag bij willen horen dan ook kwetsbaar voor de invloed van de media. Zij denken ook aan gepest worden als risicofactor. In de focusgroepen was er een meisje dat aangaf het uiterlijk van haar idool volledig te kopiëren. Dit meisje hing duidelijk een beetje buiten de groep. Vanuit de visie van professionals zou het kunnen dat haar kopieergedrag een manier is om een betere plek in de groep te veroveren.

Opvoeding

De opvoeding wordt door de professionals meerdere malen genoemd als een bepalende factor. De jongeren praten niet zo zeer over opvoeding, maar wel over ouders. Bij hen thuis wordt weinig gepraat over seksualiteit. Vooral voor meisjes is de boodschap van de ouders dat zij vooral niet aan seks mogen doen voor het huwelijk. Verschillende jongeren vonden de beelden daarom niet slecht, omdat ze er veel van konden leren over seksualiteit. Op deze manier hebben de beelden hun invloed: ze worden gezien als informatiebron over seksualiteit. De visie van de professionals lijkt hiermee te worden bevestigd: een taboe op seksualiteit thuis zorgt er voor dat de media een sterkere invloed krijgen.

In een meisjesgroep wordt aangegeven dat ouders vaak geen idee hebben wat hun kinderen kijken. Zoals ook in de bijeenkomst met professionals wordt gezegd, is internet voor de meeste ouders volledig onbekend terrein. De meeste jongeren weten wel dat ouders het vaak niet goedkeuren dat jongeren naar beelden van seks kijken op tv of de computer. Dat geldt vooral voor meisjes. Het wordt verboden, maar er wordt ook niet over gepraat. Uit eerder onderzoek weten we dat ouderlijke inmenging bij tv kijken samengaat met meer tevredenheid over het lichaam. Ook weten we dat jongeren met ouders die meer betrokken zijn bij hun mediagedrag een beter beeld van zichzelf hebben en minder seksuele ervaring (zie paragraaf 2.5.4). De jongeren uit de focusgroepen hebben deze voordelen niet en moeten dus in hun eentje deze beelden zien te verklaren. In combinatie met een behoefte aan informatie over seksualiteit is het heel goed mogelijk dat het ontbreken van ouderlijke begeleiding bij het bekijken van de beelden uit de geseksualiseerde media een risicofactor is om door die media beïnvloed te worden.

Tenslotte is het een risicofactor dat jongeren van huis uit niet meekrijgen zich weerbaar op te stellen. Het is "belangrijk dat jongeren van huis uit nee leren zeggen" vinden

verschillende professionals. Het lastige hierin is dat jongens geen enkele begrenzing opgelegd krijgen op dit gebied en meisjes veel te strak worden gehouden.

De buurt

De focusgroepen zijn gehouden in twee buurten die beide liggen in een wijk die is aangemerkt door Minister Vogelaar als 'probleemwijk'. In deze wijk is de sociaaleconomische situatie van de bewoners relatief laag.⁴ Ongeveer een derde van de bewoners leeft er onder de armoedegrens. Ook staan relatief veel van de buurten in deze wijk bekend als onveilig. In hoeverre dit een verband heeft met de invloed die seksualisering heeft op jongeren is niet precies duidelijk. Wel weten we dat door professionals is aangegeven dat de buurt een factor is die van invloed is. Zij wijzen onder andere naar de sociale controle en de manier waarop dit de omgang met seksualiteit van jongeren beïnvloedt.

Het zou dus kunnen zijn dat de geseksualiseerde media meer invloed heeft op jongeren die wonen in onveilige wijken, in krappe en slechte behuizing en waar onder bewoners weinig toekomstperspectief heerst. Misschien kunnen jongeren die hier opgroeien zich beter herkennen in de Gangsta rap. Gangsta rap is het muziekgenre uit de Verenigde Staten dat bekend staat om haar geseksualiseerde clips, het is een genre dat de professionals aanduiden als problematisch. Gangsta rap gaat namelijk vaak over de moeilijke leefomstandigheden in de getto's en over hoe je hier weer uit kan komen.⁵ Mogelijk appelleert dit aan de dromen van de jongeren die ook in buurten wonen die vergelijkbare kenmerken hebben als de Amerikaanse getto's.

Overige factoren

Weinig vrienden hebben en traumatische ervaringen zijn andere factoren die zijn genoemd.

5.4.6 Beleving

Normaal of niet?

De jongeren uit de focusgroepen ervaren de geseksualiseerde beelden als een normaal onderdeel van hun leefwereld. Ze geven aan dat het niet een thema is dat hen sterk bezig houdt (zie ook 5.4.7). Ze zien vaak dit soort beelden en vinden het normaal. Voor de professionals is dit heel anders. Veel van hen denken dat er een toename is van geseksualiseerde beelden en dat deze beelden ook meer macht en lust laten zien dan eerder het geval was. Voor hen zijn de beelden daarom niet normaal. In eerste instantie lijkt het er dus op dat de belevingswereld van de professionals en van jongeren sterk uiteenlopen. Maar wanneer er verder door de jongeren over het thema wordt gepraat en gediscussieerd, gaan meer jongeren aangeven dat ze de beelden niet normaal vinden. "Als puber vind je het normaal, maar door er over te praten, vind je het niet normaal."

Beïnvloed?

De meeste jongeren zeggen in het bijzijn van leeftijdsgenoten dat ze veelal niet beïnvloed worden door beelden in de media. De beïnvloeding zien zij wel bij anderen dan zij zelf. Wanneer er verder op dit thema wordt doorgevraagd, zijn er meer jongeren die

⁴ Uit privacyoverwegingen wordt de wijk niet bekend gemaakt.

⁵ http://nl.wikipedia.org/wiki/Gangsta_rap

aangeven dat zij zelf beïnvloed worden. Het gaat dan vooral over uiterlijk: kleding, make-up of het nastreven van een perfect lichaam.

Als het gaat om seksualiteit geven jongeren in het bijzijn van hun leeftijdsgenoten aan dat zij zelf niet beïnvloed worden door de media. Een verklaring kan liggen in de dubbele moraal die voor veel van deze jongeren hun houding ten opzichte van seksualiteit bepaalt: een meisje is een hoer als ze aan seks doet en een jongen is stoer. Als meisje moet je niet de indruk wekken dat je aan seks doet. Toegeven dat je (door invloed van de media eerder) aan seks bent gaan doen, zou je reputatie als meisje ernstig kunnen schaden. Net als de sexy vrouwen in de media, loop je dan een groot risico om als 'hoer' te worden gezien. Als jongen moet je juist de indruk wekken dat je veel aan seks doet. Toegeven dat je dit doet omdat je beïnvloed bent door media, zou betekenen dat je zelf niet zo zeer zin hebt in seks. Dit zou je reputatie als jongen ernstig kunnen schaden. Je loopt het risico om niet als echte man te worden gezien, maar als een 'homo'. Daarbij vinden de jongens dat je beter zelf aan seks kan doen dan er alleen naar te kijken. Dat eerste lijkt veel stoerder te worden gevonden als het laatste.

Eigen keuze

Een aanvullende verklaring hierop is dat je volgens jongeren óf ergens toe wordt gedwongen, óf dat je ergens voor kiest. Het idee van 'beïnvloeding' lijkt voor een aantal jongeren te complex om te begrijpen. Een vrouw die met weinig kleding aan op een foto staat, kiest daar zelf voor. Daarmee is voor jongeren in eerste instantie de kous af. Pas als blijkt dat zij gedwongen is, zou dit verkeerd zijn. Het idee dat deze vrouw beïnvloed is door de media en daarom zelf ook op zo'n foto gaat staan, en daarmee zelf ook weer anderen beïnvloedt, sluit niet aan op dit 'of – of' denken over eigen keuze.

5.4.7 Behoeften van jongeren en beroepskrachten

Jongeren

Praten over beelden van sekse en seksualiteit

De meeste jongeren uit de focusgroepen vonden het leuk om mee te werken aan het onderzoek. De jongeren vonden het erg interessant en leerzaam om te praten over de verhoudingen tussen meisjes en jongens. Het thema 'media' leek hen niet direct interessant. Dit komt omdat zij media niet meteen zien als een fenomeen dat een belangrijke invloed heeft op de verhoudingen tussen meisjes en jongens. Zij ervaren de ongelijke sekseverhoudingen eerder als een normaal, en voor de meisjes soms vervelend, onderdeel van hun eigen leven. De eenzijdige, genderstereotiepe, seksueel getinte beelden in de media, in dit onderzoek seksualisering genoemd, lijken hen vaak niet op te vallen omdat deze beelden aansluiten op hun eigen leefwereld die ook sterk bepaald wordt door eenzijdige genderrollen.

Het praten over het thema seksualisering in de media bleek in de focusgroepen ook een goed middel om met meisjes en jongens te praten over de ongelijke verhoudingen die zij ervaren tussen meisjes en jongens. Vooral bij de meisjes was de wens groot om hierover door te praten. Sommige meisjes gingen door deze gesprekken ook kritischer tegenover sekseverhoudingen staan.

De professionals spraken in de bijeenkomst ook duidelijk hun zorgen uit over de ongelijke verhoudingen tussen meisjes en jongens. Hierbij maakten de professionals een link naar de media. De meisjes zien die link zelf minder sterk en gebruikten andere woorden om zich uit te drukken. Maar dat neemt niet weg dat velen van hen, net als de professionals, een sterke behoefte hebben aan praten over meer gelijkheid tussen meisjes en jongens.

Gekoppeld aan de ideeën over seks vonden de jongeren het ook erg leuk om te praten over seks. Door het praten over de beelden in de media werd er gesproken en met elkaar gediscussieerd over hun eigen beelden van seksualiteit. Dit vonden verschillende jongeren erg leerzaam. Ook gaf een aantal jongeren aan dat zij graag nog meer hierover willen leren. Dit is ook een van de redenen waarom zij de geseksualiseerde media niet altijd als negatief ervaren. De professionals vinden echter dat de beelden uit de media geen navolging verdienen. Maar voor jongeren die opgroeien in een cultuur waar seks een taboethema is, vormen de media soms een van de weinige informatiebronnen en worden ze mede daarom als zeer gewenst beschouwd.

Bescherming van kinderen

Opvallend was dat de jongens en de meisjes in alle focusgroepen aangaven dat het nodig is om kinderen te beschermen tegen deze beelden, bijvoorbeeld door de beelden niet overdag uit te zenden. Het kan zijn dat de jongeren hiermee simpelweg hun eigen culturele restricties reproduceren waarin seksualiteit een taboe moet zijn. Ook kan het zijn dat deze jongeren een behoefte verwoorden die veel meer jongeren in Nederland ervaren.

Opvallend is dat de jongeren deze bescherming voor henzelf niet nodig achtten. Wel vond een aantal meisjes het belangrijk dat jongens weten dat veel beelden in de media niet helemaal echt zijn, bijvoorbeeld omdat de foto's zijn bewerkt of omdat de vrouwen geen echte borsten hebben. Maar hier waren de meningen over verdeeld.

Professionals

Het is belangrijk dat professionals die met jongeren werken, weten wat er leeft in de wereld van jongeren. Dit betekent dat zij allereerst kennis nodig hebben van de beelden die jongeren zien en eventueel ook van de thuissituatie van een puber, omdat deze sterk van invloed zijn op de manier waarop jongeren omgaan met de beelden.

Behalve kennis willen professionals graag op een gemakkelijke manier over voldoende middelen kunnen beschikken om met jongeren aan de slag te gaan met het thema media en de manier waarop dit jongeren in hun seksueel gedrag en omgang met de andere sekse beïnvloedt. Er zijn nu nog te weinig van deze tools, en wat er wel is, wordt nog te weinig gedeeld. Hoog tijd dus voor een goed systeem waarmee benodigde tools beschikbaar worden gemaakt voor professionals. Het gaat dan om beeldmateriaal, discussievormen, en trainingen voor jongeren, maar ook om cijfers. De beschikbaarheid van cijfergegevens wordt door een aantal professionals aangehaald als basis voor de argumentatie bij het aanvragen van financiële middelen.

5.5 Samenvatting en conclusie

In dit kwalitatieve onderzoeksdeel hebben we de visie en beleving van jongeren en beroepskrachten belicht, en de behoeften die ze hebben op het gebied van seksualisering in de samenleving. De jongeren hadden voornamelijk een niet-Westerse (vooral Turkse of Marokkaanse) achtergrond.

Sekseongelijkheid, seksueel (grensoverschrijdend) gedrag en uiterlijk

De meeste professionals geven aan dat het belangrijk is om onderscheid te maken tussen verschillende mediabeelden. Zij zien duidelijke verschillen tussen de inhoud van deze beelden en de manier waarop ze jongeren beïnvloeden. Sommige beelden van seksualiteit geven een seksestereotiep beeld terwijl andere juist bevrijdend kunnen zijn. Niet elk type medium vormt dus eenzelfde risico en sommige mediabeelden hebben wellicht ook een positieve invloed op jongeren.

Vrijwel alle professionals denken dat mediabeelden een negatieve invloed kunnen hebben op de manier waarop meisjes en jongens met elkaar en met seksualiteit omgaan. Zo zijn er signalen van professionals dat sommige meisjes zich dienstbaar opstellen ten opzichte van jongens als gevolg van beelden die ze zien in de media, en zien zij verschillende vormen van seksueel grensoverschrijdend gedrag waaraan zij een invloed van de media toeschrijven. Vooral de videoclippen van Gangsta rappers werden genoemd als schadelijk. Veel jongeren met wortels in Turkije, Noord-Afrika en het Midden-oosten groeien op in een cultuur waar een dubbele moraal heerst ten aanzien van seksualiteit, die vooral wordt ingegeven door de zedelijke familie-eer. Van jongens wordt een actieve seksuele houding verwacht, terwijl meisjes vooral kuis moeten zijn. De vrouwen in de mediabeelden worden door zowel jongens en meisjes gezien als hoeren. De discrepantie tussen 'stoer' en 'hoer' heeft zijn weerslag in de manier waarop de mediabeelden worden gepercipieerd: de jongens ontnemen er een legitimatie aan om vooral veel (hetero) seks te hebben en daarover op te scheppen, terwijl de meisjes het zich niet kunnen permitteren om zich openlijk te identificeren met de vrouwen in de geseksualiseerde media. De meisjes signaleren een structurele sekseongelijkheid, die zij niet direct ervaren als veroorzaakt door de media, maar eerder door de ouders. De meisjes ervaren deze ongelijkheid als negatief. Jongens krijgen vrijwel geen grenzen opgelegd, terwijl van meisjes wordt verwacht dat ze hun grenzen bewaken, ook als het gaat om grensoverschrijdend gedrag door anderen. Ze zijn daar dus zelf verantwoordelijk voor. De media hebben in dit kader waarschijnlijk een versterkend effect. Dit wordt door de professionals als zodanig gesignaleerd. Uit eerder onderzoek weten we ook dat denigrerende opvattingen over vrouwen een risico vormt voor seksueel geweld.

Beelden in de media refelecteren bepaalde (schoonheids)normen. We zien een afspiegeling hiervan in de wijze waarop jongens en meisjes naar zichzelf en naar elkaar kijken. Dit lijkt vooral te gelden voor de manier waarop jongens naar meisjes kijken. Meisjes worden beoordeeld op borsten en billen, terwijl jongens er stoer en gespierd moeten uitzien ('six-packs'). Voor de meisjes kan hun culturele achtergrond echter een relativerende rol spelen in de beoordeling van hun eigen uiterlijk. De meisjes vinden veel vrouwen die ze in de media zien te dun en lelijk; waarschijnlijk komt dit doordat in hun cultuur rondere vormen vaak mooier worden gevonden. Overigens is het ook opmerkelijk

dat meisjes aangeven dat jongens hun eigen lichaam 'bezitten' terwijl dat niet voor meisjes geldt.

Daarnaast gaven jongens aan dat zij vooral aandacht van meisjes krijgen wanneer zij veel geld hebben. Dit is geen objectivering zoals gedefinieerd: het gaat immers niet om hun uiterlijk. Wel kunnen jongens het gevoel hebben dat hun persoonlijkheid voor meisjes niet ter zake doet. Anderzijds kan dit ook de visie van jongens reflecteren dat sommige meisjes hoeren zijn: aandacht in ruil voor geld.

Kwetsbare jongeren, risico- en beschermende factoren

In dit deelonderzoek is een aantal risicofactoren naar voren gekomen, waardoor sommige jongeren kwetsbaarder zijn voor beïnvloeding door de media dan andere. Beschermende factoren worden niet expliciet genoemd, maar zijn het positieve spiegelbeeld van de risicofactoren. De hierboven genoemde dubbele moraal, al dan niet in de context van cultuur, is in dit opzicht van belang. Een tweede factor van betekenis is opvoeding, vooral een gebrek aan openheid over seksualiteit. De jongeren in dit onderzoek zagen de beelden in de media als een vorm van voorlichting. Als de media de enige vorm van voorlichting zijn, krijgen deze jongeren een zeer eenzijdig, veelal genderstereotiep beeld over seksualiteit. Daarnaast vormt het niet praten over wensen en grenzen een risico. Voor jongens ontbreekt vaak een begrenzing, terwijl meisjes niet wordt geleerd hun wensen kenbaar te maken. In dit kader is ook het ontbreken van ouderlijke begeleiding bij het consumeren van mediabeelden van belang. Internet is voor veel ouders een onbekend fenomeen. Het is bekend dat jongeren met ouders die betrokken zijn bij mediagedrag een beter beeld hebben van zichzelf en minder seksuele ervaring hebben.

Een derde factor is mogelijk de buurt waarin jongeren opgroeien. Jongeren die in onveilige wijken wonen en die weinig toekomstperspectieven hebben, herkennen zich wellicht in de Gangsta rap, het muziekgenre uit de Verenigde Staten dat bekend staat om haar geseksualiseerde clips. Gangsta rap gaat over de moeilijke leefomstandigheden in de getto's en over hoe je hier weer uit kan komen door onder andere de drugshandel. Wanneer je veel geld hebt, zijn mooie schaars geklede dames de beloning, zo lijkt de boodschap.

Andere risicofactoren zijn onzekerheid, een gebrek aan zelfvertrouwen, groepsdruk, het hebben van weinig vrienden en traumatische ervaringen. Onzekerheid kan er de oorzaak van zijn dat meisjes willen lijken op de mooie succesvolle vrouwen in de clips, maar anderzijds kunnen de beelden ook onzeker maken. Groepsdruk lijkt vooral bij jongens een rol te spelen. Onder bepaalde jongens heerst de (groeps)norm dat je heteroseksueel actief dient te zijn. Dit gaat bovendien vaak gepaard met een denigrerende houding ten aanzien van meisjes (en vrouwen) en een zeer negatieve houding ten aanzien van homoseksualiteit. De professionals denken dat veel jongens hier last van hebben. Ook een verstandelijke beperking wordt aangemerkt als een risico.

Behoeften

De jongeren in dit onderzoek gaven te kennen graag te praten over seksualiteit, seksualisering en sekserollen. Jongeren willen ook graag veel leren over seksualiteit. Hier lag duidelijk een behoefte. De professionals hebben vooral behoefte aan informatie en tools over hoe ze jongeren kunnen helpen in de context van seksualisering.

6 Conclusies en aanbevelingen

6.1 Conclusies

Er is de laatste tijd maatschappelijke onrust ontstaan rondom de overmaat aan eenzijdige, genderstereotiepe, seksueel getinte uitingen in de media ('seksualisering') en de mogelijk negatieve effecten daarvan op jongeren. Vanuit de wetenschappelijke literatuur zijn er signalen dat contact met of gebruik van geseksualiseerde media gevolgen kan hebben voor jongeren, maar er zijn ook nog veel onduidelijkheden. De meeste studies zijn uitgevoerd in de Verenigde Staten en het is niet gezegd dat resultaten hiervan generaliseerbaar zijn naar Nederland, waar een liberaal seksueel klimaat bestaat (Braeken, Rademakers & Reinders, 2002). Verbanden tussen seksualisering enerzijds en grensoverschrijdend gedrag en psychosociaal welzijn anderzijds bleven in Nederlands onderzoek tot nu toe buiten beeld. Bovendien is er weinig inzicht in de beleving van seksualisering door zowel jongeren als volwassenen. Voor het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap waren deze signalen en onduidelijkheden aanleiding om een verkennend onderzoek op dit terrein uit te laten voeren.

In dit rapport wordt verslag gedaan van vier Nederlandse deelstudies naar de rol van seksualisering in het leven van jongeren: 1) een literatuurstudie, 2) secundaire analyses op bestaande data, 3) een kwantitatieve studie (panelonderzoek) onder 1294 jongeren en hun ouders en 4) een kwalitatief onderzoek (focusgroepen) onder 28 jongeren en 20 professionals. Elk van deze studies heeft zijn eigen specifieke mogelijkheden en elke studie levert dan ook aanvullende – soms uiteenlopende - inzichten op.

Bij het lezen van onderstaande conclusies dient in de gaten te worden gehouden dat de resultaten uit de verschillende deelstudies niet één-op-één met elkaar vergeleken kunnen worden. De kwalitatieve en kwantitatieve studies verschillen zowel methodisch van elkaar, als wat betreft de groepen jongeren die eraan hebben deelgenomen. Kwantitatief onderzoek is bij uitstek geschikt om statistische verbanden te berekenen. Kwalitatief onderzoek geeft vooral inzicht in de belevingswereld van jongeren en daarmee in de verbanden die jongeren zelf leggen vanuit hun eigen context. Aan deze focusgroepen hebben vrijwel uitsluitend laagopgeleide jongeren met een allochtone (hoofdzakelijk Turkse of Marokkaanse) achtergrond deelgenomen, grotendeels uit 'probleemwijken'. Aan het kwantitatieve onderzoek namen vrijwel uitsluitend autochtone jongeren deel met een, naar het zich laat aanzien, relatief gunstige gezinsachtergrond. Het is vooralsnog onduidelijk hoe verschillen in resultaten van beide deelstudies verklaard moeten worden. Vast staat wel dat geen conclusies kunnen worden getrokken over verschillen naar etniciteit.

Na de conclusies die hieronder zullen worden beschreven volgen beleidsaanbevelingen. Daarnaast behoeven veel van de inzichten die dit onderzoek naar boven heeft gehaald nader onderzoek, alvorens harde uitspraken te kunnen doen. Het is met recht een 'verkenning'.

Seksuele ervaring

Eén van de veronderstelde risico's van seksualisering is dat jongeren 'te vroeg' met seks in aanraking komen en dat ze hierdoor eerder aan seks beginnen. In de literatuur zijn inderdaad aanwijzingen gevonden voor een verband tussen contact met seksueel getinte uitingen in de media en seksuele ervaring. Ook in de secundaire analyses (hoofdstuk 3)

en het panelonderzoek (hoofdstuk 4) komen verbanden naar voren tussen enerzijds seksuele ervaring en anderzijds het gebruik van bepaalde media-inhouden. Uit de secundaire analyses komt naar voren dat jongens die meer naar MTV kijken, verder zijn op seksueel gebied. Voor meisjes geldt dit niet. In het panelonderzoek wordt uiteindelijk geen verband gevonden tussen seksuele ervaring en het kijken naar muziekgroepen, wanneer rekening wordt gehouden met het gebruik van andere media inhouden. In lijn met de verwachting vinden we wel dat zowel jongens als meisjes die vaker erotiek of porno gebruiken, waaronder ook X-rated videoclips of websites, verder zijn op seksueel gebied.

Zowel het literatuuronderzoek en de secundaire analyses, als het panelonderzoek geven geen inzicht in de richting van de gevonden verbanden. Uit de bevinding dat jongeren die vaker geconfronteerd worden met seksuele media-inhouden ook meer seksuele ervaring hebben, valt niet te concluderen dat de media er de oorzaak van zijn dat jongeren meer in seks geïnteresseerd zijn en er hun gedrag door laten leiden. Andersom kan ook. Zo is het zeer voorstelbaar dat jongeren die al wat verder zijn op seksueel gebied, meer geïnteresseerd zijn in erotiek en porno en zulke mediaproducties daarom vaker opzoeken. De mogelijkheid dat sommige jongeren door porno en seks in de media op het idee worden gebracht om (vroegtijdig) te gaan experimenteren met seks, kan echter op grond van dit onderzoek ook niet worden uitgesloten. In het kwalitatieve onderzoek leggen de jongeren en de experts deze link zelf wel. Jongens en meisjes geven aan dat het zien van bepaalde mediabeelden, vooral porno en sterk seksualiserende muziekclips, tot opwinding kan leiden. Ook experts zeggen dat seksualisering in de media bepaalde behoeften bij jongeren aan kan wakkeren of versterken. Vooralsnog is echter nog onduidelijk in hoeverre deze gevoelens ook worden omgezet in feitelijk seksueel gedrag. Bovendien is het de vraag in hoeverre het onwenselijk is, als jongeren eerder aan seks beginnen door het kijken naar seks in de media. Seksuele ervaring is immers niet per definitie hetzelfde als seksueel risico of grensoverschrijding.

Ongelijk(waardig)heid tussen jongens en meisjes

In de focusgroepen is ongelijkheid tussen jongens en meisjes – vooral als het gaat om vrijheden op seksueel gebied – een belangrijk thema. Daarnaast vinden zowel de meisjes in de focusgroepen als de professionals de ongelijkwaardige verhoudingen tussen mannen en vrouwen het meest problematisch aan de sterk seksualiserende beelden. De meisjes ervaren een structurele ongelijkheid in hun dagelijks leven, waarbij ze de oorzaak niet zozeer in de media zoeken, maar veeleer bij de ouders. Voor de jongens in de focusgroepen is ongelijkwaardigheid minder een issue.

Deze sekseongelijkheid lijkt uitvergroot te worden in onder andere de Marokkaanse en Turkse gemeenschap, omdat familie-eer in deze culturen een grote rol speelt. Jongens en meisjes hebben verschillende taken als het gaat om het handhaven en beschermen van deze zedelijke familie-eer. Meisjes moeten kuis zijn: ze mogen geen seks voor het huwelijk hebben, moeten zich meestal netjes kleden en 'gepaste' afstand bewaren van jongens. Ook het hebben van seksuele gevoelens en gedachten is taboe. Voor jongens vormt (hetero)seksuele ervaring juist een belangrijk onderdeel van het mannelijke eergevoel (Ermer, 2007). Er is dus sprake van een dubbele moraal.

Deze dubbele moraal is onder autochtone Nederlanders minder groot, maar zeker niet afwezig. Ook in het kwantitatieve onderzoek onder (voornamelijk) Nederlandse jongeren blijkt bepaald gedrag voor meisjes sterker te worden afgekeurd dan voor jongens of worden verschillende taken aan meisjes en jongens toegeschreven. Zo keuren ouders 'seks om de seks' of 'seks zonder gevoel' sterker af voor meisjes dan voor jongens.

Daarnaast vindt een niet te verwaarlozen deel van de jongeren en ouders dat versieren een taak is voor jongens.

De rol van de media lijkt tweeledig te zijn als het gaat om deze dubbele moraal. Aan de ene kant bevestigen de media de genderstereotiepe beeldvorming, omdat ook hier doorgaans de mannen het initiatief nemen en vrouwen versieren. Professionals signaleren dat deze stereotiepe rollen niet alleen meisjes, maar ook jongens onder druk zetten. De druk om veel meisjes te versieren is voor jongens in sommige groepen behoorlijk hoog. Voor meisjes geldt daarentegen dat vrouwen in de media vaak seksueel gedrag vertonen dat voor meisjes - in de familie, vriendenkring of maatschappij - juist wordt afgekeurd. Dit levert voor meisjes mogelijk een (intern) dilemma op: aan de ene kant moeten ze seksueel lijken (volgens medianormen), aan de andere kant mogen ze dat niet zijn (volgens maatschappelijke normen). De lijn tussen sexy en slet is daardoor gevaarlijk dun. Voor de Marokkaanse en Turkse meisjes in de focusgroepen geldt dit extra sterk. Zij geven inderdaad zelf aan dat bepaalde mediabeelden verwarrend kunnen zijn, omdat deze gevoelens oproepen die zij niet mogen voelen.

Grensoverschrijding

Een van de vraagstellingen van de onderhavige studie was of er aanwijzingen zijn voor een verband tussen seksualisering in de media en seksueel grensoverschrijdende attitudes en ervaringen. Zowel controversiële vormen van seks (zoals breezerseks en cyberseks) als grensoverschrijdende vormen van seks (zoals iemand in de billen knijpen, aandringen om seks te krijgen) werden onderzocht. Ook werd zowel gekeken naar opvattingen hierover als naar daadwerkelijke ervaring met dit soort gedrag.

In de kwantitatieve studie zijn slechts op zeer beperkte schaal aanwijzingen gevonden dat het gebruik van (niet-pornografische) geseksualiseerde media samenhangt met dergelijke attitudes en gedrag. Net als bij 'algemene' seksuele ervaring (met zoenen, strelen en geslachtsgemeenschap) vinden we bij zowel bij jongens als meisjes wel dat meer pornogebruik samengaat met meer ervaring met controversieel en grensoverschrijdend seksueel gedrag en bij de meisjes ook met een grotere acceptatie van controversiële seks. Daarnaast hangt bij meisjes ook het kijken naar sensatieprogramma's (zoals Jensen en Spuiten & Slikken) samen met een grotere acceptatie van controversiële seks. Ook hier geldt weer dat deze verbanden niet gelijk kunnen worden gesteld aan een directe invloed van de media. In de secundaire analyses werd het verband tussen mediagebruik en grensoverschrijdend seksueel gedrag gemedieerd door 'algemene' seksuele ervaring. Dit betekent dat het gebruik van bepaalde media vooral samenhangt met meer seksuele ervaring in het algemeen, en dat jongeren die meer seksuele ervaring hebben ook een grotere kans hebben op ervaring met controversiële en grensoverschrijdende vormen van seks.

In de focusgroepen bleek ook een overeenkomst tussen de attitudes en het gedrag van (sommige) jongens en mediaproducties waarin vrouwen neerbuigend of agressief worden bejegend. Verschillende jongens noemen meisjes "hoeren", geven aan dat je meisjes kunt gebruiken voor seks en beschrijven hoe je een meisje bepaalde dingen kunt laten doen, zonder rekening te houden met haar gevoelens. Dit lijkt op de manier waarop in bepaalde muziekclips of porno met vrouwen wordt omgegaan. De conclusie dat hier sprake is van feitelijk kopieergedrag kan echter niet worden getrokken, omdat andere factoren die ook aan deze houding en aan zulk gedrag ten grondslag liggen niet kunnen worden uitgesloten. Daarnaast is het de vraag in hoeverre bepaald gedrag of bepaalde attitudes (mede onder invloed van groepsdruk) binnen de setting van een focusgroep worden overdreven. Ook is niet duidelijk of dit gedachtegoed wijdverbreid is onder jongens, of specifiek is voor een bepaalde subgroep (bijvoorbeeld laagopgeleide jongens

en/of jongens van Marokkaanse afkomst). Wel is vanuit de literatuur bekend dat een vijandige en denigrerende kijk op vrouwen de kans op seksueel geweld vergroot (Malamuth, Heavey & Linz, 1996; Marshall & Moulden, 2001; Maxwell, Robinson & Post, 2003).

Objectivering en zelfobjectivering

In de focusgroepen geven de jongens veel blijk van het objectiveren van meisjes en vrouwen. Deze objectivering wordt door de meisjes ook gevoeld en zij ervaren dit niet als positief. Of jongens ook geobjectiveerd worden is de vraag. Aan de ene kant zeggen de Turkse en Marokkaanse meisjes dat ze nauwelijks geïnteresseerd zijn in (naakte) mannen in de media. Mogelijk kunnen ze dergelijke verlangens, als ze die al hebben, binnen hun cultuur niet of nauwelijks uiten. Aan de andere kant hebben de jongens in één van de focusgroepen ook niet het gevoel dat meisjes geïnteresseerd zijn in hun persoonlijkheid, maar meer in hun geld. In zekere zin is dit ook objectiverend, zij het niet zoals gedefinieerd in de onderhavige studie. Overigens kan deze opvatting ook het beeld van de 'hoer' versterken. In het kwantitatieve onderzoek hebben zowel de jongens als de meisjes wel interesse in beelden van mooie mannen en vrouwen, hoewel ook hier de meisjes achterblijven bij de jongens. Positieve opmerkingen over het uiterlijk van acteurs en actrices worden bijvoorbeeld met grote regelmaat uitgewisseld.

Veel meisjes geven blijk van zelfobjectivering, zowel in de focusgroepen als in het panelonderzoek. Sommige meisjes in de focusgroepen zeggen bijvoorbeeld letterlijk "dat hun lichaam niet van henzelf is". In het panelonderzoek zeggen ongeveer twee van de vijf meisjes dat ze hun uiterlijk controleren wanneer ze maar kunnen, dat ze zich onzeker voelen als hun persoonlijke verzorging niet goed is en dat ze hun uiterlijk altijd proberen te verbeteren. Dertien procent van de meisjes met ondergewicht en 33% van de meisjes met een normaal gewicht lijnt wel eens. Ook zou één op de drie meisjes het uiterlijk willen laten verbeteren door een cosmetisch chirurg, als dat gratis zou kunnen. In hoeverre zelfobjectivering tegenwoordig vaker voorkomt dan vroeger, of juist iets is van alle tijden, kan op grond van de huidige studie niet worden gezegd.

In de focusgroepen lijkt de invloed van de media op zelfobjectivering en lichaamsbeeld gering. Sommige meisjes kennen wel meisjes die gaan lijnen door mediabeelden, maar geen van hen doet dat zelf. Mogelijk komt dit doordat de Turkse en Marokkaanse meisjes zich niet herkennen in de beelden van overwegend witte en Afro-Amerikaanse vrouwen en dat in hun culturen rondere vormen vaak mooier worden gevonden. Amerikaans onderzoek dat beschreven is in de literatuurstudie heeft laten zien dat zwarte meisjes zich niet of nauwelijks spiegelen aan de media, omdat zij zich nauwelijks kunnen herkennen in het overwegend blanke media-aanbod. Ook in eerder Nederlands onderzoek kwam naar voren dat Marokkaanse, maar ook Surinaamse en Antilliaanse, meisjes meer tevreden zijn over het eigen lichaam dan witte meisjes (De Graaf et al., 2005). In het panelonderzoek komt wel een verband naar voren tussen het lezen van bladen waarin een sterk geïdealiseerd schoonheidsideaal wordt gepresenteerd (de zogenaamde glossy's) en een hoge score op zelfobjectivering bij meisjes. Ten overvloede ook hier weer de kanttekening dat deze bevinding niet geïnterpreteerd mag worden als een invloed van deze bladen op de mate waarin meisjes (overmatig) veel aandacht aan het uiterlijk besteden. Het is goed mogelijk dat meisjes die veel aandacht aan het uiterlijk besteden, meer behoefte hebben om dergelijke bladen te lezen, maar een omgekeerd verband is ook mogelijk. Door het lezen van zulke bladen zouden meisjes zich aangespoord kunnen voelen om nog meer op hun uiterlijk te gaan letten.

Op basis van de literatuur bestaan vermoedens van een verband tussen zelfobjectivering en een verminderde controle over de eigen grenzen. In de focusgroepen leggen de

meisjes deze link ook. Ze zeggen bijvoorbeeld dat meisjes vaker over hun eigen grenzen heengaan – bijvoorbeeld door (half)naakt te poseren - omdat ze het gevoel hebben dat hun lichaam eigenlijk niet van henzelf is. Jongens bezitten hun lichaam wél en bepalen daarom zelf hoe ver ze willen gaan. In het panelonderzoek worden zulke denkbeelden niet bevestigd: er zijn geen verbanden gevonden tussen zelfobjectivering enerzijds en ervaring met grensoverschrijding. Mogelijk is dit toe te schrijven aan de door ons gehanteerde operationalisatie van zelfobjectivering of aan de lage prevalentie van ervaring met grensoverschrijding binnen deze groep jongeren. Wel wordt een verband gevonden tussen een negatief lichaamsbeeld (zowel de eigen beoordeling als de gepercipieerde beoordeling door anderen) en emotionele problemen. Jongens en meisjes die niet lekker in hun vel zitten, zijn minder tevreden over hun uiterlijk.

Risicogroepen

De Turkse en Marokkaanse laagopgeleide jongeren die we hebben gesproken in de focusgroepen lijken een risicogroep te zijn als het gaat om sekseongelijkheid en grensoverschrijdend gedrag. Heel wat jongens in deze focusgroepen geven in elk geval blijk van grensoverschrijdende attitudes en vergelijkbaar gedrag. Binnen het totaalonderzoek kunnen deze jongens echter niet zonder meer afgezet worden tegen andere groepen jongeren. Het is mogelijk dat de etnisch-culturele achtergrond een rol speelt, maar tegelijk is het ook zeer voorstelbaar dat de opvattingen vooral van doen hebben met het lage opleidingsniveau van de jongens. Daarnaast speelt groepsdruk zeer waarschijnlijk een grote rol.

De Turkse en Marokkaanse meisjes geven aan dat ze in verwarring worden gebracht door seksualiserende mediabeelden en dat er binnen hun cultuur sprake is van een hoge mate van ongelijkheid tussen jongens en meisjes. Wat zelfobjectivering betreft lijken deze meisjes juist minder een risicogroep te vormen, omdat ze zich minder herkennen in de mediabeelden.

Bepaalde potentiële risicogroepen blijven in deze studie helemaal buiten beeld. Zowel in het kwantitatieve als in het kwalitatieve onderzoek kwamen Surinaamse en Antilliaanse jongeren niet aan bod. Deze groepen lijken zich juist in sterkere mate te identificeren met de Gangsta rappers, die vaak vergelijkbaar zijn qua afkomst en uiterlijk.

Media niet over één kam scheren

Zoals uit bovenstaande blijkt, kunnen de media een risicofactor vormen als het gaat om grensoverschrijdende attitudes en gedrag en zelfobjectivering. Niet elk type medium vormt echter een zelfde risico en niet alle media spreken alle jongeren aan. In de maatschappelijke discussie over een mogelijke invloed van seksualisering worden de media vaak allemaal over één kam geschoren, hetgeen geen recht doet aan het zoeken naar een oplossing. In het debat over een mogelijke invloed moet onderscheid worden gemaakt tussen verschillende media-inhouden. Op basis van de kwantitatieve studie dient de discussie bijvoorbeeld niet zozeer te gaan over het kijken naar MTV als zender, maar meer over het gebruik door jongeren van media waarin vrouwen denigrerend worden behandeld (zoals erotiek, porno en specifiek seksualiserende muziekclips). Het gebruik van die media vertoont een samenhang met seksueel (grensoverschrijdend) gedrag. Zelfobjectivering hangt daarentegen vooral samen met media waarin een zeer onrealistisch glamourachtig beeld van schoonheid wordt gegeven, en dan vooral bij meisjes de glossy's.

Ouders

Naast de rol die de media spelen, mogen de verbanden met kenmerken van leeftijdsgenoten en ouders niet worden uitgevlakt. In de focusgroepen krijgen de ouders een sterke rol toebedeeld als het gaat om het veroorzaken en in stand houden van sekseongelijkheid. Hier wordt ook een seksueel taboe in het gezin van herkomst als risicofactor benoemd: jongeren uit deze gezinnen geven aan dat ze de media leerzaam vinden als het gaat om seksualiteit, terwijl zij vanuit de ouders weinig seksuele opvoeding ervaren. Uit het panelonderzoek kwam vooral kennis die de ouders hebben van het doen en laten van hun kinderen naar voren als 'beschermende factor', althans in die zin dat kinderen dan later aan seks beginnen. Hoge scores op zelfobjectivering en lage scores op lichaamsbeeld hangen samen met dito scores van de ouders. Mediaopvoeding speelde – opvallend genoeg – geen enkele rol in de uitkomsten van het panelonderzoek. Op grond van de secundaire analyses op bestaande data lijkt wel sprake te zijn van een indirect verband tussen mediaopvoeding en seksueel gedrag. Mediaopvoeding hangt niet rechtstreeks samen met seksuele ervaring, maar wel met de attitude ten aanzien van controversiële seks en met de mate waarin mediabeelden realistisch en interessant gevonden worden. Deze attitudes en percepties van media hangen vervolgens weer samen met de mate waarin iemand seksuele ervaring heeft.

Groepsdruk

Groepsdruk lijkt binnen de vriendenkring een grote rol te spelen, vooral met betrekking tot grensoverschrijdende attitudes en zelfobjectivering. In één focusgroep met jongens lijkt tot op grote hoogte consensus te bestaan wat betreft de negatieve en denigrerende kijk op vrouwen en meisjes. Vrouwonvriendelijke uitspraken krijgen instemming en waardering binnen de groep, hetgeen het doen van dergelijke uitspraken lijkt te versterken. Ook het hebben van veel (hetero)seks lijkt een verhoogde populariteit met zich mee te brengen. Iets vergelijkbaars werd al eerder aangetoond op basis van observaties van interacties tussen jongens en hun beste vriend (Dishion & Nelson, 2007). Hier werd een proces blootgelegd dat ten grondslag ligt aan de neerwaartse spiraal van probleemgedrag waar jongeren in terecht kunnen komen. Jongeren die probleemgedrag vertonen, voelen zich aangetrokken tot (en kiezen dus) vrienden die dit ook doen. Vervolgens versterken deze vrienden het probleemgedrag van de jongere door hier goedkeurend op te reageren. Dit proces wordt ook als belangrijk onderdeel gezien van het circulaire model dat in hoofdstuk 2 is gepresenteerd.

De samenstelling qua sekse kan daarnaast in onze focusgroepen ook een rol spelen voor het huldigen en bevestigen van bepaalde opvattingen over seksualiteit en genderrollen. Juist wanneer er geen meisjes aanwezig zijn en er geen 'andere kant' van meisjes te zien is, lijkt het beeld dat jongens van meisjes hebben steeds meer objectiverend en minder realistisch te worden. Uit onderzoek naar seksuele intimidatie op de werkvloer komt ook vaak naar voren dat dit meer voorkomt in bedrijven waar vooral mannen werken, zoals de politie of defensie. Mogelijk kan dit grotere risico in mannenculturen worden doorgetrokken naar vriendenkringen die vooral uit jongens bestaan. Als het gaat om zelfobjectivering bleek groepsdruk binnen de focusgroepen geen duidelijke rol te spelen. De resultaten van het panelonderzoek geven hiervoor echter wel aanwijzingen. Zo besteden zowel jongens als meisjes meer aandacht aan hun uiterlijk wanneer ze het gevoel hebben dat dit een voorwaarde is om er in de vriendengroep bij te horen.

Beleving

Jongeren vinden de geseksualiseerde beelden die wij hen lieten zien 'normaal', omdat je het overal ziet. De jongeren gaven aan dat als je de beelden voor het eerst ziet, het

soms even schrikken is, maar ook dat het na een tijdje went. Seksualisering valt de (Marokkaanse en Turkse) jongeren in de focusgroepen niet (meer) op, omdat deze eenzijdige, genderstereotiepe, seksueel getinte beelden in de media aansluiten bij de eigen leefwereld die ook sterk bepaald wordt door eenzijdige genderrollen. Deze jongeren zien geseksualiseerde media niet meteen als een fenomeen dat een belangrijke invloed heeft op de verhoudingen tussen meisjes en jongens. Zij ervaren de ongelijke sekseverhoudingen eerder als een normaal, en voor de meisjes soms vervelend, onderdeel van hun eigen leven.

Toch zijn er ook jongeren, vooral meisjes, die wel problemen hebben met deze beelden, hoewel ze de opwinding die de beelden oproepen ook wel als positief ervaren. Vooral de ongelijkwaardige positie van vrouwen in sommige mediabeelden stoort de meisjes. Ze hebben het gevoel dat jongens anders met hen omgaan na het zien van die beelden. Dit beschrijft ook het gevoel van de professionals die deelnamen aan de expertmeeting. Zij vinden de toegenomen openheid over seksualiteit in de media positief, maar dan wel op basis van gelijkwaardigheid.

6.2 Aanbevelingen voor beleid

Wanneer aan jongeren zelf gevraagd wordt aan wat voor interventies zij behoefte hebben, zeggen de meeste jongeren dat ze behoefte hebben om te praten. Vooral praten over seks en over de manier waarop jongens en meisjes met elkaar omgaan, vinden ze belangrijk. Ze willen graag van alles leren over deze thema's. Voor sommigen is dit ook een motivatie om geseksualiseerde beelden in de media op te zoeken.

Met vrienden praten over seks en over de andere sekse levert niet altijd meer kennis en bewustwording op met betrekking tot seksualiteit en omgangsvormen tussen meisjes en jongens. In bepaalde jongensgroepen worden vrouwonvriendelijke uitingen geaccepteerd en gewaardeerd, hetgeen het huldigen van dergelijke attitudes en gedragingen versterkt. Mogelijk kan een project, gericht op jongensgroepen, waar jongens juist status verdienen als ze respect hebben voor meisjes, uitkomst bieden. Ook mediabeelden bieden onvoldoende soelaas en werken soms averechts in het voorzien van de behoefte aan informatie over seks en sekserollen. Geseksualiseerde mediabeelden geven een vertekend en eenzijdig beeld van deze thema's. In de tweede plaats is het niet gezegd dat jongeren ook altijd zelfstandig de juiste interpretatie toepassen op informatie over seks in de media. Seksuele en relationele vorming, door ouders of binnen het onderwijs of buurtwerk, kan hier een corrigerende werking hebben.

Niet alle ouders vinden het even gemakkelijk om met hun kinderen over seksualiteit te praten. Bovendien versterken sommige ouders de sekseongelijkheid tussen jongens en meisjes, omdat ze zelf ook vinden dat meisjes zich op dit gebied aan andere regels hebben te houden dan jongens. Daarnaast kunnen ouders bewust of onbewust door hun eigen gedrag een voorbeeld geven aan hun kinderen, bijvoorbeeld door zelf overmatig veel aandacht te schenken aan het eigen uiterlijk of door specifieke media-inhouden op te zoeken. Opvoedingsondersteuning voor ouders, waarin aandacht wordt besteed aan gelijke rechten van jongens en meisjes, is dan ook op zijn plaats. Meer (wetenschappelijke) aandacht voor hoe ouders mediaopvoeding toe kunnen passen om hun kinderen te begeleiden bij het begrijpen en beoordelen van geseksualiseerde media is eveneens gewenst.

Wat het praten over seks en seksverhoudingen betreft verdient het aanbeveling om aan te sluiten bij de individuele behoeften van jongeren, in plaats van op klassikaal niveau iedereen van dezelfde informatie te voorzien. Jongeren zouden bijvoorbeeld vragen kunnen stellen aan een professional, bij voorkeur iemand van buiten de school. Docenten

hebben vaak gêne om over het onderwerp te praten en het is voor jongeren ook makkelijk(er) om vragen te stellen in een min of meer anonieme setting. Bovendien vereist het bepaalde vaardigheden om een (veilig) klimaat te scheppen waarin open praten over seksualiteit mogelijk is, die niet elke docent bezit.

Respect voor elkaar en gelijkwaardigheid van jongens en meisjes dienen veel aandacht te krijgen, binnen de seksuele en relationele vorming, maar ook in aparte lessen en interventies. Door zowel jongeren als professionals wordt de ongelijkwaardigheid tussen mannen en vrouwen in sommige mediabeelden als meest problematisch gezien. Ook geven de denigrerende en vrouwonvriendelijke uitingen van sommige jongens, en de waardering hiervoor binnen de vriendenkring, de meeste reden tot zorgen. Dit pleit voor meer aandacht voor jongens in de seksuele en relationele vorming. Nu is het over het algemeen zo dat meisjes de meeste aandacht krijgen.

De media kunnen, tenslotte, zelf ook een vormende rol vervullen, door bijvoorbeeld meer variatie in mediabeelden en het verstrekken van betrouwbare informatie op het gebied van seksualiteit. Op internet gebeurt dit al in toenemende mate, waar door jongeren gretig gebruik van wordt gemaakt. Wellicht kan dit worden doorgetrokken naar televisie, een ander medium dat populair is bij jongeren.

6.3 Aanbevelingen voor toekomstig onderzoek

Zowel in het kwalitatieve als kwantitatieve onderzoek bleven bepaalde groepen jongeren buiten beschouwing. In het kwantitatieve onderzoek (hoofdstuk 4) zijn voornamelijk autochtone jongeren bereikt en is hoogstwaarschijnlijk sprake van een ondervertegenwoordiging van probleemgezinnen en van gezinnen waar een taboe rust op seksualiteit. Dit onderzoek toont aan dat seksualisering in de media, naast andere factoren, een bescheiden rol speelt voor seksueel (grensoverschrijdend) gedrag, seksuele attitudes, zelfobjectivering, zelfbeeld en welzijn. Dat geldt althans voor de meerderheid van de Nederlandse jongeren. Of seksualisering een grotere rol speelt in het leven van jongeren met een niet-Nederlandse achtergrond of voor probleemjongeren valt op grond van dit onderzoek niet te zeggen.

In het kwalitatieve onderzoek (hoofdstuk 5) kwamen uitsluitend laagopgeleide allochtone jongeren (hoofdzakelijk van Marokkaanse en Turkse afkomst) aan het woord, afkomstig uit wijken die door Minister Vogelaar zijn aangemerkt als 'probleemwijken'. Het seksuele gedrag en de seksuele attitudes die vooral de jongens in deze focusgroepen rapporteren staan hier en daar haaks op de bevindingen uit de kwantitatieve studie. In veel uitspraken klinkt een visie door waarin de grenzen van meisjes makkelijk worden overschreden, terwijl hiervan in het kwantitatieve onderzoek nauwelijks sprake is. Het is vooralsnog onduidelijk of dit komt door de setting (in een groep met jongens onder elkaar wordt bepaald gedrag of worden bepaalde attitudes wellicht aangedikt), door de samenstelling van beide steekproeven of door een combinatie van beide.

Bepaalde (potentiële risico-)groepen bleven in beide deelstudies onderbelicht. Surinaamse en Antilliaanse jongeren waren bijvoorbeeld niet vertegenwoordigd in zowel de panelstudie als de focusgroepen, terwijl er aanwijzingen zijn dat deze groepen juist een verhoogd risico lopen vanwege de grotere mate van herkenning in de RAP en R&B clips. Ook jongeren met een verstandelijke beperking, die door de professionals werden genoemd als risicogroep, bleven buiten beschouwing. Deze jongeren zijn over het algemeen meer geneigd om mediabeelden letterlijk te nemen, hetgeen hen kwetsbaarder maakt voor beïnvloeding. Tenslotte leverde de huidige studie geen inzicht op in de beleving van seksualisering door homo- en biseksuele jongeren. Onduidelijk is nog wat

voor invloed de sterk heteronormatieve mediabeelden hebben op de waardering van homo- of biseksuele gevoelens, hun zelfbeeld en op hun (eventuele) coming-out.

Vlak na afronding van het onderhavige onderzoek zal gestart worden met een kwantitatief vervolgonderzoek, waarin autochtone, Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Antilliaanse jongeren alsnog zullen worden betrokken. Voor inzicht in de beleving van seksualisering verdient het daarnaast aanbeveling om ook aanvullend kwalitatief onderzoek onder een breder samengestelde steekproef uit te voeren. Wanneer hierbij gebruik wordt gemaakt van individuele interviews, wordt de invloed van groepsdruk uitgeschakeld en krijgen we meer inzicht in de individuele beleving.

Diezelfde groepsdruk vraagt ook om nader onderzoek. In de speciaal voor dit onderzoek gevormde groepen leek al sprake te zijn van groepsdruk, maar hoe dit binnen (door de jongeren zelf geselecteerde) vriendengroepen doorwerkt is nog onbekend. Ook is het nog onbekend wat het effect op lange termijn is en of grensoverschrijdende attitudes – wanneer ze binnen een vriendengroep maar lang genoeg bevestigd worden – kunnen resulteren in grensoverschrijdend gedrag. Een onderzoeksdesign waarbij jongeren en hun vrienden gedurende meerdere metingen worden geobserveerd bij gesprekken over seks en de andere sekse zou hiervoor op zijn plaats zijn.

In vervolgonderzoek moet ook de mogelijke invloed van de opvoeders nader onderzocht worden. Het literatuuronderzoek wijst op het belang van de ouders. In de secundaire analyses (hoofdstuk 3) kwam ook naar voren dat mediaopvoeding een rol speelt, maar dat werd niet bevestigd in de kwantitatieve studie (hoofdstuk 4). Het is mogelijk dat dit te maken heeft met een iets anders samengestelde groep jongeren in beide studies, maar het kan ook te maken hebben met de wijze waarop de mogelijke invloed van ouders is geoperationaliseerd (in het eerste onderzoek ging het om percepties van de opvoeding door jongeren en in het tweede om rapportage van de ouders zelf). Nader onderzoek kan hier meer licht op werpen.

Tenslotte moeten wij bij elk gevonden verband vooralsnog concluderen dat we niets kunnen zeggen over de richting ervan. Veroorzaken de media bepaalde gevoelens, gedachten en gedrag, of kiezen jongeren juist die media die aansluiten bij hun eigen visie en behoeften? Om hier iets over te kunnen zeggen, is een tweede meting binnen de groep die heeft deelgenomen aan de panelstudie noodzakelijk. De nu ondervraagde jongeren en hun ouders hebben in grote getale al hun medewerking aan een dergelijk vervolgonderzoek toegezegd. Hopelijk hebben wij in de toekomst de middelen om deze uitgelezen kans te kunnen grijpen. Pas dan zal iets gezegd kunnen worden over 'de kip en het ei'.

Referenties

- American Psychological Association, Task Force on the Sexualization of Girls (2007). *Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls*. Washington, DC: American Psychological Association. www.apa.org/pi/wpo/sexualization.html
- Amos, A., Currie, C. Gray, D. & Elton, R. (1998). Perceptions of fashion images from youth magazines: Does a cigarette make a difference? *Health Education Research*, 13, 491-501.
- Aubrey, J. (2004). Sex and punishment: An examination of sexual consequences and the sexual double standard in teen programming. *Sex Roles*, 50, 505-514.
- 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.
- Bakker, H. en Felten, H. (2007) Respect en eer. *Eergerelateerd geweld en de rol van scholen*. Uit: *Bij de Les*. Utrecht: NVS-NVL
- Bandura, A. (1978). Social learning theory of aggression. *Journal of Communication*, 28, 19-29.
- Batchelor, S., Kitzinger, J. & Burtney, E. (2004). Representing young people's sexuality in the 'youth media'. *Health Education Research*, 19, 669-676.
- Baumeister, R.F. & Blackhart, G.C. (2007). Three perspectives on gender differences in adolescent sexual development. In: R.C.M.E. Engels, M. Kerr & H. Stattin. *Friends, lovers and groups. Key relationships in adolescence* (pp. 93-104.). Chichester: John Wiley & Sons.
- Bell, B., Lawton, R. & Dittmar, H. (2007). The impact of thin models in music videos on adolescent girls' body dissatisfaction. *Body Image*, 4, 137-145.
- Bersamin, M., Fisher, D., Hill, D., Grube, J. & Walker, S. (2008). Parenting practices and adolescent sexual behaviour: A longitudinal study. *Journal of Marriage and Family*, 70, 97-112.
- Bessenoff, G. (2006). Can the media affect us? Social comparison, self-discrepancy, and the thin ideal. *Psychology of Women Quarterly*, 30, 239-251.
- Boon, S. & Lomore, C. (2001). Admirer-celebrity relationships among young adults: Explaining perceptions of celebrity influence on identity. *Human Communication Research*, 27, 432-465.
- Borzekowski, D., Robinson, T. & Killen, J. (2000). Does the camera add 10 pounds? Media use, perceived importance of appearance, and weight concerns among teenage girls. *Journal of Adolescent Health*, 26, 36-41.
- Botman, M. N. Jouwe en G. Wekker, red. *Caleidoscopische Visies*. Zwarte, Migranten- en Vluchtelingen Vrouwenbeweging in Nederland. Amsterdam: KIT, 2001
- Braeken, D., Rademakers, J., & Reinders, J. (2002). *Welcome to the Netherlands: a journey through the Dutch approach to young people and sexual health*. Utrecht: Youth Incentives.
- Brown, J., L'Engle, K., Pardun, C., Guo, G., Kenneavy, K. & Jackson, C. (2005). Sexy media matter: Exposure to sexual content in music, movies, television, and magazines predicts black and white adolescents' sexual behavior. *Pediatrics*, 117, 1018-1027.
- Brown, J., Steele, J. & Walsh-Childers, K. (2002). *Sexual teens, sexual media: Investigating media's influence on adolescent sexuality*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Carnagey, N. & Anderson, C. (2003). The role of theory in the study of media violence: The general aggression model. In: D. Gentile (ed). *Media violence and children: A*

- complete guide for parents and professionals* (p. 87-106). Westport: Prager Publishing.
- Carroll, J., Padilla-Walker, L., Nelson, L., Olson, C., McNamara Barry, C. & Madsen, S. (2008). Generation XXX: Pornography acceptance and use among emerging adults. *Journal of Adolescent Research, 23*, 6-30.
- Chang, C. (2007). Ideal self-image congruency as a motivator for smoking: The moderating effects of personality traits. *Health Communication, 22*, 1-12.
- Cheung, C. & Yue, X. (2003). Identity achievement and idol worship among teenagers in Hong Kong. *International Journal of Adolescence and Youth, 11*, 1-26.
- Chia, S. (2006). How peers mediate media influence on adolescents' sexual attitudes and sexual behavior. *Journal of Communication, 56*, 585-606.
- Collins, R., Elliott, M., Berry, S., Kanouse, D., Kunkel, D., Hunter, S. & Miu, A. (2004). Watching sex on television predicts adolescent initiation of sexual behavior. *Pediatrics, 114*, 280-289.
- Crouch, A. & Degelman, D. (1998). Influence of female body images in printed advertising on self-ratings of physical attractiveness by adolescent girls. *Perceptual and Motor Skills, 87*, 585-586.
- Cumberbatch, G., Gauntlett, S. & Littlejohns, V. (2003). *A content analysis of sexual activity and nudity on British terrestrial television: Year on year comparisons 1993 to 2002*. Londen: Broadcasting Standards Commission.
- Davison, T., & McCabe, M. (2006). Adolescent body image and psychosocial functioning. *Journal of Social Psychology, 146*, 15-30.
- Dill, K. & Thill, K. (2007). Video game characters and the socialization of gender roles: Young people's perceptions mirror sexist media depictions. *Sex Roles, 57*, 851-864.
- Dijsselbloem, J., & Van Dam, M. (2006). Geen censuur, wel respect. Ingezonden brief in *Dagblad Trouw*, 11-10-2006.
- Dishion, T.J. & Nelson, S.E. (2007). Male adolescent friendships: relationship dynamics that predict adult adjustment. In: R.C.M.E. Engels, M. Kerr & H. Stattin. *Friends, lovers and groups. Key relationships in adolescence* (pp. 11-32.). Chichester: John Wiley & Sons.
- Dohnt, H. & Tiggemann, M. (2006). The contribution of peer and media influences to the development of body satisfaction and self-esteem in young girls: A prospective study. *Developmental Psychology, 42*, 929-936.
- Duke, L. (2002). Get real! Cultural relevance and resistance to the mediated feminine ideal. *Psychology and Marketing, 19*, 211-233.
- Ermers, R. *Eer en eerwraak, definitie en analyse*. Amsterdam: Bulaaq
- Ex, C., Janssens, J. & Korzilius, H. (2002). Young females' images of motherhood in relation to television viewing. *Journal of Communication, 52*, 955-971.
- Farquhar, J. & Wasylkiw, L. (2007). Media images of men: Trends and consequences of body conceptualization. *Psychology of Men and Masculinity, 8*, 145-160.
- Fraser, B. & Brown, W. (2002). Media, celebrities, and social influence: Identification with Elvis Presley. *Mass Communication and Society, 5*, 183-206.
- Gan, S., Zillmann, D. & Mitrook, M. (1997). Stereotyping effect of black women's sexual rap on white audiences. *Basic and Applied Social Psychology, 19*, 381-399.
- Gilbert, K. (1998). The body, young children and popular culture. In: N. Yelland (ed.). *Gender in Early Childhood*, pp. 55-71. Florence, KY: Taylor & Frances/Routledge.
- Gow, J. (1996). Reconsidering gender roles on MTV: Depictions in the most popular music videos of the early 1990s. *Communication Reports, 9*, 151-161.
- Graaf, H. de (2007). *De rol van ouders in de seksuele ontwikkeling: Een literatuurstudie*. Utrecht: Rutgers Nisso Groep.

- Graaf, H. de, Höing, M., Zaagsma, M. & Vanwesenbeeck, I. (2007). *Tienerseks. Vormen van instrumentele seks onder tieners*. Den Haag: WODC/Utrecht: RNG.
- Graaf, H. de, Meijer, S., Poelman, J., & Vanwesenbeeck, I. (2005). *Seks onder je 25e: Seksuele gezondheid van jongeren in Nederland anno 2005*. Delft: Eburon.
- Gunter, B. (2002). *Media sex: What are the issues?* Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Hansen, C. & Hansen, R. (1988). How rock music video can change what is seen when boy meets girl: Priming stereotypic appraisal of social interactions. *Sex Roles, 19*, 287-316.
- Hargreaves, D. & Tiggemann, M. (2003). The effects of "Thin Ideal" television commercials on body dissatisfaction and schema activation during early adolescence. *Journal of Youth and Adolescence, 32*, 367-373.
- Harrison, K. (2006). Scope of self: toward a model of television's effects on self-complexity in adolescence. *Communication Theory, 16*, 251-279.
- Heather, P., Neighbors, C. & Knee, R. (2004). Appearance-related social comparisons: The role of contingent self-esteem and self-perceptions of attractiveness. *Personality and Social Psychology Bulletin, 30*, 501-514.
- Helsper, E. (2005). *R18 material: its potential impact on people under 18: An overview of the available literature*. Londen: Ofcom.
- Herche, M. & Götz, M. (2008). The global girl's body. *Televizion, 21*, 18-19.
- Jarry, J. & Kossert, A. (2007). Self-esteem threat combined with exposure to thin media images leads to body image compensatory self-enhancement. *Body Image, 4*, 39-50.
- Jones, K. (1997). Are rap videos more violent? Style differences and the prevalence of sex and violence in the age of MTV. *Howard Journal of Communications, 8*, 343-356.
- Joshi, R., Herman, P. & Polivy, J. (2004). Self-enhancing effects of exposure to thin-body images. *International Journal of Eating Disorders, 35*, 333-341.
- Jung, J. & Peterson, M. (2007). Body dissatisfaction and patterns of media use among preadolescent children. *Family and Consumer Sciences Research Journal, 36*, 40-54.
- Kalodner, C. (1997). Media influences on male and female non-eating-disordered college students: A significant issue. *Eating Disorders: The Journal of Treatment and Prevention, 5*, 47-57.
- Kim, J. & Ward, M. (2004). Pleasure reading: Associations between young women's sexual attitudes and their reading of contemporary women's magazines. *Psychology of Women Quarterly, 28*, 48-45.
- Kim, J., Collins, R., Kanouse, D., Elliott, M., Berry, S., Hunter, S., Miu, A. & Kunkel, D. (2006). Sexual readiness, household policies, and other predictors of adolescents' exposure to sexual content in mainstream entertainment television. *Media Psychology, 8*, 449-471.
- Kunkel, D., Eyal, K., Finnerty, K., Biely, E. & Donnerstein, E. (2005). *Sex on TV4: 2005*. Menlo Park, CA: Kaiser Family Foundation.
- L'Engle, K., Brown, J. & Kenneavy, K. (2006). The mass media are an important context for adolescents' sexual behavior. *Journal of Adolescent Health, 38*, 186-192.
- Lam, C. & Chan, D. (2007). The use of pornography by young men in Hong Kong: Some psychosocial correlates. *Archives of Sexual Behavior, 36*, 588-598.
- Lanis, K. & Covell, K. (1995). Images of women in advertisements: Effects on attitudes related to sexual aggression. *Sex Roles, 32*, 639-649.
- Lindberg, S, Grabe, S. & Hyde, J. (2007). Gender, pubertal development, and peer sexual harassment predict objectified body consciousness in early adolescence. *Journal of Research on Adolescence, 17*, 723-742.
- Lo, V. & Wei, R. (2002). Third-person effect, gender, and pornography on the internet. *Journal of Broadcasting and Electronic Media, 46*, 13-33.

- Lo, V. & Wei, R. (2005). Exposure to internet pornography and Taiwanese adolescents' sexual attitudes and behaviour. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 49, 221-237.
- Malamuth, N.M., Heavey, C.L., & Linz, D. (1996). The confluence model of sexual aggression: combining hostile masculinity and impersonal sex. *Journal of Offender Rehabilitation*, 23, 3/4, 13-37.
- Marshall, W.L. & Moulden, H. (2001). Hostility toward women and victim empathy in rapists. *Sexual abuse: a journal of research and treatment*, 13, 4, 249-255.
- Maxwell, C.D., Robinson, A.L., & Post, L.A. (2003). The nature and predictors of sexual victimization and offending among adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, 32, 6, 465-477.
- Mandal, E. (2004). The influence of youth magazines on mood and self-image of Polish girls in early and late adolescence: The role of self-affirmation mechanisms in the integration of attractiveness, intellectual and interpersonal competence. *Polish Psychological Bulletin*, 35, 217-224.
- Marovelli, E. & Crawford, S. (1987). Mass media influence on female high school athletes' identification with professional athletes. *International Journal of Sport Psychology*, 18, 231-236.
- Martin, M. & Gentry, J. (1997). Stuck in the model trap: The effect of beautiful models in ads on female pre-adolescents and adolescents. *Journal of Advertising*, 26, 19-33.
- Martin, M. & Kennedy, P. (1993). Advertising and social comparison: Consequences for female preadolescents and adolescents. *Psychology and Marketing*, 10, 513-530.
- McKee, K. & Pardun, C. (1996). Mixed messages: The relationship between sexual and religious imagery in rock, country, and Christian videos. *Communication Reports*, 9, 163-171.
- Migchelbrink, F. (2004) *Praktijkgericht onderzoek in zorg en welzijn*. Utrecht: Uitgeverij SWP.
- Mitchell, K., Finkelhor, D. & Wolak, J. (2001). Risk factors for and impact of online sexual solicitation of youth. *JAMA: Journal of the American Medical Association*, 285, 3011-3014.
- Mitchell, K., Finkelhor, D. & Wolak, J. (2007). Online requests for sexual pictures from youth: Risk factors and incident characteristics. *Journal of Adolescent Health*, 41, 196-203.
- Monro, F. & Huon, G. (2006). Media-portrayed idealized images: self-objectification, and eating behaviour. *Eating Behaviors*, 7, 375-383.
- MOVISIE (2007) *Factsheet Seksueel geweld* MOVISIE: Utrecht
- Murnen, S., Smolak, L., Mills, A. & Good, L. (2003). Thin, sexy women and strong, muscular men: Grade-school children's responses to objectified images of women and men. *Sex Roles*, 49, 427-437.
- Nikken, P. (2007a). *Mediageweld en kinderen*. Amsterdam: SWP.
- Nikken, P. (2007b). *Jongeren, media en seksualiteit*. Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut.
- Noordenbos (2007). G. "Aandacht voor sekse en cultuur in de behandeling van de pressie, aanvulling op de multidisciplinaire richtlijn Depressie." Utrecht: TransAct.
- Nosko, A., Wood, E., & Desmarais, S. (2007). Unsolicited online sexual material: What affects our attitudes and likelihood to search for more? *Canadian Journal of Human Sexuality*, 16, 1-10.
- O'Donohue, W., Gold, S. & McKay, J. (1997). Children as sexual objects: Historical and gender trends in magazines. *Sex Abuse*, 9, 291-301.
- Ogle, J. & Damhorst, M. (2004). Constructing and deconstructing the body malleable through mother-daughter interactions. *Sociological Inquiry*, 74, 180-209.

- Oliver, M. (1993). Adolescents' enjoyment of graphic horror: Effects of viewers' attitudes and portrayals of victim. *Communication Research*, 20, 30-50.
- Oosten, N. & Vlucht, van der, I. (2002) Seksespecifieke hulpverlening voor maatschappelijk werkers. Bussum: Coutinho
- Parents Television Council (2006). *Wolves in sheep's clothing: A content analysis of children's television*. Los Angeles, CA: PTC.
- Patrick, H., Neighbors, C. & Knee, C. (2004). Appearance -related social comparisons: The role of contingent self-esteem and perceptions of attractiveness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 501-514.
- Peter, J. & Valkenburg, P. (2006). Adolescents' exposure to sexually explicit online material and recreational attitudes toward sex. *Journal of Communication*, 56, 639-660.
- Peter, J. & Valkenburg, P. (2006). Adolescents' exposure to sexually explicit material on the internet. *Communication Research*, 33, 178-204.
- Peter, J. & Valkenburg, P. (2007). Adolescents' exposure to a sexualized media environment and their notions of women as sex objects. *Sex Roles*, 56, 381-395.
- Plasterk, R.H.A. (2007). *Meer kansen voor vrouwen. Emancipatiebeleid 2008-2011*. Den Haag: ministerie OCW.
- Polce-Lynch, M., Myers, B., 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, 225-244.
- Ricciardelli, L. & McCabe, M. (2003). Sociocultural and individual influences on muscle gain and weight loss strategies among adolescent boys and girls. *Psychology in the Schools*, 40, 209-224.
- Rivadeneira, R., Ward, M. & Gordon, M. (2007). Distorted reflections: Media exposure and Latino adolescents' conceptions of self. *Media Psychology*, 9, 261-290.
- Rolón-Dow, R. (2004). Seduced by images: Identity and schooling in the lives of Puerto Rican girls. *Anthropology and Education Quarterly*, 35, 8-29.
- Schooler, D., Kim, J. & Sorsoli, L. (2006). Setting rules or sitting down: Parental mediation of television consumption and adolescent self-esteem, body image, and sexuality. *Sexuality Research and Social Policy: A Journal of the NSRC*, 3, 49-62.
- Schwinghammer, S. (2007). *Seksistische videoclipen*. Tilburg: Universiteit Tilburg.
- Shadel, W., Niaura, R. & Abrams, D. (2004). Adolescents' responses to the gender valence of cigarette advertising imagery: The role of affect and the self-concept. *Addictive Behaviors*, 29, 1735-1744.
- Smolak, L. & Stein, J. (2006). The relationship of drive for muscularity to sociocultural factors, self-esteem, physical attributes gender role, and social comparison in middle school boys. *Body Image*, 3, 121-129.
- Somers, C. & Tynan, J. (2006). Consumption of sexual dialogue and content on television and adolescent sexual outcomes: multiethnic findings. *Adolescence*, 41, 15-38.
- Sommers-Flanagan, R., Sommers-Flanagan, J. & Davis, B. (1993). What's happening on music television? A gender role content analysis. *Sex Roles*, 28, 745-753.
- SPOTtime (2008). *Tijdbestedingscijfers jeugd 2008*. Amstelveen: Stichting SPOT. <http://local.noties.nl/spottime08/>
- Stokes, C. (2007). Representin' in cyberspace: Sexual scripts, self-definition, and hip hop culture in black American adolescent girls' home pages. *Culture, Health and Sexuality*, 9, 169-184.
- Strouse, J., Buerkel-Rothfuss, N. & Long, E. (1995). Gender and family as moderators of the relationship between music video exposure and adolescent sexual permissiveness. *Adolescence*, 30, 505-521.

- Strouse, J., Goodwin, M. & Roscoe, B. (1994). Correlates of attitudes toward sexual harassment among early adolescents. *Sex Roles, 31*, 559-577.
- Taylor, L. (2005). Effects of visual and verbal sexual television content and perceived realism on attitudes and beliefs. *The Journal of Sex Research, 42*, 130-137.
- Ter Bogt, T. (2008). *Whazz up? Nieuw onderzoek naar popmuziek in Nederland*. Oratie 15 februari 2008 Universiteit Utrecht. Journey Press The Netherlands.
- Thiantai, C. (2006). Influential sources affecting Bangkok adolescent body image perceptions. *International Journal of Adolescent Medicine and Health, 18*, 633-641.
- Thompson, M., Pingree, S., Hawkins, R. & Draves, C. (1991). Long-term norms and cognitive structures as shapers of television viewer activity. *Journal of Broadcasting and Electronic Media, 35*, 319-334.
- Tidwell, L. & Walther, J. (2002). Computer mediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations: Getting to know one another a bit at a time. *Human Communication Research, 28*, 317-348.
- Tiggemann, M. & Pickering, A. (1996). Role of television in adolescent women's body dissatisfaction and drive for thinness. *International Journal of Eating Disorders, 20*, 199-203.
- Tiggemann, M. & Slater, A. (2001). A test of objectification theory in former dancers and non-dancers. *Psychology of Women Quarterly, 25*, 57-64.
- Turner, S., Hamilton, H., Jacobs, M., Angood, L. & Dwyer, D. (1997). *Adolescence, 32*, 603-614.
- Valkenburg, P., Peter, J. & Schouten, A. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology and Behavior, 9*, 584-590.
- Valkenburg, P., Schouten, A. & Peter, J. (2005). Adolescents' identity experiments on the internet. *New Media and Society, 7*, 383-402.
- Ward, M. & Friedman, K. (2006). Using TV as a guide: Associations between television viewing and adolescents' sexual attitudes and behaviour. *Journal of Research on Adolescence, 16*, 133-156.
- Ward, M. (2004). Wading through the stereotypes: Positive and negative associations between media use and black adolescents' conceptions of self. *Developmental Psychology, 40*, 284-294.
- Ward, M., Hansbrough, E. & Walker, E. (2005). Contributions of music video exposure to black adolescents' gender and sexual schemas. *Journal of Adolescent Research, 20*, 143-166.
- Ward, M., Merriwether, A. & Caruthers, A. (2006). Breasts are for men: Media, masculinity ideologies, and men's beliefs about women's bodies. *Sex Roles, 55*, 703-714.
- Wells, M. & Mitchell, K. (2007). Youth sexual exploitation on the internet: DSM-IV diagnoses and gender differences in co-occurring mental health issues. *Child and Adolescent Social Work Journal, 24*, 235-260.
- Wilson, J. & MacGillivray, M. (1998). Self-perceived influences of family, friends, and media on adolescent clothing choice. *Family and Consumer Sciences Research Journal, 26*, 425-443.
- Ybarra, M., Espelage, D. & Mitchell, K. (2007). The co-occurrence of internet harassment and unwanted sexual solicitation victimization and perpetration: Associations with psychosocial indicators. *Journal of Adolescent Health, 41*, S31-S41.
- ZonMw: "Hoe bereik je allochtone doelgroepen. Etnische achtergrond bepaalt gezondheidsrisico's" in: *Pre post* (2004) Den Haag: ZonMW

Bijlage 1 Samenstelling van de steekproef

		jongens	meisjes	totaal	vaders	moeders	totaal
Leeftijd (jaren)	minimum	11,1	11,0	11,0	32,0	29,0	29,0
	gemiddeld	14,9	15,0	15,0	47,3	43,6	44,8
	maximum	18,7	18,6	18,7	65,0	68,0	68,0
Opleidingsniveau (%)	(hoogstens) VMBO	34,8	30,6	32,7	24,6	30,5	28,6
	HAVO	21,4	21,9	21,6	9,2	14,3	12,7
	VWO	19,2	25,5	22,4			
	MBO	12,0	11,6	11,8	27,5	30,8	29,7
	(minstens) HBO	1,1	3,4	2,2	38,4	23,4	28,2
	anders	11,4	7,0	9,2			
Etniciteit (%)	Nederlands	-	-	-	94,1	90,2	91,5
	Westers allochtoon	-	-	-	5,2	7,7	6,8
	Niet-Westers	-	-	-	0,8	2,1	1,7
Stedelijkheid (%)	zeer sterk stedelijk	13,7	12,1	12,9	12,7	12,3	12,5
	sterk stedelijk	27,2	29,2	28,3	31,1	28,1	29,0
	matig stedelijk	24,2	26,8	25,6	27,5	25,2	25,9
	weinig stedelijk	20,9	16,5	18,7	17,1	19,0	18,4
	niet stedelijk	13,7	15,3	14,5	11,7	15,5	14,2
Religie (%)	geen geloof	69,2	58,6	63,8	56,6	56,7	56,6
	Protestants Christelijk	12,2	15,9	14,1	17,9	19,4	18,9
	Rooms Katholiek	10,5	14,5	12,5	21,3	21,8	21,6
	Islamitisch	0,6	0,5	0,5	0,8	0,4	0,5
	overig	3,3	7,0	5,2	3,4	1,8	2,3
n		640	654	1294	387	807	1200

- = etnische achtergrond bij de kinderen niet bekend

Bijlage 2 Conceptenlijst

Concept	Omschrijving	Kind	Ouder	Bron
Demografische variabelen				
geslacht		1		
leeftijd		2		
opleidingsniveau	niveau van huidige opleiding	8		De Graaf et al.
religie	aard van geloof, belang van geloof	9-11		De Graaf et al.
lengte	lengte in cm	49		HBSC
gewicht	gewicht in kg	50		HBSC
Ouders				
algemene opvoeding	warmte (uitingen van liefde, lichamelijke intimiteit)	12-13	4abc	NOV
	structuur (duidelijkheid in regels)	12-13	4def	Klai, 2004
	kennis van doen en laten van het kind	14-15	5	Vragenlijst Toezicht Houden (VTH)
mediaopvoeding	regels rondom mediagebruik, samen media consumeren, mediabeelden becommentariëren; aard commentaar	16	6	Nikken
seksuele opvoeding	frequentie van communicatie over seks(gerelateerde onderwerpen)	17	10-11	De Graaf et al.
	aard van de boodschap	18	12	eigen constructie
	initiatiefnemer seksuele communicatie		13	Klai, 2004
objectivering	gemak waarmee over seks wordt gesproken		14-15	Klai, 2004
	opmerkingen over uiterlijk	12-13	7	eigen constructie
	meegaan in zelfobjectiverend gedrag kind		8	eigen constructie
	relatief belang van uiterlijk kind		9	eigen constructie
Leeftijdsgenoten				
vrienden: algemeen	aantal huidige vrienden en vriendinnen	19		HBSC; De Graaf et al.
vrienden: seksuele communicatie	frequentie van communicatie over seks(gerelateerde onderwerpen)	20		De Graaf et al.
peer-pressure: seks en uiterlijk	invloed van seksuele ervaring en uiterlijk op erbij horen	21		eigen constructie
	opmerkingen peers over uiterlijk	22		eigen constructie
	geslacht bron van opmerkingen	23		eigen constructie
vrienden: mediagebruik	druk om bepaalde media te consumeren, samen media consumeren, mediabeelden becommentariëren; aard commentaar	24		Nikken
Media				
mediagebruik	toegankelijkheid: tv, internet en webcam op kamer	25		Nikken
	gebruik tv-programma's	26		Nikken
	gebruik tijdschriften	27		Nikken
	gebruik websites	28		Nikken
realisme	perceptie realiteit in de media	29		Nikken
interesse	welke beelden zijn geliefd	30		Nikken
social comparison	vergelijk je jezelf met de mediabeelden	31		Nikken

Seksualisering: reden tot zorg?

Concept	Omschrijving	Kind	Ouder	Bron
Ervaring met seks				
puberteitsstatus	menstrueren of baard in de keel	34-35		HBSC
ervaring met relaties en seks	één keer of vaker een relatie gehad	36		De Graaf et al.
	ervaring met verschillende vormen van seks	36		Brugman et al., 1995, De Graaf et al.
	ervaring met grensoverschrijding	36		De Graaf et al.
	ervaring met cyberseks	36		De Graaf et al.
seksuele voorkeur	seksuele aantrekking tot eigen dan wel andere geslacht of beide	37		De Graaf et al.
attitudes	houding tegenover permissieve seks en grensoverschrijding	38	16	De Graaf et al.
	houding tegenover genderrollen	39	17	eigen constructie
porno	mate waarin men in contact komt met seksueel expliciete beelden	40		De Graaf et al.
seksueel zelfbeeld	seksuele preoccupatie, schuld & schaamte, seksuele eigenwaarde	41		De Graaf et al., Seks is een game
Psychosociaal welzijn				
zelfobjectivering	mate waarin iemand zich er voortdurend bewust is van hoe hij/zij eruit ziet	42	22	Woertman
lichaamsbeeld	beoordeling eigen uiterlijk	43	18	Woertman
	perceptie beoordeling uiterlijk door anderen	44	19	Woertman
	sporten	46		Woertman
	tijdsbesteding aan het uiterlijk	47	20	Woertman
eetproblemen	cosmetische veranderingswens	48	21	Woertman
	lijnen	45		Woertman
algemene gesteldheid	depressiviteit, interpersoonlijke problemen en negatief zelfbeeld	51		?
Beleving van seksualisering				
beleving seksualisering	mate waarin men vindt dat media geseksualiseerd is en dat dit een effect heeft op jongeren		23	eigen constructie
	zorgen over invloed van seksualisering		24	eigen constructie
	informatiebehoefte		25-26	Monitor SRG

Bijlage 3 Psychometrische gegevens gebruikte schalen

	<u>Item-rest correlatie</u>
--	---------------------------------

Ouders

Steun van ouders (kind), Cronbach's alpha= .79

Hoe vaak	
– ouder laat weten dat zij van me houdt	,73
– ouder knuffelt, kust of omarmt mij	,75
– ouder geeft duidelijk aan wat wel en niet mag	,79
– andere ouder laat me weten dat hij/zij van me houdt	,72
– andere ouder knuffelt, kust of omarmt mij	,74
– andere ouder geeft duidelijk aan wat wel en niet mag	,79

Steun van ouders (ouder), Cronbach's alpha= .71

In hoeverre bent u het eens met	
– als mijn kind ergens mee zit, dan heb ik dat in de gaten	,80
– ik laat mijn kind vaak weten dat ik van hem/haar hou	,44
– ik knuffel, kus en omarm mijn kind vaak	,49

Kennis door ouders (kind), Cronbach's alpha= .84

Hoeveel weet je ouder van	
– wie mijn vrienden zijn - ouder	,84
– waar ik ben na schooltijd - ouder	,84
– wat ik doe in mijn vrije tijd - ouder	,83
– wat ik doe op internet - ouder	,83
– wat ik lees in tijdschriften - ouder	,83
– wie mijn vrienden zijn - andere ouder	,83
– waar ik ben na schooltijd - andere ouder	,83
– wat ik doe in mijn vrije tijd - andere ouder	,82
– wat ik doe op internet - andere ouder	,82
– wat ik lees in tijdschriften - andere ouder	,82

Kennis door ouders (ouder), Cronbach's alpha= .70

Hoeveel weet u van	
– wie de vrienden van mijn kind zijn	,63
– waar mijn kind na schooltijd is	,60
– wat mijn kind in zijn/haar vrije tijd doet	,58
– wat mijn kind op internet doet	,64
– wat mijn kind in tijdschriften leest	,64

Seksualisering: reden tot zorg?

Belang van kind's uiterlijk (ouder), Cronbach's alpha= .66

Hoe belangrijk vindt u het dat uw kind	
– er netjes uitziet	,66
– stoer is	,57
– sportief is	,64
– slank is	,62
– er modieus uitziet	,60
– gespierd is	,61

Belang van kind's welzijn (ouder), Cronbach's alpha= .65

Hoe belangrijk vindt u het dat uw kind	
– gezond is	,55
– zich fijn voelt	,54
– voldoende vrienden heeft	,70
– respect voor anderen heeft	,56

Mediaopvoeding (kind), Cronbach's alpha= .80

Hoe vaak	
– uitleggen uit dat je informatie in tijdschriften niet altijd kunt vertrouwen	,76
– met jou praten over het maken van afspraakjes via internet	,78
– zeggen dat je te lang achter de computer of TV zit	,81
– kritiek geven op wat er in muziekclips gebeurt	,76
– zeggen dat sommige TV programma's een slecht voorbeeld geven	,75
– commentaar geven op de beelden van sexy vrouwen in reclame	,77
– commentaar geven op artikelen over relaties en seks in tijdschriften	,76

Mediaopvoeding (ouder), Cronbach's alpha= .79

Hoe vaak	
– uitleggen uit dat je informatie in tijdschriften niet altijd kunt vertrouwen	,75
– met jou praten over het maken van afspraakjes via internet	,78
– zeggen dat je te lang achter de computer of TV zit	,81
– kritiek geven op wat er in muziekclips gebeurt	,75
– zeggen dat sommige TV programma's een slecht voorbeeld geven	,73
– commentaar geven op de beelden van sexy vrouwen in reclame	,75
– commentaar geven op artikelen over relaties en seks in tijdschriften	,76

Seksuele opvoeding (kind), Cronbach's alpha= .88

Hoe vaak met de ouders	
– praten over verliefdheid en relaties	,87
– praten over wat je leuk vindt op seksueel gebied	,88
– praten over wat je (nog) niet wilt doen op seksueel gebied	,87
– praten over zwangerschap en voorbehoedsmiddelen	,86
– praten over condoomgebruik zodat je geen geslachtsziekte oploopt	,86
– zeggen dat je geen seks moet hebben voor het huwelijk	,90
– zeggen dat je geen seks moet hebben als er geen liefde in het spel is	,86
– zeggen dat je geen dingen moet doen op seksueel gebied die je niet wilt	,86
– zeggen dat je geen dingen moet doen op seksueel gebied die de ander niet wil	,86

Seksuele opvoeding (ouder), Cronbach's alpha= .91

Hoe vaak met het kind	
– praten over verliefdheid en relaties moeder	,90
– praten over wat je leuk vindt op seksueel gebied moeder	,91
– praten over wat je (nog) niet wilt doen op seksueel gebied moeder	,90
– praten over zwangerschap en voorbehoedsmiddelen moeder	,90
– praten over condoomgebruik zodat je geen geslachtsziekte oploopt moeder	,90
– praten over verliefdheid en relaties vader	,90
– praten over wat je leuk vindt op seksueel gebied vader	,91
– praten over wat je (nog) niet wilt doen op seksueel gebied vader	,91
– praten over zwangerschap en voorbehoedsmiddelen vader	,90
– praten over condoomgebruik zodat je geen geslachtsziekte oploopt vader	,90
– zeggen dat het kind pas seks moet hebben als die daar zelf aan toe is	,90
– zeggen dat het kind pas seks moet hebben als er liefde in het spel is	,90
– zeggen dat het niet uit maakt of het kind verliefd wordt op een jongen of een meisje	,91
– zeggen dat het kind geen dingen moet doen op seksueel gebied die hij/zij niet wil	,90
– zeggen dat het kind geen dingen moet doen op seksueel gebied die de ander niet wil	,90

Vrienden

Seksuele communicatie met vriendengroep (kind), Cronbach's alpha= .88

Hoe vaak praat je met vrienden of vriendinnen	
– over verliefdheid en relaties	,90
– over wat je leuk vindt op seksueel gebied	,85
– over wat je (nog) niet wilt doen op seksueel gebied	,84
– over zwangerschap en voorbehoedsmiddelen	,84
– over condoomgebruik zodat je geen geslachtsziekte oploopt	,84

Groepsdruk op uiterlijk en gedrag (kind), Cronbach's alpha= .77

Hoe zit dat in jouw vriendenkring	
– als je nog nooit hebt getongzoend hoor je er niet bij	,74
– als je geen aandacht aan je uiterlijk besteedt hoor je er niet bij	,76
– als je er niet sexy uitziet hoor je er niet bij	,69
– als je te dik bent hoor je er niet bij	,70
– als je nog nooit seks hebt gehad hoor je er niet bij	,77

Seksualisering: reden tot zorg?

Groepscommentaar op uiterlijk (kind), Cronbach's alpha= .80

Hoe vaak doen jouw vrienden of vriendinnen	
– je tips geven om een mooier lichaam te krijgen	,74
– je kritiek geven op jouw uiterlijk of kleding	,79
– je tips geven hoe jij er sexy uit kunt zien	,74
– je zeggen dat het belangrijk is om er goed uit te zien	,74

Groepsdruk op mediagebruik (kind), Cronbach's alpha= .77

Hoe vaak doen jouw vrienden of vriendinnen	
– je vertellen wanneer je muziekclips met bloot kunt zien	,75
– je wijzen op tijdschriftartikelen over liefde en seks	,73
– erotische of porno dvd's meenemen om samen met jou te bekijken	,77
– je zeggen dat ze een acteur of actrice een lekker ding vinden	,77
– je zeggen dat het leuk is om pornosites te bezoeken	,76
– je wijzen op een profiel (persoonlijke website) van een hunk of babe	,74
– je zeggen dat je bepaalde tijdschriften niet kunt missen	,75
– je overhalen om meer mensen op je MSN contactlijst toe te laten	,75
– je zeggen dat het belangrijk is om verleidelijke foto's op je profielsite te hebben	,75

Media

Porno (kind), Cronbach's alpha= .76

Hoe vaak heb jij het afgelopen half jaar	
– een seksblaadje of pornoboekje bekeken	,72
– iets over seks gelezen in een tijdschrift	,80
– naar een seksfilm op televisie gekeken	,70
– naar een pornovideo of dvd gekeken	,72
– op internet een x-rated muziekclip (clip met veel bloot) bekeken	,73
– een pornosite bekeken	,72

Beautytv (kind), Cronbach's alpha= .80

Hoe vaak zag jij het afgelopen half jaar	
– extreme make over	,76
– hollands next top model	,76
– passion for fashion	,77
– beauty & the nerd	,76
– make me beautiful	,77
– revenge of the nerds	,80
– dokter phil	,80
– miss popularity	,80

Muziekzendertv (kind), Cronbach's alpha= .72

Hoe vaak zag jij het afgelopen half jaar	
– making the band	,65
– score	,71
– virgin diaries	,70
– the x-effect	,65
– wakker worden met sascha	,64
– superclip top 250, tmf	,70

Sensatietv (kind), Cronbach's alpha= .73

Hoe vaak zag jij het afgelopen half jaar	
– try before you die	,68
– spuiten & slikken	,66
– jensen	,64
– de gouden kooi	,69

Soaps tv (kind), Pearson's r = .37

Hoe vaak zag jij het afgelopen half jaar	
– GTST	
– ONM	

Glossy beautybladen (kind), Cronbach's alpha= .84

Hoe vaak las jij het afgelopen half jaar	
– elle girl	,79
– cosmo girl	,78
– glamour	,81
– cosmopolitan	,84
– fancy	,83

Lief en leed bladen (kind), Cronbach's alpha= .71

Hoe vaak las jij het afgelopen half jaar	
– flair	,63
– viva	,65
– vriendin	,63
– yes	,66
– libelle	,75

Profielsites (kind), Cronbach's alpha= .60

Hoe vaak bezocht jij het afgelopen half jaar	
– hyves.nl	,51
– youtube.nl	,52
– msn.nl	,55
– tmf.nl	,54
– myspace.nl	,60

Seksualisering: reden tot zorg?

Sites die informatie geven over seks (kind), Cronbach's alpha= .60

Hoe vaak bezocht jij het afgelopen half jaar	
– vrijlekker.nl	,52
– sekswoordenboek.nl	,51
– hoehetmoet.nl	,37

Sensatiesites (kind), Cronbach's alpha= .66

Hoe vaak bezocht jij het afgelopen half jaar	
– fok.nl	,64
– geenstijl.nl	,53
– dumpert.nl	,49

Interesse in geseksualiseerde mannen (kind), Cronbach's alpha= .85

Hoe leuk vind jij	
– mannelijke popsterren die in clips hun gespierde lichaam laten zien	,79
– jongens die in een tv-reportage meiden proberen te versieren	,85
– foto's van jongens met ontbloot bovenlijf op hun profielsite	,80
– filmhelden die stoer doen om een vrouw te verleiden	,84
– reclames waarin mannen hun sexy lichaam tonen	,79

Interesse in geseksualiseerde vrouwen (kind), Cronbach's alpha= .92

Hoe leuk vind jij	
– aantrekkelijke foto's van meisjes op profielsites	,91
– beelden in een tv-programma van meisjes die topless zonnen	,90
– filmactrices die zich sexy kleden om een man te verleiden	,92
– x-rated muziekclips met topless danseressen	,91
– foto's van sexy geklede meisjes of vrouwen in een tijdschrift	,90

Realiteitsperceptie van mediaseks (kind), Cronbach's alpha= .76

Wat vind jij van de volgende uitspraken (eens – oneens)	
– in pornofilms genieten de vrouwen echt van de seks	,73
– tv documentaires over seks geven een goed voorbeeld voor seks in het echte leven	,72
– tijdschriften geven altijd betrouwbare informatie over relaties en seks	,71
– ik leer veel over relaties door naar romantische films te kijken	,73
– sexy danseressen in videoclippen vallen in het echt ook op de popster	,72
– als ik wil weten hoe ik er uit moet zien, kijk ik altijd in tijdschriften	,73

Identificatie met mediavorbeelden (kind), Cronbach's alpha= .71

Hoe vaak vergelijk jij	
– jouw uiterlijk met dat van je favoriete acteurs of actrices	,61
– jouw ideeën met die van je favoriete popidool	,64
– jouw kleding met die van mensen op tv of in tijdschriften	,61
– jouw gedrag met hoe mensen op tv of in films zich gedragen	,62
– jouw sportprestaties met sporters op tv	,79

Seksualisering

Zorgen over seks in de media (ouder), Cronbach's alpha= .88

In hoeverre bent u het eens met	
– er is tegenwoordig te veel bloot in de media	,84
– de media gaan tegenwoordig te vaak over seks	,84
– door de media zijn jongeren tegenwoordig te jong met seks bezig	,85
– jongeren denken tegenwoordig door de media te makkelijk over seks	,85

Zorgen over objectivering in de media (ouder), Cronbach's alpha= .67

In hoeverre bent u het eens met	
– in de media zijn mensen altijd veel mooier dan in het echt	,66
– in de media worden vrouwen te vaak als lustobject afgebeeld	,53
– mannen worden in de media te vaak als lustobject afgebeeld	,68
– mannen worden in de media te vaak als stoer afgebeeld	,53

Acceptatie van grensoverschrijding (kind), Cronbach's alpha= .81

Stel dat jij de volgende dingen doet. Wat vind je daarvan	
– je hebt seks voor het huwelijk	,80
– je hebt gelijk seks met iemand die je nog maar net kent	,78
– je hebt seks om de seks en niet omdat je verliefd bent	,78
– je hebt seks met iemand van je eigen geslacht	,83
– je gaat vreemd	,80
– je laat je borsten of geslachtsdelen voor de webcam zien	,80
– je hebt seks met iemand in ruil voor een drankje	,80
– je roept op straat naar iemand dat hij/zij een lekker ding is	,79
– je knijpt een onbekende in zijn of haar billen	,78
– je zoent een onbekende zomaar op de mond	,78
– je zet iemand onder druk om seks te krijgen	,80

Acceptatie van grensoverschrijding (ouder), Cronbach's alpha= .82

Wat vindt u ervan als een jongere in de leeftijd van uw kind ooit de volgende dingen zou doen	
– seks voor het huwelijk hebben	,81
– gelijk seks met iemand hebben die hij/zij nog maar net kent	,80
– seks om de seks hebben en niet omdat hij/zij verliefd is	,80
– seks met iemand van hetzelfde geslacht hebben	,81
– vreemd gaan	,81
– borsten of geslachtsdelen voor de webcam laten zien	,82
– seks hebben in ruil voor een drankje	,82
– op straat naar iemand roepen dat hij/zij een lekker ding is	,82
– een onbekende in zijn of haar billen knijpen	,81
– een onbekende zomaar op de mond zoenen	,81
– iemand onder druk zetten om seks te krijgen	,82
– porno bekijken	,80

Seksualisering: reden tot zorg?

Seksueel zelfbeeld positief (kind), Cronbach's alpha= .81

In hoeverre ben jij het ermee eens	
– voor mij is seks heel belangrijk	,74
– ik denk dat ik wel goed ben (of ga zijn) in seks	,78
– ik wil van alles uitproberen op seksueel gebied	,76
– ik denk vaak aan seks	,77

Seksueel zelfbeeld negatief (kind), Cronbach's alpha= .72

In hoeverre ben jij het ermee eens	
– als ik seksuele gevoelens heb (of zou hebben) schaam ik me	,67
– ik vind seks vies	,65
– ik voel me schuldig als ik seksuele gevoelens heb (of zou hebben)	,68
– ik ben nog niet aan seks toe	,68
– als iemand me leuk vindt, weet ik niet wat ik moet doen	,70

Psychosociaal welzijn

Zelfobjectivering (kind), Cronbach's alpha= .92

In hoeverre geldt voor jou	
– voor ik de deur uit ga kijk ik altijd hoe ik eruit zie	,91
– ik draag alleen kleren waarvan ik zeker weer dat ik daarmee op mijn best overkom	,91
– ik controleer mijn uiterlijk in de spiegel wanneer ik maar kan	,91
– voordat ik uit ga heb ik meestal veel tijd nodig om er goed uit te zien	,91
– het is belangrijk dat ik er altijd goed uit zie	,91
– ik voel me onzeker als mijn persoonlijke verzorging niet goed is	,92
– ik vind het erg belangrijk wat mensen van mijn uiterlijk vinden	,91
– ik besteed veel aandacht aan mijn kapsel	,92
– ik probeer mijn uiterlijk altijd te verbeteren	,92

Zelfobjectivering (ouder), Cronbach's alpha= .87

In hoeverre geldt voor u	
– voor ik het huis uit ga kijk ik altijd hoe ik eruit zie	,85
– ik draag alleen kleren waarvan ik zeker weer dat ik daarmee op mijn best overkom	,86
– ik controleer mijn uiterlijk in de spiegel wanneer ik maar kan	,85
– voordat ik uit ga heb ik meestal veel tijd nodig om er goed uit te zien	,85
– het is belangrijk dat ik er altijd goed uit zie	,85
– ik voel me onzeker als mijn persoonlijke verzorging niet goed is	,86
– ik vind het erg belangrijk wat mensen van mijn uiterlijk vinden	,85
– ik besteed veel aandacht aan mijn kapsel	,85
– ik probeer mijn uiterlijk altijd te verbeteren	,85

Zelfperceptie lichaamsbeeld (kind), Cronbach's alpha= .85

Hoe tevreden ben jij over	
– je gezicht	,84
– je haar	,85
– je billen	,83
– je buik	,82
– je borstkas/borsten	,83
– je geslachtsdelen	,83
– hoe gespierd je bent	,83
– hoe dik of dun je bent	,83

Intern lichaamsbeeld (ouder), Cronbach's alpha= .81

Hoe tevreden bent u over	
– uw gezicht	,80
– uw haar	,82
– uw billen	,79
– uw buik	,79
– uw borstkas/borsten	,79
– uw geslachtsdelen	,79
– hoe gespierd u bent	,78
– hoe dik of dun u bent	,78

Extern lichaamsbeeld (kind), Cronbach's alpha= .84

Wat vinden anderen van jouw uiterlijk (helemaal niet mooi – erg mooi)	
– jongens vinden mijn gezicht	,79
– jongens vinden mijn lichaam	,78
– meisjes vinden mijn gezicht	,81
– meisjes vinden mijn lichaam	,80

Extern lichaamsbeeld (ouder), Cronbach's alpha= .82

Wat vinden anderen van uw uiterlijk (helemaal niet mooi – erg mooi)	
– mannen vinden mijn gezicht	,82
– mannen vinden mijn lichaam	,79
– vrouwen vinden mijn gezicht	,76
– vrouwen vinden mijn lichaam	,74

Emotionele symptomen (kind), Cronbach's alpha= .75

In hoeverre gold het afgelopen half jaar voor jou	
– ik heb vaak hoofdpijn, buikpijn of ik ben vaak misselijk	,75
– ik pieker veel	,70
– ik ben vaak ongelukkig, in de put of in tranen	,70
– ik ben zenuwachtig in nieuwe situaties en verlies makkelijk mijn zelfvertrouwen	,73
– ik ben voor heel veel dingen bang en snel angstig	,72
– ik voel me vaak eenzaam	,70

Seksualisering: reden tot zorg?

Prosociaal gedrag (kind), Cronbach's alpha= .70

In hoeverre gold het afgelopen half jaar voor jou	
– ik probeer aardig te zijn tegen anderen en houd rekening met hun gevoelens	,63
– ik doe meestal wat me wordt opgedragen	,71
– ik deel mijn spullen makkelijk met anderen (snoep, potloden enzovoort)	,66
– ik help iemand die zich bezeerd heeft, van streek is of zich ziek voelt	,63
– ik bied vaak anderen aan hun te helpen (ouders, leerkrachten, kinderen)	,62
– ik ben aardig tegen jongere kinderen	,66

Bijlage 4 Bivariate verbanden

Correlatietabel jongens

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Pornogebruik	1											
2. Kijken naar beautyprogramma's	.17	1										
3. Kijken naar MTV / TMF	.26	.42	1									
4. Kijken naar sensatieprogramma's	.35	.50	.43	1								
5. Kijken naar soaps		.25	.16	.21	1							
6. Lezen van ideale beautybladen						1						
7. Lezen van lief en leed bladen						.40	1					
8. Surfen naar profielsites	.32	.25	.36	.39				1				
9. Surfen naar sekssites	.38	.18	.20	.30				.20	1			
10. Surfen naar sensatiesites	.24	.15	.15	.30				.29	.22	1		
11. Interesse in sexy mannen	.28		.17	.17		.24	.16	.21	.28		1	
12. Interesse in sexy vrouwen	.55		.25	.25				.33	.18	.19	.42	1
13. Realisme van mediabeelden	.23		.15						.15		.26	.34
14. Identificatie met mediabeelden	.26		.18					.26	.32		.43	.26
15. Steun van ouders												
16. Kennis van ouders												
17. Mediaopvoeding												
18. Seksuele opvoeding												
19. Religieuze opvoeding								-0.15				
20. Ouders vinden uiterlijk belangrijk				.20							.17	
21. Attitude tav losse seks (ouders)	.15											
22. Zelfobjectivering (ouders)												
23. Intern lichaamsbeeld (ouders)												
24. Extern lichaamsbeeld (ouders)												
25. Praten over seks met vrienden	.37	.22	.29	.29				.25	.32	.15	.25	.32
26. Buitensluiten om seks of uiterlijk	.21										.26	.23
27. Objectivering door vrienden	.25	.18	.17	.15		.20		.18	.20		.26	.25
28. Druk tot mediagebruik	.48	.17	.24	.26				.29	.21	.16	.37	.44
29. Seksuele ervaring	.36		.22	.27				.27	.19		.20	.26
30. Attitude tav controversiële seks	.33		.16	.25				.19			.19	.42
31. Ervaring met controversiële seks	.18										.16	
32. Positieve gevoelens over seks	.41			.21				.20	.15		.30	.49
33. Negatieve gevoelens over seks	-.19	-.16	-.15	-.24				-.15				-.20
34. Zelfobjectivering	.22	.19	.19	.29				.31	.15		.25	.31
35. Intern lichaamsbeeld												
36. Extern lichaamsbeeld												
37. Emotionele problemen												

Correlatietabel jongens (vervolg)

	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
13. Realisme van mediabeelden	1											
14. Identificatie met mediabeelden	.28	1										
15. Steun van ouders			1									
16. Kennis van ouders			.26	1								
17. Mediaopvoeding			.20		1							
18. Seksuele opvoeding			.25		.40	1						
19. Religieuze opvoeding							1					
20. Ouders vinden uiterlijk belangrijk								1				
21. Attitude tav losse seks (ouders)			-.15	-.18	-.19		-.26		1			
22. Zelfobjectivering (ouders)								.35		1		
23. Intern lichaamsbeeld (ouders)				.15							1	
24. Extern lichaamsbeeld (ouders)			.24			.20		.17		.22	.29	1
25. Praten over seks met vrienden	.17	.27				.29						
26. Buitensluiten om seks of uiterlijk	.16	.27						.16				
27. Objectivering door vrienden	.17	.30										
28. Druk tot mediagebruik	.26	.33										
29. Seksuele ervaring		.16		.16		.20						
30. Attitude tav controversiële seks	.29	.17					-.16		.25			
31. Ervaring met controversiële seks												
32. Positieve gevoelens over seks	.31	.22				.15						
33. Negatieve gevoelens over seks												
34. Zelfobjectivering	.21	.33				.16		.21		.22		
35. Intern lichaamsbeeld											.21	.17
36. Extern lichaamsbeeld		.18				.15		.17				.19
37. Emotionele problemen												

Correlatietabel jongens (vervolg)

	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
25. Praten over seks met vrienden	1											
26. Buitensluiten om seks/uiterlijk	.26	1										
27. Objectivering door vrienden	.42	.44	1									
28. Druk tot mediagebruik	.45	.39	.57	1								
29. Seksuele ervaring	.37		.16	.24	1							
30. Attitude controversiële seks	.20		.18	.29	.27	1						
31. Ervaring controversiële seks					.20	.19	1					
32. Positieve seksuele gevoelens	.28		.16	.31	.32	.44		1				
33. Negatieve seksuele gevoelens	-.26				-.34	-.16			1			
34. Zelfobjectivering	.29	.29	.25	.33	.27	.20		.38		1		
35. Intern lichaamsbeeld									-.17		1	
36. Extern lichaamsbeeld	.19				.18					.24	.42	1
37. Emotionele problemen			.20								-.29	-.22

Correlatietabel meisjes

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Pornogebruik	1											
2. Kijken naar beautyprogramma's	.22	1										
3. Kijken naar MTV / TMF	.28	.49	1									
4. Kijken naar sensatieprogramma's	.19	.44	.42	1								
5. Kijken naar soaps	.15	.23	.25	.37	1							
6. Lezen van ideale beautybladen	.21	.46	.49	.30	.16	1						
7. Lezen van lief en leed bladen	.19	.25			.19	.23	1					
8. Surfen naar profielsites	.37	.34	.41	.28	.18	.38	.16	1				
9. Surfen naar sekssites	.31			.18					1			
10. Surfen naar sensatiesites	.22							.17		1		
11. Interesse in sexy mannen	.41	.28	.29	.25	.16	.25		.38	.16		1	
12. Interesse in sexy vrouwen	.38						.15	.17			.46	1
13. Realisme van mediabeelden	.25	.20		.15			.15	.18			.38	.34
14. Identificatie met mediabeelden	.26	.27	.21	.14		.23	.21	.30		.15	.43	.34
15. Steun van ouders												
16. Kennis van ouders	-.22		-.16					-.18			-.30	-.20
17. Mediaopvoeding												
18. Seksuele opvoeding	.20							.20	.19			
19. Religieuze opvoeding												
20. Ouders uiterlijk belangrijk												
21. Attitude tav seks (ouders)	.20											
22. Zelfobjectivering (ouders)												
23. Intern lichaamsbeeld (ouders)												
24. Extern lichaamsbeeld (ouders)												
25. Praten over seks met vrienden	.37	.22	.32	.27	.15	.28		.36	.22		.34	.17
26. Buitensluiten om seks/uiterlijk	.19							.18		.23	.20	.32
27. Objectivering door vrienden	.28						.22	.25		.15	.24	.36
28. Druk tot mediagebruik	.48	.31	.30	.23	.17	.25	.19	.40		.26	.52	.37
29. Seksuele ervaring	.31		.22	.23		.16		.24	.19		.21	
30. Attitude controversiële seks	.37	.16	.21	.28		.19		.24	.17	.14	.40	.21
31. Ervaring controversiële seks	.27										.18	
32. Positieve seksuele gevoelens	.45			.17				.17	.25		.32	.29
33. Negatieve seksuele gevoelens	-.22		-.15	-.20		-.15			-.17		-.15	
34. Zelfobjectivering	.23	.32	.28	.17	.16	.35	.15	.35			.34	.23
35. Intern lichaamsbeeld												
36. Extern lichaamsbeeld	.18	.15						.20			.19	.20
37. Emotionele problemen												

Correlatietabel meisjes (vervolg)

	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
13. Realisme van mediabeelden	1											
14. Identificatie met mediabeelden	.35	1										
15. Steun van ouders			1									
16. Kennis van ouders	-.19	-.21	.29	1								
17. Mediaopvoeding			.19		1							
18. Seksuele opvoeding			.26		.31	1						
19. Religieuze opvoeding							1					
20. Ouders uiterlijk belangrijk								1				
21. Attitude tav seks (ouders)						.17	-.34		1			
22. Zelfobjectivering (ouders)			.21					.28		1		
23. Intern lichaamsbeeld (ouders)											-.18	1
24. Extern lichaamsbeeld (ouders)			.25			.19				.21	.26	1
25. Praten over seks met vrienden	.16	.18				.26						
26. Buitensluiten om seks/uiterlijk	.28	.31		-.18								
27. Objectivering door vrienden	.24	.34		-.17								
28. Druk tot mediagebruik	.30	.44		-.28		.17			.17			
29. Seksuele ervaring	.16			-.17		.24			.18			
30. Attitude controversiële seks	.32	.26		-.26			-.19		.30			
31. Ervaring controversiële seks												
32. Positieve seksuele gevoelens	.31	.20		-.16		.18			.16			
33. Negatieve seksuele gevoelens												
34. Zelfobjectivering	.30	.39		-.15				.19		.24		
35. Intern lichaamsbeeld											.21	.15
36. Extern lichaamsbeeld						.21						.20
37. Emotionele problemen												

Correlatietabel meisjes (vervolg)

	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
25. Praten over seks met vrienden	1											
26. Buitensluiten om seks/uiterlijk	.16	1										
27. Objectivering door vrienden	.30	.47	1									
28. Druk tot mediagebruik	.40	.45	.43	1								
29. Seksuele ervaring	.39			.25	1							
30. Attitude controversiële seks	.25			.36	.27	1						
31. Ervaring controversiële seks				.18	.22	.22	1					
32. Positieve seksuele gevoelens	.27	.16	.19	.28	.35	.46	.26	1				
33. Negatieve seksuele gevoelens	-.27				-.45	-.25	-.20	-.27	1			
34. Zelfobjectivering	.27	.31	.28	.38	.18	.16		.20		1		
35. Intern lichaamsbeeld											1	
36. Extern lichaamsbeeld	.26			.20	.27			.18	-.18	.25	.45	1
37. Emotionele problemen											-.41	-.19

Bijlage 5 Powerpoint

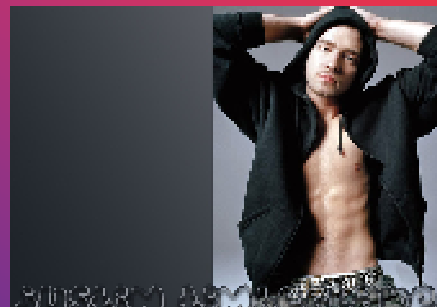
Seks in de media

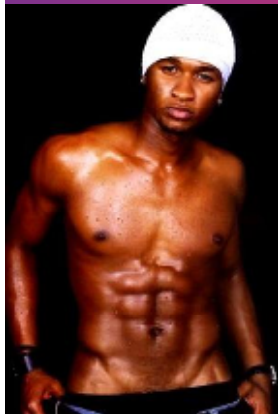
Wat vind jij?

Seks in de media

- Videoclips
- Songteksten (lyrics)
- Tv programma's
- Reclames
- Tijdschriften
- Games
- Internetsites

Videoclips





<http://www.youtube.com/watch?v=rDFEoC0hRZQ>

Songteksten (teksten)

Baas B:

moppie ik strik je
ik kus je, ik lik je
ik streef je
bespeel je met mijn tanden op je slipje
dip je als een chipje
shit, moppie ik digg je
ik neem je in mijn armen en flip je

TV programma's





Reclames





JA, IK WIL  **SCARLET ONE**

Scarlet is de simpelste en voordeligste manier om te bellen en te internetten. Helemaal met deze adembenemende aanbieding: internet op dubbele snelheid plus gratis kindermobielletje nog steeds voor die lousy 39,95 per maand! Met Scarlet One heeft u geen abonnement nodig van KPN. U krijgt nooit meer een rekening van de KPN.

Tijdschriften





Games



Internetsites

- <http://www.sugababes.nl/:St0eip0esje!!%5E>
- www.tmf.nl

Bijlage 6 Vragenlijst focusgroepen en expertmeeting

Focusgroepen jongeren

Na het zien van de beelden in de powerpointpresentatie (bijlage 5), kregen de jongeren de volgende vragen voorgelegd:

- Wat heb je gezien?
- Wat vind je ervan?
- Wat vind je normaal? Waarom? Wanneer?
- Wat vind je problematisch? Waarom? Wanneer?

In de gemengde groepen ging de vraag over wat ze van de beelden vonden gemakkelijk over naar vragen over beïnvloeding. Er is aan de jongeren gevraagd:

- Word jij beïnvloed door deze beelden? Zo ja, hoe dan?
- Hoe komt het dat je door deze beelden wel beïnvloed wordt?
- Hoe komt het dat je door deze beelden minder beïnvloed wordt?
- Welke jongeren worden in het bijzonder beïnvloed door die beelden?

In de seksespecifieke groepen kregen de meisjes en jongens dezelfde vragen voorgelegd. Allereerst werd er gevraagd:

- Wat doen de beelden met (andere) meisjes / jongens? Wanneer? Waar?
- Herken je het ook bij jezelf? Wanneer? Waar?
- Doen anderen de beelden na? Wanneer dan? Waar?
- Doe jij zelf de beelden na? Wanneer dan? Waar?
- Ga je door het zien van die beelden anders om met jongens / meisjes?
- Ga je door het zien van die beelden anders om met seks?
- Wat doen de beelden met je?
- Ga je door die beelden anders naar jezelf kijken? Hoe dan? Wanneer dan?
- Wat vind je van de invloed van de beelden? Is het goed of slecht voor jongeren? Of maakt het niets uit? Wanneer is het goed / slecht? Wanneer is het leuk, wanneer is het een probleem?

Vervolgens is gevraagd aan de meisjes en jongens wat zij denken dat nodig is op dit terrein. De volgende vragen zijn aan hen voorgelegd:

- Wat denk jij dat er nodig is?
- Moet er iets aan gedaan worden zodat jongeren minder beïnvloed worden door de media? Waarom wel of waarom niet?
- Zo ja, hoe zorg je ervoor dat andere jongeren of jijzelf minder beïnvloed worden door de media? Verbieden van bepaalde beelden? Of niet meer overdag uitzenden? Of meer info geven over de beelden over wat echt is en wat niet? (denk aan Photo shop logo). Of meer praten over de beelden, bijvoorbeeld op school of met ouders? Of iets geheel anders?
- Wat werkt volgens jou juist niet?

Expertmeeting professionals

De professionals is dezelfde powerpoint voorgelegd als de jongeren. Ook kregen zij ongeveer dezelfde vragen. Deze vragen zijn, anders dan bij de jongeren, ingedeeld op thema.

Seksualisering:

- Wat heb je gezien?
- Wat vind je ervan?
- Wat vind je normaal / acceptabel? Waarom? Wanneer?
- Wat vind je problematisch? Waarom? Wanneer?

Gedrag:

- Doen jongeren de beelden na? Wanneer dan? Waar?
- Gaan meisjes / jongens door het zien van die beelden anders om met jongens / meisjes?
- Gaan meisjes / jongens door het zien van die beelden anders om met seks?

Welzijn:

- Wat doen de beelden met meisjes / jongens? (wanneer, waar)
- Kun je je voorstellen dat meisjes / jongens door die beelden anders naar zichzelf gaan kijken? Hoe dan? Wanneer dan?
- Hebben deze beelden invloed op het zelfbeeld van jongens/meisjes? Wat is deze invloed? Wat vind je van de invloed van de beelden? Is het goed of slecht voor jongeren? Of maakt het niets uit? Wanneer is het goed / slecht? Wanneer is het leuk, wanneer is het een probleem?

Factoren

- Hoe komt het dat jongeren door deze beelden al dan niet beïnvloed worden? (wat maakt jongeren kwetsbaar / weerbaar?)
- Welke jongeren worden in het bijzonder beïnvloed door die beelden?
- Welke omgevingsfactoren (context) zijn van belang?

Behoeften

- Wat zou je willen weten? Heb je vragen?
- Wat heb je nodig aan tools om jongeren te helpen om te gaan met de gevolgen van deze beelden van seks in de media?
- Heb je behoefte aan ondersteuning of informatie? Op welke manier dan?