

De relatie tussen populaire sitcoms en
genderstereotiepe seksuele attitudes bij adolescenten:
de rol van een mediawijsheid interventie

Masterproef neergelegd tot het behalen van de graad van
Master in Gender en Diversiteit
door Daphne Rasschaert

Studentennummer: 01000276

2 augustus 2016

Promotor: Prof. Dr. Veerle Draulans

Co-promotor: Prof. Dr. Laura Vandenbosch

Woordenaantal tekst: 8998

Woordenaantal bijlagen en referenties: 4184

Academisch artikel

Dankwoord

Met dit dankwoord wil ik me richten tot de personen die me hebben bijgestaan bij het schrijven van deze masterproef.

Allereerst gaat mijn oprechte dank uit naar Prof. Dr. Laura Vandenbosch. Zij bood me de kans om onderzoek te doen naar een onderwerp waarin ik me graag wilde verdiepen, de voorstelling van mannelijkheid en vrouwelijkheid in media. Zij begeleidde me in het onderzoeksdomein van de communicatiewetenschappen, dat mij tot voor kort onbekend was. Ik ben haar dankbaar voor haar toegewijd begeleidingswerk. Verder wil ik ook Prof. Dr. Veerle Draulans bedanken. Haar expertise in de sociologie en gender- en diversiteitsstudies bood een andere invalshoek tijdens de feedbackmomenten. Dankzij hun beide perspectieven kon mijn masterproef uitgroeien tot een mooi geheel.

Mijn dank gaat ook uitdrukkelijk uit naar alle participanten die deelnamen aan dit onderzoek en op deze manier deze masterproef mogelijk maakten.

Ten slotte wil ik mijn ouders bedanken. Zij steunden me in mijn keuze om na mijn opleiding Klinische Psychologie, de master Gender en Diversiteit te volgen. Die opleiding heeft mijn blik op de wereld verruimd, leerde me vanzelfsprekendheden in vraag stellen en nadenken over mijn eigen positie. De vurige en soms idealistische discussies van onze groep zullen mij bijblijven.

Ik draag deze Masterproef op aan Ilse, mijn tante. Hoewel je nog zo jong was, hebben we allemaal zoveel van je geleerd. Je optimisme, je levenslust en je doorzettingsvermogen zal ik altijd bewonderen. Ik koester de herinneringen voor altijd.

Daphne Rasschaert

Gent, 28 juli 2016

Abstract

Het *heterosexual script* omschrijft een set van genderspecifieke regels over hoe mannen en vrouwen zich in seksuele interacties moeten gedragen. Media, en in het bijzonder het sitcom genre, bevatten veel verwijzingen naar dit heterosexual script door personages in seksuele interacties in genderstereotiepe rollen af te beelden. Deze scriptie ging na of het kijken van sitcoms samengaat met meer genderstereotiepe seksuele attitudes. Geslachtsverschillen hierin werden onderzocht. Verder bestudeerde deze scriptie de rol van een mediawijsheid interventie. In een klassikale vorming bespraken participanten onder andere hoe (realistisch) media seksualiteit en relaties afbeelden. Enerzijds werd getoetst of de vorming de impact van sitcoms kijken op genderstereotiepe seksuele attitudes deed afnemen. Anderzijds werd getoetst of de vorming een invloed had op de mediawijze en genderstereotiepe seksuele attitudes. Data werden verkregen middels een quasi-experimentele studie. 88 zestienjarigen vulden twee weken voor, net na en acht weken na de vorming vragenlijsten in. Resultaten wezen uit dat voor de vorming, de blootstelling aan sitcoms niet samenhang met de genderstereotiepe seksuele attitudes. Deze relatie was niet significant verschillend voor jongens en meisjes. De vorming reduceerde de impact van sitcoms kijken op genderstereotiepe seksuele attitudes niet. Daarenboven had de vorming geen invloed op de mediawijze en de genderstereotiepe seksuele attitudes van de respondenten.

Kernwoorden: sitcoms – heterosexual script – genderstereotiepe seksuele attitudes – mediawijsheid interventie

Inhoudsopgave

Literatuurstudie	1
Seksuele socialisatie tijdens de adolescentie	1
Seksuele genderstereotypering in populaire televisieprogramma's.....	2
Theoretische verklaringsmechanismen: de script theorie en de priming theorie.....	5
Empirisch onderzoek naar televisiekijken en genderstereotiepe seksuele attitudes	6
De rol van een mediawijsheden interventie.....	9
Geslachtsverschillen	10
Methode.....	12
Procedure en deelnemers	12
Meetinstrumenten	13
Genderstereotiepe seksuele attitudes	13
Blootstelling aan sitcoms.....	14
Mediawijze attitudes.....	14
Controlevariabelen	15
Resultaten	16
Beschrijvende statistiek	16
Verklarende statistiek: toetsing van de hypothesen en onderzoeksvraag	21
De blootstelling aan sitcoms hangt positief samen meer genderstereotiepe seksuele attitudes (H1)	21
Na de vorming zijn de genderstereotiepe seksuele attitudes zwakker en de mediawijze attitudes ten opzichte van seksuele genderstereotypen sterker (H2)	22
Het volgen van de vorming verzwakt de relatie tussen de blootstelling aan sitcoms en genderstereotiepe seksuele attitudes (H3)	23
Is de relatie tussen de blootstelling aan sitcoms en genderstereotiepe seksuele attitudes sterker bij jongens dan bij meisjes (OV1)	24
Discussie.....	27
Referenties.....	33
Bijlagen	44
Bijlage 1: Genderstereotiepe seksuele attitudes items	44
Bijlage 2: Classificatie van televisieprogramma's volgens sitcom genre.....	44

Lijst met tabellen

- Tabel 1.** Gemiddelden en standaarddeviaties voor de gehele sample, jongens en meisjes voor de tijd besteed aan sitcoms kijken, genderstereotiepe seksuele attitudes en mediawijze attitudes op de drie meetmomenten.....18
- Tabel 2.** Frequentietabel voor het aantal favoriete tv-programma's dat sitcoms zijn, relatiestatus en seksuele oriëntatie.....19
- Tabel 3.** Partiële correlaties tussen tijd besteed aan sitcoms kijken, het aantal favoriete tv-programma's dat sitcoms zijn, genderstereotiepe seksuele attitudes en mediawijze attitudes op de drie meetmomenten voor de gehele steekproef, gecontroleerd voor seksuele oriëntatie en relatiestatus.....20
- Tabel 4.** Partiële correlaties tussen tijd besteed aan sitcoms kijken, het aantal favoriete tv-programma's dat sitcoms zijn, genderstereotiepe seksuele attitudes en mediawijze attitudes op de drie meetmomenten voor jongens (boven de diagonaal) en meisjes (onder de diagonaal), gecontroleerd voor seksuele oriëntatie en relatiestatus.....21
- Tabel 5.** Resultaten meervoudige regressieanalyse: bijdrage van de tijd besteed aan sitcoms kijken en het aantal favoriete tv-programma's dat sitcoms zijn tot de predictie van genderstereotiepe seksuele attitudes.....22
- Tabel 6.** Resultaten modererende meervoudige regressieanalyse: bijdrage van het kijken naar sitcoms, geslacht en het interactie-effect van geslacht tot de predictie van genderstereotiepe seksuele attitudes.....25
- Tabel 7.** Resultaten modererende meervoudige regressieanalyse: bijdrage van sitcoms als favoriete tv-programma's, geslacht en het interactie-effect van geslacht tot de predictie van genderstereotiepe seksuele attitudes.....26

Literatuurstudie

Seksuele socialisatie tijdens de adolescentie

De adolescentie vormt de overgangperiode tussen de kinderjaren en de volwassenheid en wordt gekenmerkt door verschillende veranderingen (van Aken & Slot, 2013). Tussen de 12 en 18 jaar maakt de adolescent zowel op intra-individueel (biologisch, lichamelijk, cognitief en emotioneel) als op sociaal vlak diverse ontwikkelingen door (Crone, 2013; Dubas & van Aken, 2013). In de adolescentie komen jongeren emotioneel los van hun ouders. Vriendschappen en de omgang met leeftijdsgenoten, voornamelijk van het andere geslacht, krijgen een prominentere plaats in hun leven (Helsen, Vollebergh, & Meeus, 2000). Daarnaast ontwikkelen adolescenten ook een verkennende houding tegenover daten en romantische relaties (Carver, Joyner, & Udry, 2003; Collins, 2003; Connolly, Craig, Goldberg, & Pepler, 2004). Het uitbouwen van een seksuele identiteit en een genderidentiteit vormen een belangrijke ontwikkelingstaak tijdens de adolescentieperiode (e.g. Brown, Steele, & Walsh-Childers, 2002; Furman & Shaffer, 2003). Genderidentiteit verwijst naar de mate waarin iemand zich man of vrouw voelt (de Graaf, 2013). Bovendien worden in de adolescentie genderrollen geïnternaliseerd. Dit proces wordt gendersocialisatie genoemd (de Graaf, 2013). Genderrollen verwijzen naar gedrag dat binnen een bepaalde context als mannelijk of vrouwelijk wordt gezien.

Tijdens de uitbouw van een seksuele identiteit en een genderidentiteit speelt de zoektocht naar seksuele informatie een belangrijke rol (Brown, 1990; Sutton, Brown, Wilson, & Klein, 2002). Het proces waarbij jongeren normen, waarden, regels en voorschriften over romantiek en seksualiteit vergaren, wordt seksuele socialisatie ('sexual socialization' of 'sexualization') genoemd (Brown et al., 2002; Spanier, 1997; Ward, 2003). Ward (2003) omschrijft het als "*the process by which knowledge, attitudes and values about sexuality are acquired*" (p. 348). Over het algemeen wijst onderzoek op drie invloedrijke socialiseringsagenten (e.g. Adriaens, Van Damme, & Courtois, 2011; Sutton et al., 2002). Ouders zijn vaak de voornaamste bron van seksuele informatie (e.g. Ballard & Morris, 1998; L'Engle, Brown, & Kenneavy, 2006; Ward, 2003). Toch gaan adolescenten, naarmate zij ouder worden, vaker te rade bij leeftijdsgenoten (Sutton et al., 2002; Ward, 2003). Uit onderzoek blijkt echter dat media,

zoals magazines, televisie of films de belangrijkste socialiseringsagent zijn op vlak van seksuele socialisatie (Ballard & Morris, 1998; Brown et al., 2002; L'Engle et al., 2006; Ward, 2003). Hiervoor biedt de literatuur verschillende verklaringen. Vaak zijn er weinig andere informatiebronnen beschikbaar (Brown et al., 2002; L'Engle et al., 2006; Ward, 1995) of ervaren jongeren het als drempel om ouders of vrienden aan te spreken met vragen rond seksualiteit (Chapin, 2000; Fisher, Hill, Grube, & Gruber, 2004). Media daarentegen zijn alomtegenwoordig, toegankelijk en anoniem (Brown et al., 2002). Bovendien snijden ze thema's zoals seksualiteit, seksuele rollen en romantische relaties veelvuldig aan (Brown et al., 2002; Chapin, 2000). Brown (2002) besluit dus dat media als belangrijke bron van seksuele informatie fungeren als een *super peer*. Toch staan jongeren, in vergelijking met volwassenen, minder kritisch tegenover media-inhoud (Strasburger, 2004; Valkenburg & Peter, 2013; Ward, 2003). Hierdoor zijn zij vatbaarder voor de invloed van deze media-inhoud (e.g. Strasburger, 2004).

Het belang van media als informatiebron voor voorschriften over romantiek en seksualiteit, wordt nog duidelijker door het frequent mediagebruik van jongeren. Onderzoek wijst uit dat adolescenten zo'n zes uur per dag spenderen aan een of andere vorm van media (Vanhaelewyn, Pauwels, Maes, & De Marez, 2014). Ondanks het bestaan van nieuwe media, blijft televisie het dominante medium (Adriaens et al., 2011). Hoewel jongeren tv-content op verschillende toestellen bekijken, zoals computers, tablets of smartphones, is het aantal uur televisiekijken stabiel gebleven (Vanhaelewyn et al., 2014). Zij brengen gemiddeld twee à drie uur per dag voor de televisie door (Adriaens et al., 2011; Apestaartjaren 5, 2014; European Social Survey, 2012). Vermits adolescenten voor seksuele informatie dikwijls beroep doen op media en frequente mediagebruikers zijn, is het belangrijk om inzicht te krijgen in de aard van media-inhoud (Ward, 2002).

Seksuele genderstereotypering in populaire televisieprogramma's

Media bevatten vaak seksuele inhoud (e.g. Kunkel, Eyal, Finnerty, Biely, & Donnerstein, 2005; Roberts, 2000; Ward, 2003). Jongeren worden jaarlijks aan zo een 14 000 seksuele referenties op televisie blootgesteld (Strasburger, 2004; Cope-Farrar & Kunkel, 2002). Literatuur definieert seksueel georiënteerde media-inhoud als observeerbare seksuele gedragingen (zoals flirten en kussen) en het spreken over seks (Kim et al., 2007; Kunkel et al., 2007; Ward, 2003). Inhoudsanalyses bestuderen deze seksueel georiënteerde inhoud. Veel van

dit onderzoek is Noord-Amerikaans (e.g. Kunkel et al., 2005; Eyal, Kunkel, Biely, & Finnerty, 2007). Toch zijn de resultaten generaliseerbaar naar de Vlaamse context. Noord-Amerikaanse televisieprogramma's domineren immers het Europese medialandschap waardoor Noord-Amerikaanse en Europese jongeren grotendeels worden blootgesteld aan dezelfde media-inhoud (De Bens & De Smaele, 2001; Kuipers, 2008, 2011). Resultaten van inhoudsanalyses zijn op verschillende punten consistent. Over het algemeen bevatten televisieprogramma's populair bij adolescenten meer seksuele verwijzingen dan programma's uit het gehele televisieaanbod (Cope-Farrar & Kunkel, 2002; Kunkel, Cope & Biely, 1999; Kunkel et al., 2005). In populaire tienerprogramma's verschijnen per uur gemiddeld 6,7 seksuele scènes, terwijl dit in het gehele televisielandschap slechts vijf seksuele scènes per uur zijn (Kunkel et al., 2005; Eyal et al., 2007). Onderzoek wees uit dat 70 tot 83% van de shows talrijk bekeken door adolescenten, seksuele inhoud bevat (Eyal et al., 2007, Fisher et al., 2004; Kunkel et al., 2005). Voor televisie in het algemeen, bevat 64% van de programma's seksuele referenties (Kunkel et al., 2007). Onderzoekers stellen de laatste decennia een lichte tot grote stijging vast van het aantal seksuele referenties (e.g. Kunkel et al., 2007; Ward, 2003). Bovendien varieert het voorkomen van seksuele media-inhoud naargelang het genre. Reality shows, talkshows en nieuwsmagazines bevatten weinig seksuele referenties (Fisher et al., 2004; Eyal et al., 2007; Kunkel, et al., 2003). Films, soap opera's, drama series en *situated comedies* (sitcoms) zijn de genres waarin de kijker het meest blootgesteld wordt aan seksuele inhoud (Eyal et al., 2007; Fisher et al., 2004; Kunkel et al., 2003; Kunkel et al., 2005). Sitcoms spannen de kroon: ze bevatten meer visuele en verbale referenties naar seks dan alle andere genres (Kunkel et al., 2003, Kunkel et al., 2005).

Inhoudsanalyses focussen zich hoofdzakelijk op het kwantificeren van seksuele verwijzingen. Ze houden geen rekening met de *betekenis* van seksuele media-inhoud (e.g. Kim et al, 2007; Tolman, Kim, Schooler, & Sorsoli, 2007; Ward, Hansbrough, & Walker, 2005). De normen, waarden en handelingsvoorschriften die seksuele boodschappen uitdragen zijn volgens onderzoekers even belangrijk (Kim et al., 2007; Ward, 1995, 2003). Verschillende auteurs stellen dat media meegeven hoe mannen en vrouwen dienen te denken, te voelen en zich te gedragen in een relationele en seksuele context (e.g. Wiederman, 2005). Deze seksuele *scripts* zijn verschillend voor mannen en vrouwen: beide geslachten worden complementaire regels en voorschriften toegeschreven (Masters, Casey, Wells, & Morrison, 2013; McCabe, Tanner, & Heiman, 2010; Seabrook et al., 2016). Deze genderspecifieke seksuele normen worden het *heterosexual script* genoemd (Kim et al., 2007). Volgens het heterosexual script willen

mannen zoveel mogelijk bedpartners, initiëren mannen de seksuele interactie, imponeren zij vrouwen met hun fysieke kracht of materiële status, waarden zij vrouwen enkel omwille van hun schoonheid en proberen zij toegewijde relaties te vermijden. Vrouwen moeten enerzijds grenzen stellen op vlak van seks, zoals een beperkt aantal bedpartners. Anderzijds wordt verwacht dat zij hun lichaam gebruiken om op een passieve manier mannen te verleiden. Bovendien zetten vrouwen volgens dit script, hun relatie op de eerste plaats en eisen ze vaak meer betrokkenheid van hun partner (Sakaluk, Todd, Milhausen, Lachowsky, & URGiS, 2014; Ter Bogt, Engels, Bogers, & Kloosterman, 2010).

Onderzoek, dat voornamelijk Noord-Amerikaans is (Kim et al., 2007; Kirsch & Murnen, 2015; Ward, 1995), constateerde dat het heterosexueel script frequent voorkomt in televisieprogramma's. Omdat Noord-Amerikaanse en Europese kijkers grotendeels blootgesteld worden aan dezelfde televisieprogramma's, kunnen resultaten gegeneraliseerd worden (e.g. Kuipers, 2011). Kim et al. (2007) concludeerde dat het script gemiddeld 15,5 keer per uur verscheen in programma's populair bij adolescenten. In programma's populair bij kinderen tussen vijf en twaalf jaar, werd in 11,5% van de interacties gerefereerd aan het heterosexueel script of zo'n 7,4 keer per uur (Kirsch & Murnen, 2015). Er is een duidelijke overeenstemming in de meest voorkomende thema's van het heterosexueel script. Vooral de noties dat mannen zoveel mogelijk seksuele contacten moeten aangaan, mannen vrouwen enkel waarden omwille van hun uiterlijk en hen objectiveren tot lustobjecten en dat vrouwen mannen verleiden met hun uiterlijk komen aan bod (Kim et al., 2007; Kirsch & Murnen, 2015; Ward, 1995). Aubrey (2004) constateerde dat vrouwelijke tv-personages die zelf het initiatief namen in seksuele interacties, moesten afrekenen met negatieve gevolgen (zoals sociale uitsluiting). Deze bevinding onderschrijft het normerend karakter van het heterosexueel script: sterk afwijken van dit script wordt negatief beoordeeld (Kim et al., 2007; Sakaluk et al., 2014). Opvallend is dat van alle genres, sitcoms het vaakst verwijzingen naar het heterosexueel script bevatten (Kim et al., 2007; Kirsch & Murnen, 2015; Ward, 1995). De verklaring hiervoor ligt in de humor en de gênante situaties die sitcoms kenmerken (e.g. Battles & Hilton-Morrow, 2002). Zo doen veel mannelijke personages angstvallig pogingen om de 'stereotiepe mannelijkheid' te bereiken, wat een bron van humor vormt (Kim et al., 2007; Ward, 1995).

Televisieprogramma's en hoofdzakelijk sitcoms dragen normen uit over genderstereotiepe rollen in seksuele en romantische interacties (Sparks, 2010). Aangezien onervaren adolescenten in hun zoektocht naar regels over romantiek en seksualiteit voornamelijk beroep

doen op media, is het waarschijnlijk dat deze scripts een belangrijke impact hebben op hun attitudes en opvattingen (Brown et al., 2002; Kim et al., 2007).

Theoretische verklaringsmechanismen: de script theorie en de priming theorie

De script en de priming theorie bieden een waardevol theoretisch kader om te begrijpen hoe sitcoms een invloed kunnen hebben op de attitudes van adolescenten. Volgens de script theorie geven scripts aan hoe je je moet gedragen in bepaalde interacties (Driesmans, Vandenbosch, & Eggermont, 2016; Seabrook et al., 2016). Een seksueel script is een mentale representatie van regels en betekenissen omtrent seksualiteit (Gijs, Gianotten, Vanwesenbeeck, & Weijenborg, 2004). Het schrijft voor wat gepast gedrag is tijdens een seksuele interactie, zoals de tijd, plaats en volgorde van seksuele activiteiten (Gagnon & Simon, 1973; Simon & Gagnon, 1986; Masters et al. 2013). Naast dit normatief kenmerk, geven seksuele scripts ook aanwijzingen hoe jongens of mannen, meisjes of vrouwen zich in seksuele situaties kunnen gedragen (Wiederman, 2005). Zoals vermeld, gaat het heterosexueel script ervan uit dat seksuele scripts verschillend zijn voor mannen en vrouwen (Kim et al., 2007).

Seksuele scripts worden aangeleerd door de context die breed gedeelde opvattingen uitdraagt (Gagnon & Simon, 1973; Strasburger, 2004; Wiederman, 2005). Ook media spelen dus een belangrijke rol in de vorming en de verspreiding van deze seksuele conventies (Wiederman, 2005, 2015). Via het socialisatieproces internaliseren adolescenten deze scripts (de Graaf, 2013). Volgens de priming theorie, kunnen media deze scripts steeds opnieuw activeren (e.g. Hansen & Hansen, 1988).

De priming theorie (Fiske & Taylor, 1991; Jo & Berkowitz, 1994; Srull & Wyer, 1989) stelt dat het menselijk brein een netwerk is van *nodes* of schema's: een verzameling van gevoelens, opvattingen en gedrag (Yang, 2012). Gerelateerde nodes of schema's staan dus met elkaar in verbinding (Fiske & Taylor, 1991). Een script, dat normatief is en de opeenvolging van gedrag voorschrijft, bestaat uit verschillende nodes (Berkowitz, 1989, 1990; Fiske & Taylor, 1984). Externe stimuli, zoals tv-fragmenten, kunnen schema's activeren of *primen* (Anderson et al., 2003; Arendt, 2013). Wanneer een schema geprimeerd wordt, worden ook de geassocieerde schema's actief en wordt een geheel netwerk getriggerd (Berkowitz, 1989, 1990; Bushman, 1998). Een tv-fragment waarin een vrouwelijk personage herleid wordt tot lustobject, kan bijvoorbeeld het schema 'vrouwen zijn lustobjecten' oproepen en verwante

schema's zoals 'vrouwen moeten mannen verleiden met hun uiterlijk' (Galdi, Maass, & Cadinu, 2013). De geactiveerde schema's worden dan gebruikt om daaropvolgende gebeurtenissen, personen of gedrag te beoordelen (Huesmann & Kirwil, 2007). Ze vormen een filter waarmee je nieuwe informatie vervormd interpreteert (Hansen & Hansen, 1988).

De theorie benadrukt dat niet elk schema onze beoordeling even gemakkelijk beïnvloedt. Mensen beoordelen ervaringen vooral aan de hand van frequent geactiveerde schema's (*frequency effect*) of schema's die recentelijk werden geactiveerd (*recency effect*) (Hansen & Hansen, 1988; Rudman & Borgida, 1995). Het recency effect leidt slechts tot een tijdelijke toegankelijkheid van het schema en kortetermijneffecten (e.g. Higgins, Klein, & Strauman, 1985). Schema's die regelmatig worden geprimeerd daarentegen (*frequency effect*), kunnen op lange termijn permanent toegankelijk worden. Onderzoek wees uit dat hoe frequenter een schema wordt geactiveerd, hoe meer een individu de ideeën en assumpties van dit schema zal onderschrijven (Hansen & Hansen, 1988; Shrum, Wyer, & O'Guinn, 1998). Elke activatie maakt het schema dus sterker (Shrum et al., 1998). Het regelmatig voorkomen van seksuele genderstereotypen op televisie maakt gerelateerde opvattingen en ideeën bij de kijker zo zeer toegankelijk en steeds aannemelijker (Shrum et al., 1998). De script en de priming theorie verklaren op deze manier hoe het heterosexuele script in tv-programma's een invloed kan hebben op de attitudes en opvattingen van jongeren.

Empirisch onderzoek naar televisiekijken en genderstereotiepe seksuele attitudes

Zoals aangehaald, is seksuele genderstereotypering, geconceptualiseerd als het heterosexuele script, frequent aanwezig in televisieprogramma's. De script en priming theorie voorspellen een invloed van deze seksuele genderstereotypering op de attitudes van jongeren. Verschillende studies hebben een samenhang tussen televisiekijken en genderstereotiepe seksuele opvattingen vastgesteld.

Vaak betreft het cross-sectionele studies. Verschillende surveyonderzoeken rapporteren een positief verband (e.g. Rivadeneyra & Lebo 2008; Ward & Friedman, 2006; Ward & Rivadeneyra, 1999), zowel in Amerikaanse (Rivadeneyra & Ward, 2005; Ward, 2002) als in Belgische samples (Eggermont, 2006; Vandenbosch & Eggermont, 2012). Deze studies suggereren dat hoe meer adolescenten televisiekijken, hoe meer zij instemmen met genderstereotiepe opvattingen zoals de idee dat mannen enkel uit zijn op seks en vrouwen lustobjecten zijn (Rivadeneyra & Lebo 2008; Ward, 2002; Ward & Friedman 2006; Ward &

Rivadeneira, 1999). Deze relatie wordt vastgesteld voor televisiekijken in het algemeen en ook voor verschillende genres. Het regelmatig bekijken van reality shows (Ferris, Smith, Greenberg, & Smith, 2007; Rivadeneira, & Lebo, 2008; Seabrook et al., 2016; Zurbriggen & Morgan, 2006), soap (Rivadeneira & Ward, 2005), drama series (Rivadeneira, & Lebo, 2008) en muziekvideoclips (Beentjes, Konig, & Krzeszewski, 2008; Ward, 2002; Ward et al., 2005; Zhang, Miller, & Harrison, 2008) ging gepaard met de opvattingen dat mannen de seksuele relatie domineren, voortdurend bezig zijn met seks en vrouwen enkel waarderen omwille van hun uiterlijk. Sommige studies constateerden dat het verband tussen televisiekijken en genderstereotiepe seksuele attitudes sterker is voor jongens dan voor meisjes (e.g. Rivadeneira & Ward, 2005; Ward, 2002, 2003). Andere auteurs rapporteerden niet-significante geslachtsverschillen (e.g. Seabrook et al., 2016; Zurbriggen & Morgan, 2006).

Cross-sectionele studies kunnen geen uitsluitel bieden over causaliteit (Leary, 2011). Experimentele onderzoeksdesigns, die onafhankelijke variabelen manipuleren, kunnen meer duidelijkheid scheppen over de richting van het verband (Leary, 2011). Hoewel slechts een derde van de studies binnen dit gegeven onderzoeksdomein dergelijk design hanteert (Ward, 2003), bevestigen de resultaten bovenstaande bevindingen (Ward, 2002; Ward et al., 2005; Ward & Friedman, 2006). Zo wezen Ward et al. (2005) een groep adolescenten toe aan de experimentele en een andere groep aan de controleconditie. In de experimentele conditie bekeken de participanten vier muziekvideo's met genderstereotiepe inhoud. Deze videoclips portretteerden vrouwen als seksuele objecten en mannen werden voorgesteld als geobsedeerd door seks en in het bezit van een hoge materiële status. De controlefragmenten bevatten geen enkele vorm van seksueel genderstereotiepe inhoud. Nadien werden de genderstereotiepe seksuele opvattingen van beide groepen bevraagd. Adolescenten blootgesteld aan stereotiepe representaties van mannelijkheid en vrouwelijkheid, rapporteerden meer traditionele opvattingen over seksuele genderrollen dan jongeren in de controlegroep. Dezelfde resultaten werden gevonden wanneer jongeren in de experimentele conditie seksueel genderstereotiepe fragmenten uit tv-programma's (sitcoms en drama's) te zien kregen (Ward, 2002; Ward & Friedman, 2006). In de experimentele designs bleek doorgaans een geslachtsverschil op te treden: voornamelijk vrouwelijke participanten vertoonden een sterkere acceptatie van genderstereotiepe seksuele opvattingen na het bekijken van de fragmenten (e.g. Ward, 2002).

Hoewel experimentele designs meer duidelijkheid scheppen over de richting van verbanden, brengen ze hoofdzakelijk kortetermijneffecten in kaart (Leary, 2011). Longitudinale studies kunnen hieraan tegemoet komen (Leary, 2011). Bovendien kunnen zij verklarende mechanismen in kaart brengen (Leary, 2011). Eén longitudinaal onderzoek ging bij adolescenten na welk mechanisme de relatie tussen televisiekijken en genderstereotiepe seksuele attitudes kan verklaren (Vandenbosch & Eggermont, 2014). Er werden drie meetmomenten georganiseerd met telkens een interval van zes maanden. Sitcoms kijken op het eerste meetmoment bleek niet rechtstreeks geassocieerd te zijn met genderstereotiepe attitudes een jaar later. Toch wezen de resultaten uit dat het volgen van sitcoms op meetmoment één gerelateerd was aan de mate waarin adolescenten schoonheidsidealen internaliseerden op meetmoment twee. De internalisering van schoonheidsidealen op het tweede meetmoment voorspelde op haar beurt een sterkere acceptatie van genderstereotiepe seksuele opvattingen op meetmoment drie. De internalisering van schoonheidsidealen was dus een verklarend mechanisme voor de relatie tussen televisiekijken en het onderschrijven van genderstereotiepe seksuele opvattingen.

Tv-programma's bevatten veel verwijzingen naar het heterosexueel script. De script en priming theorie voorspellen dat deze seksuele genderstereotypering aanleiding kan geven tot sterkere en toegankelijker genderstereotiepe scripts bij de kijker. Voorgaand onderzoek toonde inderdaad aan dat televisiekijken samengaat met meer genderstereotiepe seksuele attitudes. Aangezien van alle genres, sitcoms het vaakst verwijzingen naar het heterosexueel script bevatten (Kim et al., 2007; Kirsch & Murnen, 2015; Ward, 1995), verwachten we voor de huidige studie dat:

H1: De blootstelling aan sitcoms hangt positief samen met meer genderstereotiepe seksuele attitudes.

Het onderschrijven van seksueel genderstereotiepe rollen kan gepaard gaan met het vroegtijdig initiëren van seksuele activiteiten (e.g. Dworkin & O'Sullivan, 2005), partnergeweld (Flood & Pease, 2009; Santana, Raj, Decker, La Marche, & Silverman, 2006) en geweld jegens vrouwen (e.g., Murnen, Wright, & Kaluzny, 2002). Deze resultaten suggereren dat een kritische kijk ten aanzien van seksuele genderstereotypering zinvol kan zijn voor adolescenten.

De rol van een mediawijsheid interventie

Mediawijsheid interventies kunnen jongeren handvaten aanreiken om kritisch om te gaan met media-inhoud (Brown, 2000). Binnen de academische wereld wordt mediawijsheid op verschillende manieren gedefinieerd (Jeong, Cho, & Hwang, 2012; Potter, 2010). Sommige auteurs leggen de focus op het aanleren van vaardigheden (e.g. Mackey, 2007), anderen op de uitbouw van kennis over media-inhoud (e.g. Meyrowitz, 1998). In een poging een overkoepelende definitie te formuleren, wordt mediawijsheid omschreven als “*a person’s ability to access, analyze, evaluate and communicate media messages*” (Pinkleton, Austin, Chen, & Cohen, 2013, p. 465). Mediawijsheid interventies trachten de negatieve invloed van media op de attitudes, emoties, cognities en gedrag van kijkers te reduceren (Bergsma & Carney, 2008; Pinkleton, Austin, Cohen, Chen, & Fitzgerald, 2008; Potter, 2010). Dit doen ze door deelnemers aan te leren om media-inhoud kritisch te analyseren en te beseffen dat mediavoorstellingen vaak geen realistische weergave vormen (Pinkleton et al., 2008).

Verschillende personen kunnen interventies geven: zowel onderzoekers, experts uit externe organisaties, als leerkrachten of leeftijdsgenoten. Dit kan zowel binnen als buiten de schoolmuren en voor verschillende leeftijdsgroepen (voor een overzicht, Bergsma & Carney, 2008). Ook de inhoud van de interventies kan verschillen. Mediawijsheid interventies behandelden reeds succesvol verschillende thema’s, waaronder het gebruik van alcohol (Austin & Johnson, 1995, 1997), roken (Pinkleton, Austin, Cohen, Miller, & Fitzgerald, 2007), geweld (Rosenkoetter, Rosenkoetter, Ozretich, & Acock, 2004; Scharrer, 2006) of het lichaamsbeeld van meisjes (Fuller, Damico, & Rodgers, 2004). Toch is amper nagegaan of mediawijsheid interventies kunnen bijdragen aan een kritischere kijk op seksuele media-inhoud (Bergsma & Carney, 2008; Potter, 2010). Uitzonderingen zijn de onderzoeken van Pinkleton en collega’s uit 2008 en 2013 bij blanke Noord-Amerikaanse adolescenten. Zo bevroegen Pinkleton et al. (2013) jongeren die niet deelnamen aan de mediawijsheid interventie en een groep die de vorming wel volgde, zowel voor als na de mediawijsheid interventie. Uit de resultaten bleek dat de tweede groep zich meer bewust was van de invloed van media op hun beslissing om seks te hebben dan voor de interventie. Jongeren waren zich ook meer bewust van de mogelijke gevolgen van seks en van het feit dat media seksualiteit niet realistisch voorstellen. Bovendien stonden deze jongeren positiever tegenover het uitstellen van seks en voelden zij zich hiertoe meer capabel.

Pinkleton et al. (2008, 2013) focussen op de attitudes van jongeren tegenover seksueel gedrag en seksuele media-inhoud. Er wordt echter niet gewerkt rond seksuele genderstereotypering in media-inhoud en de genderstereotiepe seksuele attitudes van jongeren. Deze studie is de eerste die toetst of zulke interventie de genderstereotiepe seksuele attitudes bij adolescenten kunnen reduceren. Kim et al. (2007) en Ward, Vandenbosch en Eggermont (2015) suggereerden dat mediawijsheid interventies jongeren attent kunnen maken op hun genderstereotiepe seksuele attitudes. De theoretische verklaring van de werkzaamheid ervan kan berusten op de priming theorie (Fiske & Taylor, 1991; Jo & Berkowitz, 1994). Tijdens de mediawijsheid interventie wordt de aangereikte informatie geëncodeerd in een nieuwe node. Deze wordt aan het bestaande netwerk van nodes toegevoegd (Calvert & Huston, 1987; Nathanson, Wilson, McGee, & Sebastian, 2002). Na de vorming zullen externe stimuli, zoals genderstereotiepe media-inhoud, het schema rond genderstereotiepe seksuele normen activeren (Anderson et al., 2003; Arendt, 2013). Dit priming effect activeert ook geassocieerde schema's, waaronder de nieuwe node die het denken in deze stereotypen ontraadt (Berkowitz, 1989, 1990; Bushman, 1998). In dat geval treedt een *contrast priming effect* op (Dalisay & Tan, 2009). Dit betekent dat wanneer de kijker geprimed wordt door seksueel genderstereotiepe media-inhoud, hij of zij daaropvolgende informatie net minder genderstereotiep zal interpreteren (Moskowitz & Skurnik, 1999; Herr, Sherman & Fazio, 1983). Individuen gaan als het ware cognitief corrigeren voor hun genderstereotiepe seksuele opvattingen (Martin, 1986; Martin, Seta, & Crelia, 1990).

Op basis van de priming theorie en de effectiviteit van voorgaande mediawijsheid interventies, stellen we volgende hypothesen op:

H2: Na de vorming zijn de genderstereotiepe seksuele attitudes zwakker en de mediawijze attitudes ten opzichte van seksuele genderstereotypen sterker.

H3: Het volgen van de vorming verzwakt de relatie tussen het volgen van sitcoms en genderstereotiepe seksuele attitudes.

Geslachtsverschillen

De literatuur suggereert dat de relatie tussen sitcoms kijken en genderstereotiepe seksuele attitudes anders is voor jongens en meisjes. Onderzoekresultaten zijn echter inconsistent. Enerzijds constateerden sommige onderzoeken dat dit verband sterker was bij meisjes (e.g. Ward, 2002). Een mogelijke verklaring hiervoor is dat meisjes meer sitcoms kijken dan

jongens, waardoor de invloed van sitcoms op genderstereotiepe seksuele attitudes groter is (Cherney & London, 2006; Vandenbosch & Eggermont, 2014). Een andere verklaring is dat jongens over het algemeen meer akkoord gaan met stellingen omtrent stereotiepe seksuele rollen dan meisjes (e.g. Seabrook et al., 2016). Daarom is het mogelijk dat een plafondeffect optreedt: de initieel hoge scores laten moeilijk toe dat er nog een bijkomstig effect van sitcoms kijken wordt gevonden (Ward, 2003). Anderzijds constateerden sommige onderzoekers dat dit verband sterker was bij jongens (e.g. Rivadeneyra & Ward, 2005; Ward, 2003). Andere auteurs rapporteerden dan weer niet-significante geslachtsverschillen (e.g. Seabrook et al., 2016; Zurbriggen & Morgan, 2006). Bijgevolg wordt volgende onderzoeksvraag geformuleerd:

OV1: Is de relatie tussen de blootstelling aan sitcoms en genderstereotiepe seksuele attitudes sterker bij jongens dan bij meisjes?

Methode

Procedure en deelnemers

Een Vlaamse middelbare school kreeg de kans om aan een verlaagd tarief een mediawijsheid interventie te volgen. In ruil daarvoor namen vijf klassen deel aan het onderzoek over de effectiviteit van deze training. Participanten waren 88 leerlingen van het vijfde jaar secundair onderwijs ASO. De school lag in de provincie Antwerpen en behoorde tot het VGO-net¹. Om te participeren was zowel de toestemming van de ouders als van de adolescenten zelf nodig. De mediawijsheid trainingen werden verzorgd door *Jong en van Zin*, een informatie- en participatieorganisatie die educatief materiaal, vormingen en workshops aanbiedt aan kinderen, jongeren en hun begeleiders. In een tijdsbestek van 2u30 ging de vorming in op relaties en seksualiteit, in afwezigheid van de onderzoekers. Zo stelden de leerlingen een lijst op met tien stappen die volgens hen belangrijk waren in het ontwikkelen van een relatie. Daarnaast bekeken zij een documentaire waarin seksualiteit en intimiteit op een realistische manier aan bod kwamen. Nadien bespraken de leerlingen het verschil tussen de documentaire en andere beelden in de media. Er werd besproken of seksuele mediabeelden volgens hen representatief zijn. Ook mythes rond geslacht en seksualiteit (bv. een jongen moet altijd klaarkomen, een meisje is altijd passief) werden kort aangekaart. Twee weken voor, meteen na en acht weken na de vorming vulden de leerlingen tijdens de schooluren en in aanwezigheid van de onderzoekers, een online survey in (within-subject quasi-experimenteel design). Het interval werd gekozen in navolging van voorgaand onderzoek met een gelijkaardig design. Het pre-post design liet ons toe om de effectiviteit van de vorming te toetsen en de duurzaamheid ervan. Een persoonlijke code gaf participanten toegang tot de vragenlijsten en zorgde ervoor dat de antwoorden van de drie meetmomenten anoniem aan elkaar gekoppeld werden. Er werd participanten benadrukt dat hun gegevens te allen tijde vertrouwelijk en anoniem zouden worden verzameld, opgeslagen en gerapporteerd. Om vertekende antwoorden te vermijden, vertelden we jongeren dat de studie uit twee afzonderlijke delen bestond. Eén onderdeel zou hun mediagebruik en hun mening over seksualiteit en relaties in kaart brengen. Het andere onderdeel was een afzonderlijk project van de organisatie *Jong en van Zin*. Na elke vragenlijstafname kregen de leerlingen een snack of een stuk fruit aangeboden. De Ethische Commissie Sociale en Humane Wetenschappen van de Katholieke Universiteit Leuven keurde de studie goed.

¹ Het gesubsidieerd vrij onderwijs

De steekproef bestond uit 88 adolescenten, 47 meisjes (53.4%) en 41 jongens (46.6%). 68 leerlingen vulden alle vragenlijsten op de drie meetmomenten in (77%). De gemiddelde leeftijd bedroeg 16,23 ($M = 16.23$, $SD = 0.40$). Het merendeel van de moeders van de participanten had haar studies hogeschool (43.2%) of universiteit (37.5 %) voltooid. Twee (2.3%) en elf (12.5%) moeders behaalden respectievelijk een diploma lager onderwijs en secundair onderwijs. Vier (4.5%) jongeren gaven aan niet te weten wat het hoogst behaalde diploma van hun moeder was. Van 85 adolescenten waren beide ouders geboren in België (96.6%). De drie overige participanten gaven aan dat minstens één ouder werd geboren in een ander Europees land (3.4%).

Meetinstrumenten

Genderstereotiepe seksuele attitudes. Om de mate van genderstereotiepe seksuele attitudes na te gaan, stelden de hoofdonderzoekers van deze studie (Vandenbosch, L. & Rousseau, A.) een Nederlandstalige vragenlijst op. Daarbij baseerden ze zich op de *Attitudes Toward Dating and Relationships Measure* (Ward and Rivadeneyra, 1999) die Ter Bogt et al. (2010), Ward (2002) en Ward en Friedman (2006) ook aanwendden. Daarnaast deden ze beroep op thema's die Kim et al. (2007), Sakaluk et al. (2014) en Tolman et al. (2007) destilleerden in hun onderzoek naar het *heterosexual script*. De onderzoekers pasten de items aan naar de belevingswereld en het woordgebruik van adolescenten. De vragenlijst bevatte negen items die werden gescoord van 1 (helemaal mee eens) tot 7 (helemaal mee oneens). Om de onderliggende structuur af te leiden, voerden we een Principale Componenten Analyse (PCA) uit op de negen opgenomen items. Vermits deze resultaten niet eenduidig geïnterpreteerd konden worden, besloten we op basis van theoretische gronden slechts één factor te weerhouden. Deze factor reflecteert de *sexual double standard*, die dichotome en complementaire handelingsvoorschriften voor mannen en vrouwen in seksuele interacties omvat. Enkel items die hoger dan .40 laadden op deze factor werden opgenomen (Field, 2009). Dit bracht het uiteindelijke aantal items op acht (zie bijlage 1), bijvoorbeeld "In een koppeltje is het normaal dat de jongen al meer ervaring heeft met kussen en seks dan het meisje" en "Meisjes die al veel verschillende jongens hebben getongkust worden minder gerespecteerd". Hoe hoger de score, hoe meer de adolescent akkoord ging met genderstereotiepe seksuele opvattingen uit het *heterosexual script* en dus hoe sterker zijn of haar genderstereotiepe seksuele attitudes. Op de drie meetmomenten verklaarde deze factor respectievelijk 31% (eigenvalue: 2.78), 36% (eigenvalue: 3.24) en 31% (eigenvalue: 2.79) van

de totale variantie. De Cronbach's alpha's op meetmoment één, twee en drie tonen een gematigde tot goede interne consistentie ($\alpha = .70$, $\alpha = .77$ en $\alpha = .71$ respectievelijk).

Blootstelling aan sitcoms. De blootstelling aan sitcoms werd op twee manieren gemeten. Enerzijds gaven de participanten op het eerste, tweede en derde meetmoment aan hoeveel tijd zij respectievelijk de afgelopen twee maanden, twee weken en twee maanden besteed hadden aan het kijken naar sitcoms. Antwoordmogelijkheden varieerden van (bijna) nooit (1) tot (bijna) elke dag (6). Anderzijds konden adolescenten zelf aangeven naar welke drie televisieprogramma's zij in die periode het meest hadden gekeken. Deze programma's beschouwden we als hun favoriete televisieprogramma's. Nadien werd de variabele gehercodeerd op basis van een omschrijving van het sitcom genre in wetenschappelijke literatuur (e.g. Battles & Hilton-Morrow, 2002; Fouts & Burggraf, 2000; Wachman & Picard, 2001). De respondent kreeg een score van nul tot drie toegewezen afhankelijk van hoeveel van de opgesomde televisieprogramma's behoorden tot het genre. Bijlage 2 bevat een omschrijving van het sitcom genre en een tabel met de televisieprogramma's die volgens deze definitie wel en niet tot het genre behoren.

Waar de eerste meting louter peilt naar de hoeveelheid blootstelling aan sitcoms, houdt de tweede operationalisering rekening met de betrokkenheid van de kijker. In het tweede geval selecteert de kijker immers actief een bepaald tv-programma waardoor hij of zij meer aandachtig en verbonden is met de media-inhoud (Ward & Rivadeneyra, 1999).

Mediawijze attitudes. Om te peilen naar mediawijze attitudes tegenover seksuele genderstereotypen in media, stelden de hoofdonderzoekers van deze studie een Nederlandstalige vragenlijst op. Voor het construeren van items, werd beroep gedaan op meetinstrumenten uit voorgaand onderzoek (Andrew, Tiggemann, & Clark, 2015; Azjen, 1991; Peter & Valkenburg, 2010). De vragenlijst bevatte vier items met antwoordmogelijkheden van 1 (helemaal wel) tot 7 (helemaal niet). Om zicht te krijgen op de onderliggende structuur, voerden we een PCA uit. Aangezien deze resultaten niet eenduidig geïnterpreteerd konden worden, werd besloten slechts één factor te weerhouden. Deze factor wordt gezien als de mediawijze schaal. Items die lager dan .40 laadden (Field, 2009), werden verwijderd waardoor slechts twee items in aanmerking kwamen voor verdere analyses: "Hoe belangrijk vind jij het om kritisch te zijn ten aanzien van mediabeelden over hoe jongens en meisjes met elkaar omgaan, flirten?" en "De meeste van mijn vrienden zijn kritisch over de manier waarop jongens en meisjes flirten in media". Een hoge score

weerspiegelt een hogere mediawijze attitude ten aanzien van seksuele genderstereotypen in media. De verklaarde variantie van de factor bedroeg op meetmoment één 39% (eigenvalue: 1.58), op meetmoment twee 52% (eigenvalue: 2.08) en op meetmoment drie 52% (eigenvalue: 1.62). Als indicatie voor de betrouwbaarheid werd de correlatie tussen beide items berekend op de drie meetmomenten. Deze waarden varieerden van een matig tot sterk verband ($r = .45$, $p < .01$, $r = .65$, $p < .01$; $r = .41$; $p < .01$ respectievelijk).

Controlevariabelen

Deze studie controleert enerzijds voor seksuele oriëntatie. Het is mogelijk dat respondenten met een niet-heteroseksuele oriëntatie het heterosexueel script minder sterk onderschrijven. Participanten dienen aan de hand van een 6-punten schaal aan te geven naar wiens geslacht hun seksuele voorkeur uitging. Antwoordmogelijkheden waren vooral op jongens (1), vooral op jongens, maar ook wel op meisjes (2), evenveel op jongens als op meisjes (3), vooral op meisjes, maar ook wel op jongens (4), vooral op meisjes (5) en dat wil ik liever niet zeggen (6). Resultaten werden gehercodeerd naar één nieuwe dichotome variabele: een heteroseksuele oriëntatie of 'andere'. Wanneer de antwoorden van de respondent varieerden op de drie meetmomenten, hercodeerden we deze naar 'andere'. Op deze manier wordt erkend dat de ontwikkeling van een seksuele voorkeur een gestaag en niet-rechtlijnig proces is (de Graaf, 2013).

Anderzijds brachten we in rekening of respondenten op het moment van de bevraging een vaste relatie hadden. Voorgaand onderzoek wees immers uit dat hoe meer televisie adolescenten keken, hoe meer romantische partners zij hadden (Rivadeneira & Lebo, 2008). Vermits deze antwoorden verschilden per meetmoment, besloten we de score toe te kennen die per respondent het vaakst voorkwam.

Resultaten

Voor de toetsing van de hypothesen en onderzoeksvraag, werden de assumpties voor parametrische testen nagegaan. Om te controleren voor de assumptie van een normaalverdeling, berekenden we skewness- en kurtosiswaarden. Absolute waarden groter dan respectievelijk drie en tien, vallen volgens Kline (2011) buiten de acceptabele range. Dit was het geval bij het aantal favoriete tv-programma's dat sitcoms zijn op het eerste en tweede meetmoment. Bijgevolg hercodeerden we deze variabele op de drie tijdstippen. Scores onder percentiel 33 kregen score één toegewezen, scores onder percentiel 66 score twee en scores onder percentiel 99 score drie. Toch bleek deze hercodering niet voldoende om een normaal verdeelde dataset te verkrijgen. Daarom werd van de oorspronkelijke variabele een dichotome variabele gemaakt. De normaalverdeling is immers enkel zinvol onder continue variabelen (Field, 2009). Scores onder het gemiddelde kregen score één toebedeeld, scores gelijk aan of groter dan het gemiddelde score twee.

Beschrijvende statistiek

Tabel 1 vat de gemiddelden en standaarddeviaties samen van de tijd die respondenten spendeerden aan het kijken naar sitcoms, genderstereotiepe seksuele attitudes en mediawijze attitudes (voor de gehele sample en voor meisjes en jongens afzonderlijk). Tabel 2 stelt de frequentieverdeling voor van hoeveel favoriete televisieprogramma's behoorden tot het sitcom genre en de twee controlevariabelen, seksuele oriëntatie en relatiestatus (voor de totale steekproef en voor meisjes en jongens afzonderlijk). MANCOVA-analyses, controlerend voor relatiestatus en seksuele oriëntatie, toonden aan dat jongens en meisjes op geen van de drie meetmomenten significant verschillend antwoordden op de vier studievariabelen (Wilks' Lambda = .88, $F(4, 70) = 2.30$, $p = .07$, $\eta_p^2 = .12$; Wilks' Lambda = .95, $F(4, 71) = .96$, $p = .44$, $\eta_p^2 = .05$; Wilks' Lambda = .98, $F(4, 96) = .35$, $p = .85$, $\eta_p^2 = .02$ respectievelijk).

Om de lineaire samenhang tussen de belangrijkste studievariabelen na te gaan, berekenden we partiële correlatiecoëfficiënten, zowel voor de gehele steekproef (tabel 3) als voor beide geslachten afzonderlijk (tabel 4). Opnieuw werd gecontroleerd voor seksuele oriëntatie en relatiestatus. Op de drie meetmomenten werd duidelijk dat hoe meer tijd adolescenten spendeerden aan sitcoms kijken, hoe meer van hun favoriete tv-programma's tot het sitcoms genre behoorde. Dit was het geval voor de algemene steekproef ($r = .46$, $p < .001$; $r = .43$,

$p < .001$; $r = .49$, $p < .001$), voor jongens ($r = .45$, $p < .01$; $r = .32$, $p = .10$; $r = .33$, $p = .09$) en voor meisjes ($r = .41$, $p < .05$; $r = .56$, $p < .01$; $r = .57$, $p < .01$). Beide metingen van blootstelling aan sitcoms waren dus positief gecorreleerd. Ten slotte bleek uit meetmoment drie dat hoe meer tijd jongens spendeerden aan sitcoms kijken, hoe meer zij instemden met genderstereotiepe seksuele opvattingen ($r = .53$, $p < .01$). De andere correlatiecoëfficiënten bereikten het 5%-significatieniveau niet.

Tabel 1.

Gemiddelden en standaarddeviaties voor de gehele sample, jongens en meisjes voor de tijd besteed aan sitcoms kijken, genderstereotiepe seksuele attitudes en mediawijze attitudes op de drie meetmomenten

		Totale sample		Jongens		Meisjes	
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Tijd besteed aan sitcoms kijken ^a	T1	2.34	1.82	2.84	2.05	1.90	1.48
	T2	2.10	1.79	2.38	2.02	1.89	1.58
	T3	1.82	1.62	1.73	1.52	1.89	1.72
Genderstereotiepe seksuele attitudes ^a	T1	3.31	0.81	3.50	0.79	3.15	0.80
	T2	3.43	0.88	3.41	0.77	3.44	0.96
	T3	3.28	0.75	3.31	0.71	3.25	0.78
Mediawijze attitudes ^a	T1	4.34	1.27	4.35	1.17	4.34	1.37
	T2	4.61	1.44	4.31	1.33	4.84	1.49
	T3	4.46	1.34	4.31	1.21	4.58	1.43

Noot: M = gemiddelde; SD = standaarddeviatie; T1, T2, T3: meetmoment 1, meetmoment 2, meetmoment 3

^aGemeten op een 7-punten-schaal

Tabel 2.

Frequentietabel voor het aantal favoriete tv-programma's dat sitcoms zijn, relatiestatus en seksuele oriëntatie

		Totale sample		Jongens		Meisjes	
		<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
Favoriete tv-programma's							
Onder het gemiddelde ^a	T1	67	76.1	29	70.7	38	80.9
	T2	71	80.7	31	75.6	40	85.1
	T3	78	88.6	35	85.4	43	91.5
Gelijk aan of boven het gemiddelde ^a	T1	12	13.6	8	19.5	4	8.5
	T2	7	8	3	7.3	4	8.5
	T3	5	5.7	2	4.9	3	6.4
Relatiestatus							
	In een vaste relatie	19	21.6	9	22	10	21.3
	Geen vaste relatie	69	78.4	32	78	37	78.7
Seksuele oriëntatie							
	Heteroseksueel	81	92	38	92.7	43	91.5
	Andere	7	8	3	7.3	4	8.5

Noot: n = steekproefgrootte; % = percentage; T1, T2, T3: meetmoment 1, meetmoment 2, meetmoment 3

^a Gehercodeerde variabele ($\bar{x} = .18$)

Tabel 3.

Partiële correlaties tussen tijd besteed aan sitcoms kijken, het aantal favoriete tv-programma's dat sitcoms zijn, genderstereotiepe seksuele attitudes en mediawijze attitudes op de drie meetmomenten voor de gehele steekproef, gecontroleerd voor seksuele oriëntatie en relatiestatus

Variabelen	1.	2.	3.	4.
1. Tijd besteed aan sitcoms kijken				
2. Favoriete tv-programma's	T1 = .46*** T2 = .43*** T3 = .49***			
3. Genderstereotiepe seksuele attitudes	T1 = .18 T2 = -.04 T3 = .09	T1 = .15 T2 = .03 T3 = -.20		
4. Mediawijze attitudes	T1 = .07 T2 = -.23 T3 = .03	T1 = -.02 T2 = -.09 T3 = .08	T1 = .14 T2 = .08 T3 = .05	

*** $p < .001$.

Tabel 4.

Partiële correlaties tussen tijd besteed aan sitcoms kijken, het aantal favoriete tv-programma's dat sitcoms zijn, genderstereotiepe seksuele attitudes en mediawijze attitudes op de drie meetmomenten voor jongens (boven de diagonaal) en meisjes (onder de diagonaal), gecontroleerd voor seksuele oriëntatie en relatiestatus

Variabelen	1.	2.	3.	4.
1. Tijd besteed aan sitcoms kijken		T1 = .45*	T1 = .17	T1 = -.03
		T2 = .32	T2 = -.03	T2 = -.34
		T3 = .33	T3 = .54**	T3 = -.12
2. Favoriete tv-programma's	T1 = .41*		T1 = .00	T1 = -.19
	T2 = .56**		T2 = .12	T2 = -.29
	T3 = .57**		T3 = -.24	T3 = .01
3. Genderstereotiepe seksuele attitudes	T1 = .04	T1 = .17		T1 = -.10
	T2 = -.12	T2 = .07		T2 = -.07
	T3 = -.20	T3 = -.21		T3 = -.11
4. Mediawijze attitudes	T1 = .19	T1 = .16	T1 = .30	
	T2 = -.07	T2 = .01	T2 = .20	
	T3 = .09	T3 = .09	T3 = .18	

* $p < .05$, ** $p < .01$.

Verklarende statistiek: toetsing van de hypothesen en onderzoeksvraag

De blootstelling aan sitcoms hangt positief samen meer genderstereotiepe seksuele attitudes (H1). Aangezien deze hypothese de situatie voor de interventie wil bestuderen, gebruikten we enkel de data van het eerste meetmoment. Een meervoudige regressieanalyse werd uitgevoerd (Montgomery, Peck, & Vining, 2015). Seksueel genderstereotiepe attitudes werden opgenomen als afhankelijke variabele. Predictoren waren de tijd gespendeerd aan sitcoms kijken, het aantal sitcoms als favoriete tv-programma's, relatiestatus en seksuele oriëntatie. Voor missing variabelen maakten we gebruik van *listwise deletion*. Er was voldaan aan alle assumpties van een regressieanalyses (Berry, 1993): het meetniveau van de predictoren en uitkomstvariabelen, de lineaire relatie, onafhankelijke data, onafhankelijke en normaal verdeelde fouttermen, homoscedasticiteit en geen multicollineariteit.

De tijd die jongeren spendeerden aan sitcoms kijken, bleek geen significante voorspeller van genderstereotiepe seksuele attitudes, controlerend voor relatiestatus, seksuele oriëntatie en het aantal sitcoms als favoriete tv-programma's ($\beta = .06, p = .67$). De tijd besteed aan sitcoms kijken hing dus niet samen met het sterker instemmen met seksueel genderstereotiepe opvattingen. Dezelfde tendens trad op bij de tweede meting: of sitcoms behoorden tot de favoriete tv-programma's van een adolescent, had geen invloed op de instemming met seksuele genderstereotypen ($\beta = .00, p = .97$). Bovendien kon slechts 0,7% van de variantie in de afhankelijke variabele verklaard worden door het model. Tabel 5 geeft de resultaten weer. De eerste hypothese kon niet bevestigd worden.

Tabel 5.

Resultaten meervoudige regressieanalyse: bijdrage van de tijd besteed aan sitcoms kijken en het aantal favoriete tv-programma's dat sitcoms zijn tot de predictie van genderstereotiepe seksuele attitudes

Variabelen	Totale sample ($n = 79$)			
	b	β	$t(74)$	p
Tijd besteed aan sitcoms kijken	.03	.06	.43	.67
Favoriete tv-programma's	.01	.00	.03	.97
Relatiestatus	-.10	-.05	-.44	.66
Seksuele oriëntatie	-.01	-.00	-.03	.98
$R^2 = .007$				
$F(4,74) = .13, p = .97$				

Noot: b = ongestandaardiseerd regressiegewicht; β = gestandaardiseerd regressiegewicht, t = t-toetsstatistiek; p = p-waarde, R^2 = verklaarde variantie van predictoren; F = F-statistiek

Na de vorming zijn de genderstereotiepe seksuele attitudes zwakker en de mediawijze attitudes ten opzichte van seksuele genderstereotypen sterker (H2). Twee one-way repeated measures (RM) ANCOVA's werden uitgevoerd, controlerend voor relatiestatus en seksuele oriëntatie. RM analyses zijn geïndiceerd omdat dezelfde afhankelijke variabelen herhaaldelijk worden gemeten bij dezelfde subjecten (Baguley, 2012). RM ANOVA's houden bovendien rekening met het feit dat data afhankelijk zijn (Baguley, 2012). Aan de assumpties voor RM ANOVA's was voldaan (Field, 2009). De analyses waren gebaseerd op *listwise deletion* (Baguley, 2012).

De eerste RM ANCOVA ($n = 70$) ging na of de vorming de genderstereotiepe seksuele attitudes van adolescenten verzwakt. Mauchly's Test wees uit dat de sfericiteitsassumptie niet geschonden was ($\chi^2(2) = .33, p = .85$). De gemiddelde scores voor genderstereotiepe seksuele attitudes op de drie meetmomenten bleken niet significant verschillend van elkaar ($F(2,134) = .35, p = .71$). Het meetmoment (twee weken voor, meteen na en acht weken na de vorming) had dus geen significante invloed op de mate waarin respondenten genderstereotiepe seksuele opvattingen onderschreven. Vermits er geen significante hoofdeffecten waren, voerden we geen verdere post hoc testen uit.

De tweede RM ANCOVA ($n = 69$) ging na of de vorming de mediawijze attitudes van adolescenten versterkt. De Mauchly's Test toonde aan dat de assumptie van gelijke varianties (sfericiteit) niet geschonden was ($\chi^2(2) = 5.71, p = .06$). De gemiddelde scores van mediawijze attitudes op de drie meetmomenten waren niet significant verschillend van elkaar ($F(2,132) = .76, p = .47$). Verdere post hoc analyses werden dus niet uitgevoerd.

Na de interventie zijn de genderstereotiepe seksuele attitudes dus niet significant zwakker en de mediawijze attitudes niet significant sterker, wanneer gecontroleerd wordt voor seksuele oriëntatie en relatiestatus. Bijgevolg kon de tweede hypothese niet bevestigd worden.

Het volgen van de vorming verzwakt de relatie tussen de blootstelling aan sitcoms en genderstereotiepe seksuele attitudes (H3). Voor elk meetmoment werden partiële correlatiecoëfficiënten berekend tussen de twee metingen van blootstelling aan sitcoms en genderstereotiepe seksuele attitudes. Daarbij controleerden we opnieuw voor relatiestatus en seksuele oriëntatie. Om na te gaan of deze significant van elkaar verschilden, werd Steiger's Z test gebruikt (Hoerger, 2013; Steiger, 1980), berekend door een online rekenprogramma. Steiger's Z test laat toe om statistische vergelijkingen te maken tussen correlatiecoëfficiënten, afkomstig van dezelfde individuen. De test houdt dus rekening met de afhankelijkheid van de data. Bij de berekening van de partiële correlatiecoëfficiënten opteerden we voor *listwise deletion*. Dit bracht de uiteindelijke steekproefgrootte op 69.

Eerst berekenden we voor elk meetmoment een partiële correlatiecoëfficiënt tussen de tijd besteed aan sitcoms kijken en het instemmen met seksuele genderstereotypen. Steiger's Z test gaf aan dat de drie correlaties niet significant van elkaar verschilden ($Z_H = 1.50, p = .13$). Vervolgens berekenden we voor elk meetmoment een partiële correlatiecoëfficiënt tussen het aantal favoriete tv-programma's dat sitcoms zijn en het instemmen met seksuele

genderstereotypen. Er traden geen significante verschillen op tussen de drie correlaties ($Z_H = -.71, p = .47$).

Deze resultaten tonen aan dat de sterkte van het verband tussen de blootstelling aan sitcoms en de acceptatie van genderstereotiepe seksuele opvattingen niet afneemt doorheen de verschillende meetmomenten. Het volgen van de vorming heeft dus geen significante invloed op dit verband. De derde hypothese kon niet worden bevestigd.

Is de relatie tussen de blootstelling aan sitcoms en genderstereotiepe seksuele attitudes sterker bij jongens dan bij meisjes (OV1)? Een modererende meervoudige regressie (MMR) toetste deze onderzoeksvraag (Hayes, 2013). MMR gaat na of een interactie-effect optreedt door aan een meervoudige regressiemodel een interactieterm toe te voegen (Aguinis, 2004; Dawson & Richter, 2006; Jaccard & Turrisi, 2003). Een hiërarchische regressie (*blockwise entry*) is hiervoor niet noodzakelijk (Dawson & Richter, 2006). Voor de analyses werden niet-dichotome predictoren en controlevariabelen gecentreerd en interactietermen tussen predictoren en moderatoren aangemaakt (Dawson, z.j.). Vermits deze hypothese de situatie voor de interventie wil bestuderen, gebruikten we enkel de data van het eerste meetmoment. Voor missing variabelen maakten we gebruik van *listwise deletion*. Aan alle assumpties van een regressieanalyse was voldaan (Berry, 1993). Enkele predictoren vertoonden wel multicollineariteit (VIF-coëfficiënten >10), maar door de interactietermen in het model is dit niet verrassend en niet zorgwekkend (Allison, 2012).

We voerden twee MMR-analyses uit. De eerste analyse onderzocht of het verband tussen de tijd besteed aan sitcoms kijken en genderstereotiepe seksuele attitudes anders was bij jongens dan bij meisjes. Het model bevatte de predictor, de interactieterm (tijd besteed aan het kijken naar sitcoms x geslacht) en de twee controlevariabelen. Resultaten toonden aan dat de interactieterm niet significant was ($\beta = -.00, p = .99$). Bovendien kon slechts 4,8% van de variantie in de afhankelijke variabele verklaard worden door het model. [Tabel 6](#) geeft de resultaten weer.

De tweede analyse ging na of het verband tussen het aantal favoriete tv-programma's dat sitcoms zijn en genderstereotiepe seksuele attitudes anders was bij jongens dan bij meisjes. Het model bevatte de predictor, de interactieterm (het aantal favoriete tv-programma's dat sitcoms zijn x geslacht) en de twee controlevariabelen. [Tabel 7](#) stelt de resultaten van deze MMR voor. Resultaten wezen uit dat de interactieterm het 5%-

significatieniveau niet bereikte ($\beta = .48$, $p = .32$). Bovendien kon slechts 6,1% van de variantie in de afhankelijke variabele verklaard worden door het model.

Bijgevolg kunnen we concluderen dat de relatie tussen de blootstelling aan sitcoms en genderstereotiepe seksuele attitudes niet significant verschillend is voor jongens en meisjes.

Tabel 6.

Resultaten modererende meervoudige regressieanalyse: bijdrage van het kijken naar sitcoms, geslacht en het interactie-effect van geslacht tot de predictie van genderstereotiepe seksuele attitudes

Variabelen	Totale sample ($n = 79$)			
	b	β	$t(73)$	p
Tijd besteed aan sitcoms kijken	.00	.01	.03	.98
Geslacht	-.34	-.21	-1.78	.08
Tijd besteed aan sitcoms kijken x geslacht	-.00	-.00	-.01	.99
Relatiestatus	-.10	-.05	-.42	.68
Seksuele oriëntatie	.04	.01	.01	.92
$R^2 = .048$				
$F(5,73) = .74, p = .60$				

Noot: b = ongestandaardiseerd regressiegewicht; β = gestandaardiseerd regressiegewicht, t = t-toetsstatistiek; p = p-waarde, R^2 = verklaarde variantie van predictoren; F = F-statistiek

Tabel 7.

Resultaten modererende meervoudige regressieanalyse: bijdrage van sitcoms als favoriete tv-programma's, geslacht en het interactie-effect van geslacht tot de predictie van genderstereotiepe seksuele attitudes

Variabelen	Totale sample ($n = 79$)			
	b	β	$t(73)$	p
Favoriete tv-programma's	-.74	-.33	-.95	.35
Geslacht	-.96	-.60	-1.50	.14
Favoriete tv-programma's x geslacht	.54	.48	1.00	.32
Relatiestatus	-.13	-.06	-.55	.59
Seksuele oriëntatie	.04	.01	.11	.91
	$R^2 = .061$			
	$F(5,73) = .95, p = .45$			

Noot: b = ongestandaardiseerd regressiegewicht; β = gestandaardiseerd regressiegewicht, t = t-toetsstatistiek; p = p-waarde, R^2 = verklaarde variantie van predictoren; F = F-statistiek

Discussie

Media zijn voor adolescenten een belangrijke informatiebron voor regels en voorschriften over romantiek en seksualiteit (Sutton et al., 2002). Media-inhoud beeldt mannen en vrouwen in seksuele interacties echter vaak af in genderstereotiepe rollen (Kim et al., 2007; Kirsch & Murnen, 2015; Ward, 1995). Op die manier weerspiegelen media het heterosexueel script, dat verwijst naar genderspecifieke regels over hoe mannen en vrouwen zich in seksuele interacties moeten gedragen (Kim et al., 2007). Voornamelijk sitcoms beelden mannen en vrouwen af in genderstereotiepe seksuele rollen (Kim et al., 2007; Ward, 1995). De genderspecifieke seksuele normen die media promoten, zouden een impact hebben op de attitudes van jongeren. Adolescenten die regelmatig televisie kijken, zouden meer instemmen met genderstereotiepe seksuele opvattingen (e.g. Rivadeneyra & Lebo 2008; Ward, 2002; Ward & Friedman, 2006; Ward & Rivadeneyra, 1999). In navolging van voorgaand onderzoek, wilde deze scriptie nagaan of de blootstelling aan sitcoms samenhang met meer seksueel genderstereotiepe attitudes bij adolescenten. Bovendien beoogde deze scriptie de rol van een mediawijsheid interventie te onderzoeken.

De huidige studie verwachtte dat de blootstelling aan sitcoms voor de vorming zou samengaan met meer genderstereotiepe seksuele attitudes, wanneer gecontroleerd werd voor relatiestatus en seksuele oriëntatie (H1). Hoewel onderzoek heeft aangetoond dat verwijzingen naar het heterosexueel script sterk vervat zitten in sitcoms (Kim et al., 2007; Kirsch & Murnen, 2015; Ward, 1995), bleek het kijken naar dit genre niet geassocieerd met meer genderstereotiepe seksuele attitudes in deze studie. Ook de overeenkomstige correlaties bereikten het 5%-significantieniveau niet. Deze resultaten staan in contrast met voorgaand onderzoek dat overwegend positieve, significante relaties vaststelde (e.g. Rivadeneyra & Ward, 2005; Ward & Friedman, 2006; Ward & Rivadeneyra, 1999). Het merendeel van deze studies ging echter na wat de invloed van prime-time tv-kijken was op genderstereotiepe seksuele attitudes. Deze studies operationaliseerden prime-time tv kijken als de blootstelling aan sitcoms en drama series. Sitcoms werden dus niet als afzonderlijke voorspeller opgenomen. Een van de weinige studies die sitcoms wel als afzonderlijke voorspeller beschouwde, vond dat sitcoms kijken niet significant samenhang met het sterker instemmen met genderstereotiepe seksuele opvattingen (Seabrook et al., 2016). Mogelijk treedt er dus enkel een cumulatief effect op van zowel sitcoms als drama shows, maar geen afzonderlijke invloed van deze twee genres.

Bovendien moeten de resultaten van de voorgaande studies geïnterpreteerd worden binnen de context waarin en het tijdstip waarop de studies werden georganiseerd. Met betrekking tot de context, waren participanten in voorgaande studies voornamelijk universiteitsstudenten, tussen 18 en 24 jaar (Ward, 2002, Ward & Rivadeneyra, 1999; Zurbriggen & Morgan, 2006). Met betrekking tot het tijdstip, dateert het merendeel van de studies van voor 2008. Intussen zijn verschillende maatschappelijke veranderingen opgetreden. De opkomst van nieuwe media (zoals sociale netwerksites) biedt een platform waarop het publiek weerstand kan bieden aan stereotiepe representaties (Krijnen & Van Bauwel, 2015; Meikle & Young, 2011). Anderzijds bevatten hedendaagse sitcoms minder stereotiepe seksuele rollen (Holbert, Shah & Kwak, 2003; Kim et al., 2007).

Een andere verklaring voor het nulresultaat van de huidige studie ligt binnen de priming theorie. Die voorspelt dat hoe frequenter seksueel genderstereotiepe media-inhoud het schema van seksuele genderstereotypen activeert, hoe meer een individu de ideeën en assumpties van dit schema zal onderschrijven (Hansen & Hansen, 1988; Shrum et al., 1998). Vermits de gemiddelden aantonen dat de respondenten weinig waren blootgesteld aan sitcoms, is het mogelijk niet verrassend dat er geen invloed werd gevonden op de genderstereotiepe seksuele attitudes. Daarnaast tonen de lage proporties verklaarde variantie aan dat er naast sitcoms nog andere socialiseringsagenten bestaan in het proces van seksuele socialisatie, zoals ouders en peers of andere vormen van media (Sutton et al., 2002). Toekomstige studies kunnen verschillende van deze socialiseringsagenten opnemen en nagaan wat hun relatieve bijdrage is aan het onderschrijven van het heterosexueel script.

De nulresultaten wijzen mogelijk ook op de rol van de actieve kijker. Media kunnen immers niet gezien worden als een naald die media-inhoud inspuut in een passief publiek (Cantril, 1954). Het publiek treedt, vanuit de eigen context, in interactie met de mediateksten. Zo kan het bepaalde lezingen aanvaarden, onderhandelen of verwerpen (Hall, 1973). Dit uitgangspunt valt onderzoek bij dat aantoont hoe belangrijk de actieve betrokkenheid van de kijker is, bijvoorbeeld in de vorm van identificatie met personages (e.g. Rivadeneyra & Ward, 2005; Ward & Rivadeneyra, 1999). Toekomstig onderzoek in dit domein dient dus niet enkel de blootstelling aan media-inhoud in acht te nemen, maar ook de betrokkenheid van de kijker (Ward & Rivadeneyra, 1999; Ward, 2002; Zurbriggen & Morgan, 2006). Deze scriptie deed een aanzet door een tweede, actievere meting van blootstelling aan sitcoms op te nemen (aantal favoriete tv-programma's dat sitcoms zijn). Toch leverden de twee metingen geen beduidend andere resultaten op. Toekomstig onderzoek kan verder gaan en de betrokkenheid van de kijker meten door de identificatie met personages te bevragen, de motivatie om

sitcoms te kijken en hoe realistisch de kijkers sitcoms vinden (Ward & Rivadeneyra, 1999; Rivadeneyra & Ward, 2005).

Ten slotte suggereert het nulresultaat uit de huidige studie mogelijk dat jongeren reeds voor de vorming kritisch stonden ten opzichte van seksueel genderstereotiepe media-inhoud. Deze kritische houding kan verklaren waarom sitcoms geen invloed hadden op de genderstereotiepe seksuele attitudes van de respondenten. De relatief hoge gemiddeldes op de mediawijsheid schaal bevestigen deze veronderstelling.

Verder verwachtte de huidige studie dat de vorming genderstereotiepe seksuele attitudes zou verzwakken en mediawijze attitudes zou versterken (H2). Controlerend voor relatiestatus en seksuele oriëntatie, bleek de vorming geen invloed te hebben op de mate waarin respondenten seksuele genderstereotypen onderschreven en evenmin op hun mediawijze attitudes. Dit resultaat kan niet worden afgezet tegenover voorgaand onderzoek. Er bestaan geen studies die nagaan of mediawijsheid interventies kunnen bijdragen aan een kritischere kijk op genderstereotiepe seksuele rollen in media (Bergsma & Carney, 2008; Potter, 2010). Ondanks het niet-significante resultaat, wezen de gemiddelden op een verandering in de verwachte zin. Ten opzichte van het eerste en derde meetmoment, was op meetmoment twee (net na de vorming) een lichte stijging in mediawijze attitudes vast te stellen. Toch was deze stijging onvoldoende om een significant resultaat te genereren. Met de nodige voorzichtigheid, kan worden gesteld dat deze trend in lijn ligt met de priming theorie. De informatie uit de vorming zou volgens deze theorie geëncodeerd worden in een nieuwe node in het netwerk 'seksuele genderstereotypen'. Deze nieuwe node zou vervolgens het denken in stereotypen ontraden en mediawijze attitudes stimuleren voor een korte periode (Berkowitz, 1989, 1990; Bushman, 1998). De huidige studie vond echter geen empirische steun voor een significante verandering in de nodes van de participanten. Mogelijk kan een studie met een grotere steekproef en dus met meer power om wijzigingen te detecteren, de assumptie van de priming theorie wel ondersteunen.

De derde hypothese verwachtte dat de vorming de relatie tussen het volgen van sitcoms en genderstereotiepe seksuele attitudes verzwakt (H3). Deze hypothese kon niet bevestigd worden: de sterkte van het verband nam niet significant af doorheen de verschillende meetmomenten, wanneer we controleerden voor relatiestatus en seksuele oriëntatie. Dit resultaat is niet verrassend aangezien de blootstelling aan sitcoms reeds voor de vorming geen invloed had op de genderstereotiepe seksuele attitudes (H1). Ondanks het niet-significante

resultaat, wezen de correlaties op een verandering in de verwachte zin. Twee weken voor de vorming vonden we een positieve partiële correlatie tussen het aantal favoriete tv-programma's dat sitcoms zijn en genderstereotiepe seksuele attitudes. Acht weken na de vorming was deze correlatie negatief: hoe meer favoriete tv-programma's sitcoms waren, hoe minder men instemde met genderstereotiepe seksuele opvattingen. De correlaties waren echter niet significant. Mogelijk leidde de beperkte steekproefgrootte ($n = 88$) tot een lage power waardoor de studie wijzigingen niet kon detecteren (Field, 2009). Dat de vorming niet inspeelde op mediawijsheid in het bijzonder, kan ook een verklaring vormen voor de nulresultaten van de tweede en de derde hypothese. Hoewel de adolescenten de representativiteit van seksuele mediabeelden bespraken, was de vorming geen volwaardige mediawijsheid interventie. Ze reikte adolescenten geen handvaten aan om kritisch om te gaan met seksuele genderstereotypering in media. Vooraleer organisaties zulke mediawijsheid interventies ontwerpen, moet toekomstig onderzoek nagaan of hier nood aan is. De huidige studie wijst immers uit van niet, aangezien sitcoms geen invloed hebben op de genderstereotiepe seksuele attitudes van adolescenten (H1).

Ten slotte wilde deze scriptie nagaan of de relatie tussen de blootstelling aan sitcoms en genderstereotiepe seksuele attitudes sterker was bij jongens dan bij meisjes (OV1). Deze onderzoeksvraag leidt in de literatuur tot inconsistente resultaten. In sommige studies was het verband tussen televisiekijken en genderstereotiepe seksuele attitudes sterker voor jongens (e.g. Rivadeneyra & Ward, 2005; Ward, 2003), in andere voor meisjes (e.g. Ward, 2002). Andere auteurs rapporteerden dan weer niet-significante geslachtsverschillen (e.g. Seabrook et al., 2016; Zurbriggen & Morgan, 2006). Resultaten van deze scriptie toonden geen significante geslachtsverschillen aan, na controle voor relatiestatus en seksuele oriëntatie. Het feit dat jongens en meisjes in beperkte mate blootgesteld waren aan sitcoms, leidt er mogelijk toe dat we geen geslachtsverschillen vonden in deze studie. Toekomstig onderzoek naar het heterosexueel script kan naast geslacht ook controleren voor *hyper genderidentiteit*, de mate waarin jongens en meisjes zich identificeren met stereotiepe genderrollen in heteroseksuele relaties (Hamburger, Hogben, McGowan, & Dawson, 1996). Op die manier houden vervolgstudies niet alleen rekening met verschillen tussen geslachten, maar ook binnen geslachten (Vandenbosch & Peter, 2016).

Deze studie kent verschillende beperkingen. Zoals aangegeven, leidde de beperkte steekproefgrootte ($n = 88$) mogelijk tot een lage power waardoor de studie werkelijke effecten

niet detecteerde (Field, 2009). Voorgaand onderzoek nam zo'n 150 (e.g. Rivadeneyra & Ward, 2005; Ward et al., 2004) tot 300 participanten (e.g. Rivadeneyra & Lebo 2008; Ward & Friedman, 2006) op. Daarenboven is de sample relatief homogeen: alle ouders van de respondenten waren in België of een ander Europees land geboren. Volgens de definitie van Vlaamse Overheid waren alle participanten dus allochtoon ("Personen van Allochtone Afkomst," z.j.). Bovendien was een groot aantal moeders hoogopgeleid. Onderzoek bij Vlaamse adolescenten wijst uit dat allochtone jongeren meer televisiekijken dan autochtone jongeren (Devroe, Driesen, & Saeys, 2005). Kinderen van ouders met een lage opleidingsgraad, kijken ook meer TV dan jongeren wiens ouders een hoge opleidingsgraad hebben (Adriaens et al., 2011). De impact van sitcoms kijken kan bij deze groep adolescenten dus groter zijn. Toekomstig onderzoek dient na te gaan of de niet-significante resultaten van deze scriptie worden gerepliceerd in heterogenere samples.

Een andere beperking van deze studie is de zwakke betrouwbaarheid van de vragenlijst rond genderstereotiepe seksuele attitudes en mediawijze attitudes. Het is onwaarschijnlijk dat deze vragenlijsten met een klein aantal items, voldoende de complexe constructen heterosexueel script en mediawijsheden vatten. Het zou zinvol zijn dat toekomstige studies deze constructies theoretisch verder uitwerken en zo tot meer betrouwbare meetinstrumenten komen (cf. Seabrook et al., 2016). Dit maakt het mogelijk betrouwbaardere metingen te doen en studies beter met elkaar te vergelijken. Ook de blootstelling aan sitcoms kan in toekomstig onderzoek anders in kaart worden gebracht. In de huidige studie dienden respondenten aan te geven hoeveel tijd zij hadden besteed aan sitcoms kijken. Het is waarschijnlijk dat sommige participanten niet wisten welke tv-programma's tot het sitcom genre behoorden. Mogelijk kan dit de lage blootstelling aan sitcoms verklaren. Vervolgonderzoek kan participanten een lijst met sitcoms geven en hen vragen op een Likert-schaal aan te geven hoe regelmatig zij deze sitcoms bekeken hebben (cf. Rivadeneyra & Ward, 2005; Seabrook et al., 2016; Ward, 2002, 2004).

Daarnaast richtte deze scriptie zich enkel op de blootstelling aan sitcoms. Het mediadiet van jongeren bestaat echter uit een veel breder aanbod (Vanhaelewyn et al., 2014). Verschillende media of verschillende genres moeten daarom het onderwerp worden van toekomstige studies. Ward (2003) stelt bijvoorbeeld dat de impact van tienermagazines, films en internet moet worden bestudeerd.

De laatste beperking is het correlatieve en cross-sectionele design. De tweede en derde hypothese maakten gebruik van een quasi-experimenteel design. Maar voor de eerste

hypothese en eerste onderzoeksvraag gebruikten we data van slechts één meetmoment. Allereerst kan de aard van deze data geen uitsluitel bieden over de richting van de verbanden. Longitudinale studies (Vandenbosch & Eggermont, 2012, 2014) kunnen hierop een antwoord bieden (Leary, 2011). Bovendien kunnen zij een beter verklaren waarom de relatie tussen sitcoms kijken en het instemmen met gegenderde seksuele rollen al dan niet significant is. Tot slot kunnen longitudinale studies nagaan hoe duurzaam de effecten van een mediawijsheid interventie zijn. Naast de richting van de verbanden, kan het cross-sectioneel design geen uitsluitel bieden over de rol van derde variabelen (Leary, 2011). De controlevariabelen in deze studie, relatiestatus en seksuele oriëntatie, bleken minder relevant voor de huidige sample. Vervolgonderzoek kan controleren of socio-demografische kenmerken zoals klasse, etniciteit, leeftijd een invloed hebben op de relatie tussen sitcoms kijken en het onderschrijven van het heterosexueel script. Onderzoek bij Europese adolescenten benadrukt dat deze factoren belangrijke mediators zijn in mediaonderzoek (Roe, 2000).

Deze studie onderzocht of de blootstelling aan sitcoms een invloed had op seksueel genderstereotiepe attitudes van adolescenten. Daarnaast wilde deze scriptie de rol van een mediawijsheid interventie nagaan. Voor de vorming hing de blootstelling aan sitcoms niet samen met het onderschrijven van genderstereotiepe seksuele opvattingen. Deze relatie was niet significant verschillend voor jongens en meisjes. De vorming reduceerde de impact van het kijken naar sitcoms op genderstereotiepe seksuele attitudes niet. Daarenboven had de vorming geen invloed op de mediawijze en de genderstereotiepe seksuele attitudes van de respondenten. Toekomstige studies met grotere steekproeven en meer gevalideerde meetinstrumenten dienen zich verder toe te leggen op de relatie tussen sitcoms en genderstereotiepe seksuele attitudes. Indien nodig, kan verder onderzoek nagaan of mediawijsheid interventies gericht op seksuele genderstereotypering in media, adolescenten doeltreffende handvaten aanreiken om kritisch om te gaan met deze media-inhoud.

Referenties

- Adriaens, F., Van Damme, E. & Courtois, C. (2011). Screenagers: een onderzoek naar het mediagebruik bij jongeren in Vlaanderen - anno 2009. CIMS Report, 2011(1). Ghent, Belgium: Academia Press.
- Aguinis, H. (2004). *Regression analysis for categorical moderators*. New York, NY: Guilford Press.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Allison, P. (2012). When can you safely ignore multicollinearity? Geraadpleegd op <http://statisticalhorizons.com/multicollinearity>
- Anderson, C. A., Berkowitz, L., Donnerstein, E., Huesmann, L. R., Johnson, J. D., Linz, D., ... & Wartella, E. (2003). The influence of media violence on youth. *Psychological Science in the Public Interest*, 4(3), 81-110.
- Andrew, R., Tiggemann, M., & Clark, L. (2015). The protective role of body appreciation against media-induced body dissatisfaction. *Body Image*, 15, 98-104.
- Apestaartjaren. (2014). *Onderzoeksrapport Apestaartjaren 5*. Geraadpleegd op <https://www.apestaartjaren.be/onderzoek/apestaartjaren-5>
- Arendt, F. (2013). Dose-dependent media priming effects of stereotypic newspaper articles on implicit and explicit stereotypes. *Journal of Communication*, 63(5), 830-851.
- Austin, E.W., & Johnson, K.K. (1995). Direct and indirect effects of media literacy training of third graders' decision making for alcohol. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Albuquerque, NM, May 25-29, 1995. Geraadpleegd op <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED384930.pdf>
- Austin, E. W., & Johnson, K. K. (1997). Immediate and delayed effects of media literacy training on third grader's decision making for alcohol. *Health Communication*, 9(4), 323-349.
- Baguley, T. (2012). Repeated measures ANOVA. In T. Baguley (Ed.) *Serious stats. A guide to advanced statistics for the behavioral sciences* (pp. 622-667). Hampshire, United Kingdom: Palgrave Macmillan.
- Ballard, S. M., & Morris, M. L. (1998). Sources of sexuality information for university students. *Journal of Sex Education and Therapy*, 23, 278-287.

- Battles, K., & Hilton-Morrow, W. (2002). Gay characters in conventional spaces: Will and Grace and the situation comedy genre. *Critical Studies in Media Communication*, 19(1), 87-105.
- Beentjes, H., Konig, R., & Krzeszewski, D. (2008). Muziekvideo's en seksuele opvattingen: Een enquête onder jongeren. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 36(4), 234-252.
- Bergsma, L. J., & Carney, M. E. (2008). Effectiveness of health-promoting media literacy education: A systematic review. *Health Education Research*, 23, 522–542.
- Berkowitz, L. (1989). The frustration-aggression hypothesis: Examination and reformulation. *Psychological Bulletin*, 106, 59-73.
- Berkowitz, L. (1990). On the formation and regulation of anger and aggression: A cognitive-neoassociationistic analysis. *American Psychologist*, 45, 494-503.
- Berry, W. D. (1993). *Understanding regression assumptions*. Newbury Park, CA: Sage.
- Brown, B. B. (1990). Peer groups and peer cultures. In S. S. Feldman & G. R. Elliott (Eds.), *At the threshold: The developing adolescent* (pp. 171–196). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Brown, J. D. (2000). Adolescents' sexual media diets. *Journal of Adolescent Health*, 27(2), 35-40.
- Brown, J. D., Steele J. R., & Walsh-Childers, K. (2002). Introduction and overview. In J. D. Brown, J. R. Steele, & K. Walsh-Childers (Eds.), *Sexual teens, sexual media: Investigating media's influence on adolescent sexuality* (pp. 1-24). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bushman, B. J. (1998). Priming effects of violent media on the accessibility of aggressive constructs in memory. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 537-545.
- Calvert, S. L., & Huston, A. C. (1987). Television and children's gender schemata. In L. S. Liben & M. L. Signorella (Eds.), *Children's gender schemata* (pp. 75–88). San Francisco, L.A.: Jossey-Bass.
- Cantril, H. (1954). The invasion from Mars. In W. Schramm (Ed.), *The process and effects on mass communication* (pp. 411-423). Urbana: University of Illinois Press.
- Carver, K., Joyner, K., & Udry, J. R. (2003). National estimates of adolescent romantic relationships. In P. Florsheim (Ed.), *Adolescent romantic relationships and sexual behavior: Theory, research, and practical implications* (pp. 291-329). New York: Cambridge University.

- Chapin, J. R. (2000). Adolescent sex and mass media: *A developmental approach*. *Adolescence*, 35(140), 799-811.
- Cherney, I. D., & London, K. (2006). Gender-linked differences in the toys, television shows, computer games, and outdoor activities of 5-to 13-year-old children. *Sex Roles*, 54(9-10), 717-726.
- Collins, W. A. (2003). More than myth: The developmental significance of romantic relationships during adolescence. *Journal of Research on Adolescence*, 13(1), 1-24.
- Connolly, J., Craig, W., Goldberg, A., & Pepler, D. (2004). Mixed-gender groups, dating, and romantic relationships in early adolescence. *Journal of Research on Adolescence*, 14, 185-207.
- Cope-Farrar, K.M., & Kunkel, D. (2002). Sexual messages in teens' favorite prime-time television programs. In J.D. Brown, J.R. Steele, and K. Walsh-Childers (Eds.) *Sexual teens, sexual media* (pp. 59-78). Mahwah NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Crone, J. (2013). Hersenontwikkeling. In M. van Aken en W. Slot (Eds.) *De psychologie van de adolescent* (pp. 75-86). Amersfoort, Nederland: ThiemeMeulenhoff.
- Dalisay, F., & Tan, A. (2009). Assimilation and contrast effects in the priming of Asian American and African American stereotypes through TV exposure. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(1), 7-22.
- Dawson, J. F. (z.j.). Interpreting interaction effects. Geraadpleegd op <http://www.jeremydawson.co.uk/slopes.htm>
- Dawson, J. F., & Richter, A. W. (2006). Probing three-way interactions in moderated multiple regression: development and application of a slope difference test. *Journal of Applied Psychology*, 91(4), 917.
- De Bens, E., & De Smaele, H. (2001). The inflow of American television fiction on European broadcasting channels revisited. *European Journal of Communication*, 16(1), 51-76.
- de Graaf, H. (2013). Psychoseksuele ontwikkeling. In M. van Aken en W. Slot (Eds.) *De psychologie van de adolescent* (pp. 75-86). Amersfoort, Nederland: ThiemeMeulenhoff.
- Devroe, I., Driesen, D. & Saeys, F. (2005). Beschikbaarheid en gebruik van traditionele en nieuwe media bij allochtone jongeren in Vlaanderen. Antwerp, Belgium: Steunpunt Gelijke Kansenbeleid.
- Driesmans, K., Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2016). True love lasts forever: The influence of a popular teenage movie on Belgian girls' romantic beliefs. *Journal of Children and Media*, 10(3), 1-17.

- Dubas, J., & van Aken, M. (2013). Lichamelijke ontwikkeling en rijping. In M. van Aken en W. Slot (Eds.) *De psychologie van de adolescent* (pp. 49-73). Amersfoort, Nederland: ThiemeMeulenhoff.
- Dworkin, S. L., & O'Sullivan, L. (2005). Actual versus desired initiation patterns among a sample of college men: Tapping disjunctures within traditional male scripts. *Journal of Sex Research, 42*(2), 150–158.
- Eggermont, S. (2006). *The impact of television viewing on adolescents' sexual socialization*. (Doctoral dissertation). Katholieke Universiteit Leuven, Belgium.
- European Social Survey. (2012). *ESS Round 6: European Social Survey Round 6 Data*. Norwegian Social Science Data Services, Norway.
- Eyal, K., Kunkel, D., Biely, E. N., & Finnerty, K. L. (2007). Sexual socialization messages on television programs most popular among teens. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 51*(2), 316-336.
- Ferris, A. L., Smith, S. W., Greenberg, B. S., & Smith, S. L. (2007). The content of reality dating shows and viewer perceptions of dating. *Journal of Communication, 57*, 490–510.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS* (3rd ed.). London, United Kingdom: Sage.
- Fisher, D. A., Hill, D. L., Grube, J. W., & Gruber, E. L. (2004). Sex on American television: An analysis across program genres and network types. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 48*, 529–553.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1984). *Social cognition*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social cognition*. New York, NY: McGraw.
- Flood, M., & Pease, B. (2009). Factors influencing attitudes to violence against women. *Trauma, Violence, & Abuse, 10*(2), 125-142.
- Fouts, G., & Burggraf, K. (2000). Television situation comedies: Female weight, male negative comments, and audience reactions. *Sex Roles, 42*(9-10), 925-932.
- Fuller, H. A., Damico, A. M., & Rodgers, S. (2004). Impact of a health and media literacy curriculum on 4th-grade girls: A qualitative study. *Journal of Research in Childhood Education, 19*(1), 66-78.
- Gagnon, J. H., & Simon, W. (1973). *Sexual conduct: The social sources of human sexuality*. Chicago, IL: Aldine.
- Galdi, S., Maass, A., & Cadinu, M. (2013). Objectifying media: Their effect on gender role norms and sexual harassment of women. *Psychology of Women Quarterly, 38*, 398–413.

- Gijs, L., Gianotten, W. L., Vanwesenbeeck, I., Weijnenborg P. T. M. (2004). *Seksuologie*. Houten, Nederland: Bohn Stafleu van Loghum.
- Hall, S. (1973). Encoding and decoding in the television discourse. Paper for the Council of Europe Colloquy on 'Training in the critical reading of televisual language'. Leicester: Council and the Centre for Mass Communication Research.
- Hamburger, M. E., Hogben, M., McGowan, S., & Dawson, L. J. (1996). Assessing hypergender ideologies: Development and initial validation of a gender-neutral measure of adherence to extreme gender-role beliefs. *Journal of Research in Personality, 30*(2), 157-178.
- Hansen, C. H., & Hansen, R. D. (1988). How rock music videos can change what is seen when boy meets girl: Priming stereotypic appraisal of social interactions. *Sex Roles, 19*, 287-316.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York, NY: Guilford Press.
- Helsen, M., Vollebergh, W., & Meeus, W. (2000). Social support from parents and friends and emotional problems in adolescence. *Journal of Youth and Adolescence, 29*(3), 319-335.
- Herr, P. M., Sherman, S. J., & Fazio, R. H. (1983). On the consequences of priming: Assimilation and contrast effects. *Journal of Experimental Social Psychology, 19*(4), 323-340.
- Hoerger, M. (2013). Z_H: An updated version of Steiger's Z and web-based calculator for testing the statistical significance of the difference between dependent correlations. Gerpaadpleegd op http://www.psychmike.com/dependent_correlations.php
- Holbert, R. L., Shah, D. V., & Kwak, N. (2003). Political implications of prime-time drama and sitcom use: Genres of representation and opinions concerning women's rights. *Journal of Communication, 53*, 45-60.
- Huesmann, L. R., & Kirwil, L. (2007). Why observing violence increases the risk of violent behavior in the observer. In D.J. Flannery, A. T. Vazsonyi & I.D. Waldman (Eds.), *The Cambridge handbook of violent behavior and aggression* (pp. 545-570). Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press.
- Jaccard, J., & Turrisi, R. (2003). *Interaction effects in multiple regression* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publication
- Jeong, S. H., Cho, H., & Hwang, Y. (2012). Media literacy interventions: A meta-analytic review. *Journal of Communication, 62*(3), 454-472.

- Jo, E., & Berkowitz, L. (1994). A priming effect analysis on media influences: An update. In J. Bryant & D. Zillman (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 43–60). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Kim, J. L., Sorsoli, C.L., Collins, K., Zylbergold, B.A., Schooler, D., & Tolman, D.L. (2007). From sex to sexuality: exposing the heterosexual script on primetime network television. *Journal of Sex Research, 44*(2), pp. 145-157.
- Kirsch, A. C., & Murnen, S. K. (2015). “Hot” girls and “cool dudes”: Examining the prevalence of the heterosexual script in American children’s television media. *Psychology of Popular Media Culture, 4*(1), 18-30.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). New York, NY: The Guilford Press.
- Krijnen, T., & Van Bauwel, S. (2015). *Gender and media: Representing, producing, consuming*. Abingdon, Oxfordshire, United Kingdom: Routledge.
- Kuipers, G. (2008). De VS in Europese huiskamers: Nationale medialandschappen en Amerikaanse televisieprogramma’s in vier Europese landen. *Sociologie, 4*(2-3), 174-194.
- Kuipers, G. (2011). Cultural globalization as the emergence of a transnational cultural field: Transnational television and national media landscapes in four European countries. *American Behavioral Scientist, 55*(5), 541-557.
- Kunkel, D., Biely, E., Eyal, K., Cope-Farrar, K., Donnerstein, E., & Fandrich, R. (2003). *Sex on TV 3: A biennial report to the Kaiser Family Foundation*. Menlo Park, CA: Henry J. Kaiser Family Foundation.
- Kunkel, D., Cope, K. M., & Biely, E. (1999). Sexual messages on television: Comparing findings from three studies. *Journal of Sex Research, 36*(3), 230-236.
- Kunkel, D., Cope, K. M., Farinola, W. J. M., Beily, E., Rollin, E., & Donnerstein, E. (1999). *Sex on TV: Content and context. A Biennial report to the Henry J. Kaiser Family Foundation*. Menlo Park, CA: Kaiser Family Foundation.
- Kunkel, D., Eyal, K., Finnerty, K., Biely, E., & Donnerstein, E. (2005). *Sex on TV 5: A Biennial report to the Kaiser Family Foundation*. Menlo Park, CA: Kaiser Family Foundation.
- Kunkel, D., Farrar, K. M., Eyal, K., Biely, E., Donnerstein, E., & Rideout, V. (2007). Sexual socialization messages on entertainment television: Comparing content trends 1997–2002. *Media Psychology, 9*(3), 595-622.

- Leary, M. R. (2011). *Introduction to behavioral research methods* (6th ed.). Boston, MA: Pearson.
- L'Engle, K. L., Brown, J. D., & Kenneavy, K. (2006). The mass media are an important context for adolescents' sexual behavior. *Journal of Adolescent Health, 38*(3), 186-192.
- Mackey, M. (2007). *Literacies across media* (2nd ed.). New York, NY: Routledge.
- Martin, L. L. (1986). Set/reset: Use and disuse of concepts in impression formation. *Journal of Personality and Social Psychology, 51*, 493-504.
- Martin, L. L., Seta, J. J., & Crelia, R. A. (1990). Assimilation and contrast as a function of people's willingness and ability to expend effort in forming an impression. *Journal of Personality and Social Psychology, 59*, 27-37.
- Masters, N. T., Casey, E., Wells, E. A., & Morrison, D. M. (2013). Sexual scripts among young heterosexually active men and women: Continuity and change. *Journal of Sex Research, 50*(5), 409-420.
- McCabe, J., Tanner, A. E., & Heiman, J. R. (2010). The impact of gender expectations on meanings of sex and sexuality: Results from a cognitive interview study. *Sex Roles, 62*(3-4), 252-263.
- Meikle, G., & Young, S. (2011). *Media convergence: Networked digital media in everyday life*. Houndmills, United Kingdom: Palgrave Macmillan.
- Meyrowitz, J. (1998). Multiple media literacies. *Journal of Communication, 48*(1), 96-108.
- Montgomery, D. C., Peck, E. A., & Vining, G. G. (2015). *Introduction to linear regression analysis* (4th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Moskowitz, G. B., & Skurnik, I. W. (1999). Contrast effects as determined by the type of prime: Trait versus exemplar primes initiate processing strategies that differ in how accessible constructs are used. *Journal of Personality and Social Psychology, 76*(6), 911.
- Murnen, S. K., Wright, C., & Kaluzny, G. (2002). If "boys will be boys," then girls will be victims? A meta-analytic review of the research that relates masculine ideology to sexual aggression. *Sex Roles, 46*(11-12), 359-375.
- Nathanson, A. I., Wilson, B. J., McGee, J., & Sebastian, M. (2002). Counteracting the effects of female stereotypes on television via active mediation. *Journal of Communication, 52*(4), 922-937.
- Personen van allochtone afkomst. (z.j.). Geraadpleegd op <https://www.lne.be/organisatie/gelijke-kansen/gelijke-kansen/intern/personen-van-allochtone-afkomst>

- Pinkleton, B. E., Austin, E. W., Chen, Y. C. Y., & Cohen, M. (2013). Assessing effects of a media literacy-based intervention on us adolescents' responses to and interpretations of sexual media messages. *Journal of Children and Media*, 7(4), 463-479.
- Pinkleton, B. E., Austin, E. W., Cohen, M., Chen, Y. C. Y., & Fitzgerald, E. (2008). Effects of a peer-led media literacy curriculum on adolescents' knowledge and attitudes toward sexual behavior and media portrayals of sex. *Health Communication*, 23(5), 462-472.
- Pinkleton, B. P., Austin, E. W., Cohen, M., Miller, A., & Fitzgerald, E. (2007). A statewide evaluation of the effectiveness of media literacy to prevent tobacco use among adolescents. *Health Communication*, 21, 23-34.
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2010). Processes underlying the effects of adolescents' use of sexually explicit internet material: The role of perceived realism. *Communication Research*, 37(3), 375-399.
- Potter, W. J. (2010). The state of media literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(4), 675-696.
- Rivadeneira, R., & Lebo, M. J. (2008). The association between television-viewing behaviors and adolescent dating role attitudes and behaviors. *Journal of Adolescence*, 31(3), 291-305.
- Rivadeneira, R., & Ward, L. M. (2005). From Ally McBeal to Sábado Gigante: Contributions of television viewing to the gender role attitudes of Latino adolescents. *Journal of Adolescent Research*, 20(4), 453-475.
- Roberts, D. F. (2000). Media and youth: Access, exposure, and privatization. *Journal of Adolescent Health*, 27(2), 8-14.
- Roe, K. (2000). Adolescents' media use: a European view. *Journal of Adolescent Health*, 27(2), 15-21.
- Rosenkoetter, L. I., Rosenkoetter, S. E., Ozretich, R. A., & Acock, A. C. (2004). Mitigating the harmful effects of violent television. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 25(1), 25-47.
- Rudman, L. A., & Borgida, E. (1995). The afterglow of construct accessibility: The behavioral consequences of priming men to view women as sexual objects. *Journal of Experimental Social Psychology*, 31(6), 493-517.
- Sakaluk, J. K., Todd, L. M., Milhausen, R., Lachowsky, N. J., & Undergraduate Research Group in Sexuality (URGiS). (2014). Dominant heterosexual sexual scripts in

- emerging adulthood: Conceptualization and measurement. *The Journal of Sex Research*, 51(5), 516-531.
- Santana, M. C., Raj, A., Decker, M. R., La Marche, A., & Silverman, J. G. (2006). Masculine gender roles associated with increased sexual risk and intimate partner violence perpetration among young adult men. *Journal of Urban Health*, 83(4), 575-585.
- Scharrer, E. (2006). "I noticed more violence:" The effects of a media literacy program on critical attitudes toward media violence. *Journal of Mass Media Ethics*, 21(1), 69-86.
- Seabrook, R. C., Ward, L. M., Reed, L., Manago, A., Giaccardi, S., & Lippman, J. R. (2016). Our scripted sexuality the development and validation of a measure of the heterosexual script and its relation to television consumption. *Emerging Adulthood*, 1-18.
- Shrum, L. J. (1996). Psychological processes underlying cultivation effects further tests of construct accessibility. *Human Communication Research*, 22, 482-509.
- Shrum, L. J., Wyer, Jr, R. S., & O'Guinn, T. C. (1998). The effects of television consumption on social perceptions: The use of priming procedures to investigate psychological processes. *Journal of Consumer Research*, 24, 447-458.
- Simon, W., & Gagnon, J. H. (1986). Sexual scripts: Permanence and change. *Archives of Sexual Behavior*, 15, 97-120.
- Spanier, G. B. (1977). Sexual socialization: A conceptual review. *International Journal of Sociology of the Family*, 7(1), 87-106.
- Sparks, G.G. (2010). *Media effects research: A basic overview*. Boston, MA: Wadsworth.
- Strull, T., & Wyer, R. S. (1989). Person memory and judgment. *Psychological Review*, 96, 58-83.
- Steiger, J. H. (1980). Tests for comparing elements of a correlation matrix. *Psychological Bulletin*, 87(2), 245-251.
- Strasburger, V. C. (2004). Children, adolescents, and the media. *Current Problems in Pediatric and Adolescent Health Care*, 34(2), 54-113.
- Sutton, M. J., Brown, J. D., Wilson, K. M., & Klein, J. D. (2002). Shaking the tree of knowledge for forbidden fruit: Where adolescents learn about sexuality and contraception. In J. D. Brown, J. R. Steele, & K. Walsh-Childers (Eds.), *Sexual teens, sexual media* (pp. 25-55). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ter Bogt, T. F., Engels, R. C., Bogers, S., & Kloosterman, M. (2010). "Shake it baby, shake it": Media preferences, sexual attitudes and gender stereotypes among adolescents. *Sex Roles*, 63(11-12), 844-859.

- Tolman, D. L., Kim, J. L., Schooler, D., & Sorsoli, C. L. (2007). Rethinking the associations between television viewing and adolescent sexuality development: Bringing gender into focus. *Journal of Adolescent Health, 40*(1), 145-157.
- Tolman, D. L., Spencer, R., Rosen-Reynoso, M., & Porche, M. V. (2003). Sowing the seeds of violence in heterosexual relationships: Early adolescents narrate compulsory heterosexuality. *Journal of Social Issues, 59*(1), 159-178.
- Valkenburg, P., & Peter, J. (2013). The different susceptibility to media effects model. *Journal of Communication, 63*, 221-243.
- van Aken, M. & Slot, W. (2013). Inleiding. In M. van Aken en W. Slot (Eds.) *De psychologie van de adolescent* (pp. 15-29). Amersfoort, Nederland: ThiemeMeulenhoff.
- Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2012). Maternal attachment and television viewing in adolescents' sexual socialization: Differential associations across gender. *Sex Roles, 66*(1-2), 38-52.
- Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2014). The role of television in adolescents' sexual attitudes: Exploring the explanatory value of the three-step self-objectification process. *Poetics, 45*, 19-35.
- Vanhaelewyn, B., Pauwels, G., Maes, M., & De Marez, L. (2014). Measuring digital media trends in Flanders. iMinds digiMeter 2014. Geraadpleegd op <https://www.iminds.be/nl/inzicht-in-digitale-technologie/digimeter/2014>
- Wachman, J. S., & Picard, R. W. (2001). Tools for browsing a TV situation comedy based on content specific attributes. *Multimedia Tools and Applications, 13*(3), 255-284.
- Ward, L. M. (1995). Talking about sex: Common themes about sexuality in prime-time television programs children and adolescents view most. *Journal of Youth and Adolescence, 24*, 595-615.
- Ward, L. M. (2002). Does television exposure affect emerging adults' attitudes and assumptions about sexual relationships? Correlational and experimental confirmation. *Journal of Youth and Adolescence, 31*, 1-15.
- Ward, L. M. (2003). Understanding the role of entertainment media in the sexual socialization of American youth: a review of empirical research. *Developmental Review, 23*(3), pp. 347-388.
- Ward, L. M., & Friedman, K. (2006). Using TV as a guide: Associations between television viewing and adolescents' sexual attitudes and behavior. *Journal of research on adolescence, 16*(1), 133-156.

- Ward, L. M., Hansbrough, E., & Walker, E. (2005). Contributions of music video exposure to black adolescents' gender and sexual schemas. *Journal of Adolescent Research, 20*(2), 143-166.
- Ward, L. M., & Rivadeneyra, R. (1999). Contributions of entertainment television to adolescents' sexual attitudes and expectations: The role of viewing amount versus viewer involvement. *Journal of Sex Research, 36*(3), 237-249.
- Ward, L. M., Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2015). The impact of men's magazines on adolescent boys' objectification and courtship beliefs. *Journal of Adolescence, 39*, 49-58.
- Wiederman, M. W. (2005). The gendered nature of sexual scripts. *The Family Journal, 13*(4), 496-502.
- Wiederman, M. W. (2015). Sexual script theory: Past, present, and future. In J. Delamater & R. F. Plante (Eds.) *Handbook of the Sociology of Sexualities* (pp. 7-22). Switzerland: Springer International Publishing.
- Yang, G. S. (2012). *Do the gender and race of video game characters matter? The effects of violent game playing on implicit stereotyping and aggressive behavior*. (Doctoral dissertation). Geraadpleegd op <https://deepblue.lib.umich.edu/handle/2027.42/93881>
- Zhang, Y., Miller, L. E., & Harrison, K. (2008). The relationship between exposure to sexual music videos and young adults' sexual attitudes. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 52*(3), 368-386.
- Zurbriggen, E.L., Morgan, E.M., 2006. Who wants to marry a millionaire? Reality dating television programs, attitudes toward sex, and sexual behaviors. *Sex Roles, 54*, 1-17.

Bijlagen

Bijlage 1: Genderstereotiepe seksuele attitudes items die hoger dan .40 laadden op de factor

	1	2	3	4	5	6	7
	Helemaal mee eens				Helemaal mee oneens		
1. In een koppeltje is het normaal dat de jongen al meer ervaring heeft met kussen en seks dan het meisje	1	2	3	4	5	6	7
2. Een jongen die een knap meisje niet durft aan te spreken, moet niet verbaasd zijn als zijn vrienden hem flauw vinden	1	2	3	4	5	6	7
3. Een jongen van mijn leeftijd die nog nooit getongkust heeft is raar	1	2	3	4	5	6	7
4. Meisjes die al veel verschillende jongens hebben getongkust worden minder gerespecteerd	1	2	3	4	5	6	7
5. Een jongen die iets doet voor een mooi meisje doet dit bijna altijd met bijbedoelingen	1	2	3	4	5	6	7
6. Bij een afspraakje (een date), kan een meisje best wachten tot de jongen haar eerst kust	1	2	3	4	5	6	7
7. Een jongen geeft meer aandacht aan een meisje, als zij er mooi uitziet	1	2	3	4	5	6	7
8. Het is normaal dat jongens vooral geïnteresseerd zijn in knappe meisjes	1	2	3	4	5	6	7

Bijlage 2: Classificatie van televisieprogramma's volgens sitcom genre

Op basis van wetenschappelijke literatuur (e.g. Battles & Hilton-Morrow, 2002; Fouts & Burggraf, 2000; Wachman & Picard, 2001), definieerden we het sitcom genre als volgt: dezelfde personages keren doorheen verschillende afleveringen terug, personages delen een gemeenschappelijke omgeving, afleveringen duren zo'n halfuur, de verhaallijn bevat vaak misverstanden of gênante situaties en in de dialogen zit vaak veel humor vevat waardoor het genre vaak komisch is.

Televisieprogramma's die niet behoren tot het sitcom genre	Televisieprogramma's die wel behoren tot het sitcom genre
8 Mile	Friends
Air Crash Investigation	How I Met Your Mother
Alaskan Bush People	Modern Family
Altijd Prijs	Safety First
American Horrorstory	That '70s Show
America's Next Top Model	The Big Bang Theory
Angel Beats	The Simpsons
Are You The One?	F.C. De Kampioenen
Arrow	
Auction Hunters	
Awkward	
Band Of Brothers	
Better Call Saul	
Black Flag	
Blind Getrouwd	
Blokken	
Bones	
Brain Games	
Breaking Bad	
Buren (Neighbours)	
Castle	
Catfish	
Champions League (Voetbal)	
Comedy Kings	
Coppers	
Copy Beest	
Crossing Lines	
D5R	
Dance Academy	
De 12de Man	

De Buurtpolitie
De Ideale Wereld
De Kroongetuigen
De Mol
De Noodcentrale
De Recherche
Derek
De Slimste Mens Ter Wereld
De Vetste Vakantie
Dead To Me
Degrassi
Den Elfde Van Den Elfde
Desperate Housewives
Dit Is K3
Doctor Pol
Downton Abbey
Dr. Phil
Dual Survival
Echt Niet Ok!
Eigen Kweek
Elementary
Europa League (Voetbal)
Ex On The Beach
Extra Time
Familie
Fear The Walking Dead
Forever
Fresh Meat
Foute Vrienden
Galaxy Park
Game Of Thrones
Geordie Shore
Geubels En De Belgen

Ghost Rockers
Gossip Girl
Gotham
Grey's Anatomy
Grimm
Hellsing Ultimate
Het Huis Anubis
Het Journaal
Het Nieuws
Het Zijn Net Mensen
Hollywood In 't Echt
House Of Cards
House Rules
How It's Made
How To Get Away With Murder
Iedereen Beroemd
Jani Gaat...
K3 Zoekt K3
Komen Eten
Legends Of Tomorrow
Liefde Voor Muziek
Life Is Too Short
Luther
Mag Ik U Kussen?
Making A Murderer
Mako Mermaids
Mijn Pop-Up Restaurant
Mirai Nikki
Misfit Garage
Mistresses
Murdoch Mysteries
Muythbusters
Ncis

Noragami
Occupied
Once Upon A Time
Orange Is The New Black
Person Of Interest
Pink Ambition
Pretty Little Lairs
Rechter Van De Duivel
Reign
Revenge
Revolution
Rocky (1, 2, 3)
Rookie Blue
Running Wild With Bear Grylls
Say Yes To The Dress
Scandal
Science Of Stupid
Shadowhunters
Sherlock
Singl3s
Soul Eater
Stadion
Sturm Der Liebe
Suits
Sword Art Online
Teen Arrow
Teen Wolf
Tegen De Sterren Op
Telefacts
Temptation Island
Terug Naar Eigen Land
The Walking Dead
The Blacklist

The Flash
The Mentalist
The Originals
The Player
The Sky Is The Limit
The Tonight Show
The Tudors
The Vampire Diaries
The Voice Van Vlaanderen
The Walking Dead
Thuis
Top Gear
Twee Tot De Zesde Macht
Ultimate Survival Alaska
Under The Dome
Unforgettable
Vermist
Versailles
Vikings
Voetbal Inside
What Could Possibly Go Wrong
Wij Zijn K3
Quiz Me Quick
Zijn Er Nog Kroketten?