

Universiteit Antwerpen  
Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen  
Academiejaar 2013-2014

## **MASTERPROEF**

### **MEDIA ALS POSITIEVE STIMULANS TOT GEZOND ETEN**

**Kwantitatief onderzoek naar de impact van culinaire tv-programma's op het eetgedrag van kinderen (10-12 jr.) en de attitude met betrekking tot gezonde voeding**

**Maaïke Dijkhof**

Master in de Communicatiewetenschappen - afstudeerrichting Strategische Communicatie

**Promotor:** Prof. Dr. Charlotte De Backer

**Medebeoordelaar:** Prof. Dr. Koen Panis

2 juni 2014

## Inhoudsopgave

<b>1.</b>	<b>Samenvatting</b>	<b>2</b>
<b>2.</b>	<b>Inleiding</b>	<b>3</b>
<b>3.</b>	<b>Literatuursectie</b>	<b>5</b>
	3.1 Belang van een gezond eetpatroon bij kinderen	5
	3.2 Determinanten van eetgedrag bij kinderen	5
	3.2.1 Sociale omgevingsfactoren	5
	3.2.2 Productkenmerken	6
	3.2.3 Food marketing	8
	3.2.4 Persoonlijke factoren	9
	3.3 Culinaire tv-programma's	9
	3.3.1 Culinaire tv-programma's als vorm van educatieve entertainment	10
	3.4 Achterliggende theorieën: SCT en Beredeneerd Gedrag Model	12
	3.4.1 Sociaal Cognitieve Theorie	12
	3.4.2 Beredeneerd Gedrag Model	12
<b>4.</b>	<b>Methode</b>	<b>14</b>
	4.1 Onderzoeksstrategie	14
	4.2 Operationalisatie	14
	4.3 Onderzoeksmateriaal	14
	4.3.1 Tv-programma	14
	4.3.2 Meetinstrumenten	15
	4.4 Participanten	17
	4.5 Procedure	18
	4.5.1 Pre-test	18
	4.5.2 Experiment	19
	4.5.3 Structuur survey	19
	4.6 Statistische analyse	20
<b>5.</b>	<b>Resultaten</b>	<b>21</b>
	5.1 Attitude met betrekking tot gezonde voeding	21
	5.1.1 Attitude t.o.v. fruit & groenten	21
	5.1.2 Mate waarin men zin heeft in gezonde voedingsproducten	22
	5.1.3 Attitude t.o.v. een gezond leefpatroon	23
	5.2 Gezond eetgedrag	24
	5.3 Overige beschrijvende statistieken	25
<b>6.</b>	<b>Discussie</b>	<b>27</b>
	6.1 Bespreking bevindingen & terugkoppeling literatuur	27
	6.2 Meerwaarde van het onderzoek & praktische implicaties	29
	6.3 Beperkingen & suggesties voor vervolgonderzoek	30
<b>7.</b>	<b>Conclusie</b>	<b>31</b>
<b>8.</b>	<b>Bibliografie</b>	<b>32</b>
	8.1 Literatuur	32
	8.2 Websites	35
	<b>Bijlage I - Toestemmingsbrief ouders</b>	<b>36</b>
	<b>Bijlage II - Vragenlijst (deel 1)</b>	<b>37</b>
	<b>Bijlage III - Vragenlijst (deel 2 - experimentele groep)</b>	<b>45</b>
	<b>Bijlage IV - Vragenlijst (deel 2 - controlegroep)</b>	<b>49</b>
	<b>Bijlage V - Cd-rom met SPSS data file</b>	<b>53</b>

## 1. Samenvatting

Deze studie heeft tot doel meer inzicht te verkrijgen in de impact van culinaire tv-programma's op het eetgedrag en de attitude met betrekking tot gezonde voeding van kinderen. Ondanks dat er veel wetenschappelijk onderzoek is gedaan naar factoren die eetgedrag bij kinderen beïnvloeden, is er zelden gekeken naar de specifieke rol van culinaire tv-programma's. Deze studie wil hiermee dan ook een niche in de wetenschappelijke literatuur opvullen en daarnaast een belangrijke bijdrage leveren aan de alsmaar groter wordende strijd tegen overgewicht bij kinderen wereldwijd. Door middel van een kwantitatief experiment onder kinderen van 10 tot 12 jaar, waarbij zowel een experimentele (n=45) als een controlegroep (n=40) werd betrokken, is gekeken naar de invloed van het bekijken van een culinair tv-programma op de attitude met betrekking tot gezonde voeding en het uiteindelijke eetgedrag. De resultaten hebben aangetoond dat het bekijken van een culinair tv-programma geen significante invloed heeft op de attitude met betrekking tot gezonde voeding, maar wel leidt tot gezonder eetgedrag. Media kunnen dus een positieve stimulans zijn tot gezond eten. Hoewel dit onderzoek zeker van waarde is voor voedingsdeskundigen, ouders en anderen die betrokken zijn bij het aanleren van gezond eetgedrag bij kinderen, is dit onderzoek slechts een stap in de goede richting en kent het ook haar beperkingen. Vervolgonderzoek binnen dit domein zou grootschaliger moeten zijn en eventueel longitudinaal. Op die manier kan er een nog beter inzicht verkregen worden in de impact van culinaire tv-programma's en de bijdrage van deze programma's aan een gezonder eetpatroon bij kinderen.

### *Sleutelwoorden:*

culinaire tv-programma's - kinderen - eetgedrag - attitude - gezondheid - fruit & groenten - media - educatieve entertainment

### *Aantal woorden:*

10.785

## 2. Inleiding

Overgewicht bij kinderen is een serieus probleem dat alsmaar ernstiger lijkt te worden. Uit onderzoek (Lobstein, Baur & Uauy, 2004) is gebleken dat wereldwijd gemiddeld één op de tien kinderen te zwaar is waarvan een kwart lijdt aan ernstig overgewicht, ofwel obesitas. Voor Amerika en Europa liggen deze percentages nog veel hoger. Zo is in Amerika een ruime 30% van de kinderen te zwaar en ligt dit percentage voor Europa net onder de 20%. Ook in Nederland heeft gemiddeld 14% van de kinderen tussen 2 en 21 jaar last van overgewicht (Nationaal Kompas Volksgezondheid, n.d.). Aangezien overgewicht ernstige gezondheidsgevolgen met zich mee kan brengen (Lobstein et al., 2004), is het van belang dat deze cijfers drastisch naar beneden gebracht worden. Er zijn vele factoren aan te wijzen die invloed hebben op het ontstaan van overgewicht. De meeste directe factor is de energiebalans, ofwel de hoeveelheid calorieën die men binnenkrijgt en de hoeveelheid die men verbrandt (Papoutsis, Drichoutis & Nayga Jr., 2013). Om een gezond gewicht te behouden is het dus van belang om gezonde voeding te eten in plaats van calorierijke snacks en producten waarin veel suikers zitten. Om die reden is het dan ook ontzettend belangrijk dat er meer inzicht verkregen wordt in de factoren die eetgedrag bij kinderen beïnvloeden en de manieren waarop kinderen gestimuleerd kunnen worden een gezond eetpatroon aan te leren. Dit huidige onderzoek probeert hieraan een belangrijke bijdrage te leveren.

Met betrekking tot het eetgedrag van kinderen is er al veel onderzoek gedaan naar de factoren die dit gedrag beïnvloeden (o.a. Atik & Ozdamar Ertekin, 2013; Blanchette & Brug, 2005; Gibson, Wardle, & Watts, 1998). Eerder onderzoek heeft aangetoond dat naast sociale omgevingsfactoren als ouders en vriendjes/vriendinnetjes, food marketing hier een grote rol in speelt (o.a. Atik & Ozdamar Ertekin, 2013; Harris, Pomeranz, Lobstein & Brownell, 2009). Uit onderzoek is echter ook gebleken dat deze food marketing gericht op kinderen veelal ingezet wordt voor de promotie van ongezonde producten, zoals snoep, frisdranken en ongezonde snacks (Strachan & Pavie-Latour, 2008; Linn & Novosat, 2008). Televisiekijken door kinderen wordt dan ook vaak in een negatief verband gebracht met een gezonde leefstijl, niet alleen vanwege het feit dat deze kinderen meer worden blootgesteld aan de ongezonde food marketing maar ook vanwege de verminderde fysieke beweging en het sneller eten van ongezonde maaltijden en snacks voor de tv (Dennison & Edmunds, 2008).

Media kunnen echter ook ingezet worden om juist een gezond eetpatroon te stimuleren, bijvoorbeeld door middel van culinaire tv-programma's. Zo bleek uit een onderzoek van Clifford, Anderson, Auld en Champ (2009) onder studenten dat het bekijken

van een kookprogramma invloed had op de kennis over gezonde voeding. De impact op het gedrag was minder evident. Onderzoek naar de impact van culinaire tv-programma's is echter nog een vrij nieuw onderzoeksdomein, waarbinnen nog weinig onderzoek gedaan is. Aangezien deze tv-programma's steeds vaker te zien zijn op televisie en aan populariteit winnen (De Solier, 2005; Televizier.nl, 2012) is het zeker van waarde om onderzoek te doen naar de impact van deze tv-programma's op eetgedrag. Daarnaast worden er ook steeds meer culinaire tv-programma's ontwikkeld speciaal voor kinderen, waaronder Junior Masterchef (wereldwijd), Ketnet Kookt (Vlaanderen) en Kookschool (Nederland). Vanwege het belang dat kinderen een gezond eetpatroon aanleren, is het zeker nuttig om door middel van onderzoek meer inzicht te krijgen in de invloed van deze tv-programma's op het eetgedrag van kinderen en de attitude met betrekking tot gezonde voeding. De algemene onderzoeksvraag die centraal staat in dit huidige onderzoek is dan ook:

**RQ:** *Wat is de impact van culinaire tv-programma's op het eetgedrag van kinderen en de attitude met betrekking tot gezonde voeding?*

Allereerst zal duidelijk gemaakt worden waarom het zo belangrijk is dat kinderen al op jonge leeftijd een gezond eetpatroon aanleren. Vervolgens wordt er gekeken naar de verschillende determinanten van eetgedrag bij kinderen en wat hierover bekend is in de literatuur. Daarna verschuift de focus naar de culinaire tv-programma's als vorm van educatieve entertainment en worden er twee theoretische modellen aangehaald om te verklaren waarom deze tv-programma's mogelijk invloed zullen hebben op het eetgedrag en de attitude van kinderen met betrekking tot gezonde voeding. Na deze literatuurbespreking zal het onderzoek dat gedaan is worden beschreven, namelijk een kwantitatief experiment onder Nederlandse kinderen van 10 tot 12 jaar oud. Uiteraard zullen hierbij de gevonden resultaten en de daarbij horende conclusies worden gepresenteerd.

### 3. Literatuursectie

#### **3.1 Belang van een gezond eetpatroon bij kinderen**

Waarom is het zo belangrijk om al op jonge leeftijd een gezond eetpatroon aan te leren? Een aantal onderzoekers heeft hier een antwoord op weten te formuleren. Kelder, Perry, Klepp en Lytle (1994) voerden een longitudinaal onderzoek uit, waarbij onderzocht werd hoe bepaalde gezondheidsgedragingen (roken, gezonde voedingskeus en fysieke beweging) veranderden met de tijd. Voor dit onderzoek werden leerlingen gevolgd vanaf de 6th grade (ong. 11/12 jaar oud) tot aan de 12th grade (ong. 17/18 jaar oud). Uit het onderzoek bleek dat bepaalde gezondheidsgedragingen meegenomen worden in de tijd. Zo aten de leerlingen die in de 6th grade het meest gezond aten nog steeds het meest gezond nu zij in de 12th grade zaten. Dit onderzoek toont aan dat het belangrijk is kinderen al op jonge leeftijd (voor 12 jaar) gezonde gedragingen aan te leren, aangezien deze gedragingen rond die leeftijd zullen consolideren. Hoewel er weinig bewijs voor is, wordt door de onderzoekers verwacht dat deze gedragingen meegenomen worden wanneer men ouder wordt, en dus redelijk stabiel blijven na de leeftijd van 18. Ook Wardle (1995) ondersteunt deze resultaten in zijn artikel. Bovendien geeft hij aan dat een ongezond eetpatroon op jonge leeftijd ernstige gezondheidsgevolgen met zich mee kan brengen op de lange termijn. Schwartz, Scholtens, Lalanne, Weenen en Nicklaus (2011) sluiten zich hierbij aan, ook zij geven in hun artikel aan dat gebalanceerde en gezonde voeding op vroege leeftijd essentieel is voor de gezondheid op latere leeftijd. Ook om die reden is het zeker van belang dat kinderen al op jonge leeftijd een gezond eetpatroon aanleren.

#### **3.2 Determinanten van eetgedrag bij kinderen**

Uit onderzoek is gebleken dat het eetpatroon van kinderen beïnvloed wordt door veel verschillende factoren. De belangrijkste factoren kunnen onderverdeeld worden in de volgende categorieën: sociale omgevingsfactoren, productkenmerken, food marketing en persoonlijke factoren. Hieronder zullen deze categorieën in meer detail besproken worden.

##### **3.2.1 Sociale omgevingsfactoren**

Uit veel onderzoeken die gedaan zijn naar de determinanten van eetgedrag van kinderen is naar voren gekomen dat sociale invloeden een belangrijke rol spelen. Deze sociale invloeden kwamen bijvoorbeeld sterk naar voren in het onderzoek van Atik en Ozdamar Ertekin (2013), waarbij zij door middel van een uitgebreid kwalitatief onderzoek zowel het perspectief van de kinderen (7 tot 11 jr.) als dat van de ouders en leraren in acht namen. De resultaten toonden

aan dat familie (waaronder ouders), school en leraren belangrijke invloed hadden op het eetgedrag van kinderen. Opvallend was dat uit het onderzoek naar voren kwam dat vriendjes/vriendinnetjes nauwelijks invloed hadden. Ook het onderzoek van Gibson et al. (1998) dat specifiek gericht was op de fruit- en groenteconsumptie door kinderen, toonde aan dat ouders een zeer belangrijke rol spelen bij het ontwikkelen van een gezond eetpatroon. Door middel van een survey onder zowel kinderen (9 tot 11 jr.) als hun moeders werd duidelijk dat de fruitconsumptie van de kinderen beïnvloed werd door de kennis van de moeder over gezonde voeding, de fruitconsumptie van de moeder zelf, en de mate waarin de moeder ervan overtuigd was dat het eten van fruit en groenten het risico op bepaalde ziektes kan verminderen. Voor de groenteconsumptie werden deze resultaten echter niet gevonden. Ook het review-artikel van Blanchette en Brug (2005) was specifiek gericht op het in kaart brengen van de determinanten van fruit- en groenteconsumptie door kinderen, ditmaal in de leeftijdsgroep van 6 tot 12 jaar. Zij analyseerden in totaal 38 wetenschappelijke artikelen met betrekking tot dit onderwerp, welke gepubliceerd waren tussen 1990 en 2005. Ook uit deze review kwam de belangrijke rol van ouders weer naar voren, zowel de manier waarop zij hun kinderen een bepaald eetgedrag aanleren als hun eigen eetgedrag heeft een invloed op het eetgedrag van hun kind. Dit laatste effect wordt ook wel ‘*modelling*’ genoemd (het imiteren van gedrag), waarvan al in meerdere onderzoeken is aangetoond dat dit een belangrijke rol speelt wanneer kinderen een eetgedrag aanleren (o.a. Scaglioni, Arrizza, Vecchi & Tedeschi, 2011; Birch & Fisher, 1998). Wellicht kan deze *modelling* door kinderen ook plaatsvinden wanneer zij naar een culinair tv-programma kijken en zullen zij het gedrag van de betrokken tv-personages eveneens imiteren. In eerder onderzoek is immers al aangetoond dat bekende personages een belangrijke rol kunnen spelen bij productpromotie naar kinderen (Boyland, Harrold, Kirham & Halford, 2012; Smits & Vandebosch, 2012). Uit deze onderzoeken rond *endorsement* is gebleken dat bekende personages een overtuigend effect kunnen hebben voor kinderen. Hier wordt later verder op ingegaan, wanneer er gekeken wordt naar de specifieke rol van food marketing.

### **3.2.2 Productkenmerken**

Uiteraard speelt ook het voedselproduct zelf een belangrijke rol. Zo zal bijvoorbeeld de smaak en het uiterlijk van belang zijn om kinderen wel of niet een product te willen laten eten. Ook is gebleken dat een product aantrekkelijker gevonden wordt door kinderen wanneer er een bepaald ‘*fun and play appeal*’ aan verbonden is, ofwel is het voor de kinderen leuk/plezierig om dit product te eten? (Atik & Ozdamar Ertekin, 2013). Ook in food marketing wordt hier

dan ook regelmatig op ingespeeld om zo bepaalde producten aantrekkelijk te maken voor kinderen (Harris et al., 2009; Cairns, Angus, Hastings & Caraher, 2013; Folta, Goldberg, Economos, Bell & Meltzer, 2006). Deze bevinding impliceert dat het ook bij de promotie van gezonde producten van belang is dat er een speels element aan verbonden is, kinderen moeten het leuk gaan vinden om dit product te consumeren. Een culinair tv-programma voor kinderen kan hier wellicht aan bijdragen. Binnen zo'n programma kan namelijk op een leuke en speelse manier getoond worden wat voor gezonde producten er bestaan en hoe deze klaargemaakt kunnen worden. Tevens kunnen de verschillende onderdelen uit zo'n programma (zoals een quiz, spellen of een wedstrijdelement) eraan bijdragen dat de gezonde voedingsproducten geassocieerd worden met iets leuks. Een ander productkenmerk dat een duidelijke invloed heeft is de bekendheid ervan. Kinderen zijn vaak bang voor het onbekende en zullen dan ook niet snel een product eten waar zij onbekend mee zijn (Scaglioni et al., 2011; Osborne & Forestell, 2012). Dit laatste onderzoek toonde door middel van een experiment aan dat kinderen die werden blootgesteld aan verschillende soorten fruit en groenten en informatie kregen over deze verschillende voedseltypen een hogere acceptatie van fruit vertoonden en eerder geneigd waren een nieuw stuk fruit te proberen. Deze resultaten werden echter niet gevonden voor groenten. Ook andere experimentele onderzoeken hebben aangetoond dat kinderen een nieuw voedselproduct eerder zullen accepteren wanneer zij hier vaker aan blootgesteld zijn en er dus bekender mee zijn (Gibson et al., 1998). Dit wordt ook wel het *'mere-exposure effect'* genoemd (Zajonc, 1968). Deze theorie zou kunnen verklaren waarom een culinair tv-programma een mogelijk positief effect heeft op de attitude van kinderen met betrekking tot gezonde voeding. Door een dergelijk programma worden zij namelijk meer blootgesteld aan bepaalde typen gezonde voeding (o.a. groenten en fruit) en zullen zij door deze bekendheid wellicht een positievere attitude vormen. Tot slot heeft ook het label of het imago dat aan een product gegeven wordt invloed op de mate van acceptatie door kinderen. Zodra er van een product gezegd wordt dat het gezond is waarderen kinderen dit product minder positief, zo is gebleken uit een experimenteel onderzoek (Wardle & Huon, 2000). Voor kinderen gaan de begrippen 'gezond' en 'leuk/lekker' dus niet samen. Het is dan ook van belang om informatie over gezonde voedingskeuzes op een positieve en leuke manier te framen, waardoor kinderen inzien dat deze begrippen prima samen kunnen gaan. Een culinaire, entertainende tv-show voor kinderen over gezonde voeding zou hier zeker een bijdrage aan kunnen leveren.



### 3.2.3 Food marketing

Er is al veel onderzoek gedaan naar food marketing en de rol die deze speelt bij het beïnvloeden van het eetgedrag van kinderen (o.a. Cairns et al. 2013; Linn & Novosat, 2008). Deze food marketing vindt voornamelijk plaats via tv-advertenties, maar ook het internet, tijdschriften en bijvoorbeeld verpakkingen zijn belangrijke mediakanalen. Uit onderzoek is gebleken dat food marketing een zeer belangrijke factor is die het eetgedrag van kinderen en daarmee hun gezondheid beïnvloedt. Zo heeft food marketing invloed op de kennis over voeding bij kinderen, hun voorkeuren voor bepaalde voeding, hun koopgedrag of mate waarin ze om bepaalde producten vragen, hun eetpatronen en dus ook hun gewichtsgerelateerde gezondheid (Cairns et al, 2013). Aangezien food marketing gericht op kinderen grotendeels toegepast wordt bij ongezonde en suikerrijke producten zoals snoep, fastfood en frisdranken (Strachan & Pavie-Latour, 2008; Linn & Novosat, 2008; Cairns et al. 2013), gaat het hier meestal om een negatieve invloed. Food marketing voor de promotie van gezonde producten komt duidelijk minder vaak voor (Warren, Wicks, Leblanc Wicks, Fosu & Chung, 2008). Mede vanwege de continue blootstelling aan deze ongezonde food advertenties wordt het kijken van veel televisie door kinderen dan ook vaak in verband gebracht met negatieve gevolgen voor de gezondheid. Vooral kinderen in de leeftijd van 8 tot 12 jaar zijn hier ontzettend vatbaar voor, aangezien zij de meeste aantal uren tv kijken en dus ook het meest worden blootgesteld aan deze ongezonde advertenties (Dennison & Edmunds, 2008). Het ging bij dit onderzoek echter wel om kinderen uit de VS, dus het is niet zeker of dit ook in Nederland en België opgaat. Bovendien kan men zich hierbij afvragen of deze relatie nog altijd wel opgaat aangezien consumenten steeds meer mogelijkheden hebben om deze advertenties te vermijden, zeker met de komst van de digitale televisie (Wilbur, 2008). Het onderzoek van Dennison en Edmunds (2008) toont echter wel aan dat het voor de leeftijdsgroep 8-12 jaar extra belangrijk is dat zij een gezond eetpatroon aanleren en weerstand kunnen bieden aan de ongezonde food advertenties op televisie. Het toont eveneens aan dat televisie een geschikt mediakanaal kan zijn om deze leeftijdsgroep te bereiken.

Een techniek die binnen food marketing gericht op kinderen veelvuldig wordt toegepast is het gebruik van *spokes-characters* (Warren et al., 2008 in Smits & Vandebosch, 2012). Hierbij kan het om onbekende of bekende figuren gaan, waarbij in het laatste geval ook wel over *celebrity endorsement* gesproken wordt. Smits en Vandebosch (2012) deden onderzoek naar de effectiviteit van deze *spokes-characters* bij kinderen, bij de promotie van zowel gezonde als ongezonde producten. Tevens keken zij naar het verschil tussen een bekend en een onbekend karakter (een gewone kabouter vs. de bekende kabouter Plop). Uit de

resultaten bleek dat het toevoegen van een *spokes-character* een positief effect had op de eetlust, intentie tot consumptie en intentie tot het vragen aan de ouders om het product te kopen. Dit effect was sterker bij de bekende figuur dan bij de onbekende figuur. Ook bleek het effect iets sterker te zijn bij de ongezonde producten, maar ook bij de gezonde producten was het significant. Het feit dat *spokes-characters* effect blijken te hebben kan gelinkt worden aan de *fun and play appeal* die zo belangrijk is bij kinderen (Atik & Ozdamar Ertekin, 2013). Het gebruik van bekende figuren of personen kan dus zeker effectief zijn om gezonde voeding te promoten. Ook in een culinaire tv-show kan hiervan gebruik gemaakt worden.

### **3.2.4 Persoonlijke factoren**

Tot slot zijn er nog een aantal persoonlijke factoren die kinderen beïnvloedt wanneer zij hun voedingskeuze bepalen. Een eerste belangrijke factor is de smaakvoorkeur die men heeft. Wanneer een kind een bepaalde smaak, bijvoorbeeld zoet, lekker vindt zal hij/zij eerder voor zoete producten (en dus vaak gesuikerd) kiezen. Smaakvoorkeuren kunnen echter veranderd worden door meer bekend te raken met andere smaken (producten) of door te worden beloond bij het eten van bepaalde producten (Blanchette & Brug, 2005). Een tweede persoonlijke factor die van belang is gebleken zijn de vaardigheden die men beheerst. Met betrekking tot kinderen en hun fruit- en groenteconsumptie gaat het hier bijvoorbeeld om de vraag of zij in staat zijn hun ouders te vragen bepaalde producten te kopen of klaar te maken, en de vraag of zij zelf in staat zijn de juiste gezonde producten te selecteren of zelf klaar te maken (Blanchette & Brug, 2005). Verder is gebleken dat de kennis die de kinderen hebben (o.a. over gezond eten en de voordelen die het eten van bepaalde producten met zich meebrengt) een invloed kan hebben op het eetgedrag (Wardle, 1995). Uit dit overzicht kan afgeleid worden dat het bij de promotie van gezonde voeding (bijvoorbeeld door middel van een culinair tv-programma) dus van belang is dat er op deze persoonlijke factoren wordt ingespeeld aangezien zij gedrag kunnen beïnvloeden.

### **3.3 Culinaire tv-programma's**

In de voorgaande paragrafen is vooral naar voren gekomen hoe media een negatieve impact kunnen hebben op het eetgedrag van mensen. Dit is uiteraard niet met alle media-inhoud het geval. Zo zijn er zeker vormen van media-inhoud die juist gezond en bewust eetgedrag willen stimuleren. Culinaire tv-programma's zijn hier een goed voorbeeld van. Sinds het begin van de 21e eeuw is culinaire televisie steeds populairder geworden en tegenwoordig zijn er dan ook steeds meer van deze programma's op tv te zien. In veel landen zijn zelfs al volledige

culinaire tv-zenders ontstaan, waaronder the Food Network in de VS en Cuisine TV in Frankrijk (De Solier, 2005). Ook in Nederland en België kennen wij zo'n zender, namelijk 24Kitchen en Njam TV. Veel van deze culinaire programma's en tv-zenders zijn erop gericht mensen bewuster te maken van wat zij eten en vooral een gezond eetpatroon te willen stimuleren. Zo zegt 24Kitchen op haar website bijvoorbeeld: *'Wij vinden dat gezond eten een must is. (...) 24Kitchen gelooft dat gezond eten ieders levensstijl kan en moet worden, en wil mensen graag inspireren en motiveren bewust om te gaan met voeding.'* (24Kitchen.nl, n.d.). Opvallend is dat er ook steeds meer culinaire televisie ontwikkeld wordt die speciaal op kinderen gericht is. Denk hierbij bijvoorbeeld aan Junior Masterchef (wereldwijd), Ketnet Kookt (Vlaanderen) en Kookschool (Nederland).

Hoewel culinaire televisie dus steeds meer aanwezig is in de maatschappij, is er nog wonderbaarlijk weinig onderzoek gedaan naar de impact van deze media-inhoud op het eetgedrag van mensen. Een van de weinige onderzoeken die hier wel naar gekeken heeft is dat van Clifford et al. (2009). Door middel van een experiment onder studenten onderzochten zij of het bekijken van een (op theorie gebaseerd) kookprogramma positieve invloed had op de ingeschatte eigeneffectiviteit, kennis, attitudes en gedragingen met betrekking tot het eten van groenten en fruit. De resultaten toonden aan dat het bekijken van een kookprogramma wel degelijk invloed had op de kennis die de studenten hadden over voeding, maar dat de impact op de andere factoren minder evident bleek. Een wat ouder onderzoek van Chew, Palmer en Kim (1998) vertoonde echter andere resultaten. Zij onderzochten onder volwassenen wat de impact was van het bekijken van een tv-programma over gezonde voeding (*Eat Smart*) op een aantal factoren uit het Health Belief Model. Uit het onderzoek bleek dat het bekijken van dit programma niet alleen de motivatie tot gezond eten maar ook het uiteindelijke eetgedrag verbeterde. Uiteraard betreft het hier een wat meer informatief programma dan een culinaire tv-show, maar het toont wel aan dat het verkrijgen van informatie over gezonde voeding via televisie het uiteindelijke eetgedrag mogelijk positief kan beïnvloeden. Deze onderzoeken beperken zich echter tot volwassenen en studenten. Onderzoek naar de impact van culinaire tv-programma's op kinderen is tot op heden nog niet gebeurd en vormt gezien de actuele ontwikkelingen zeker een interessante niche in de wetenschappelijke literatuur.

### **3.3.1. Culinaire tv-programma's als vorm van educatieve entertainment**

Culinaire tv-programma's die gezond eetgedrag willen stimuleren kunnen beschouwd worden als een vorm van educatieve entertainment. Deze communicatiestrategie betekent dat media-inhoud doelbewust wordt ingezet om het publiek zowel te entertainen als hen iets bij te leren

over een bepaald onderwerp. Hiermee wordt geprobeerd om de attitude en ook het uiteindelijke gedrag van het publiek positief te beïnvloeden. Educatieve entertainment kan op twee manieren bijdragen aan sociale verandering. Ten eerste kunnen het bewustzijn, de attitudes en het gedrag van individuen positief beïnvloedt worden. Ten tweede kan de omgeving van het individu beïnvloedt worden om de noodzakelijke condities te creëren zodat op individueel niveau het begunstigde gedrag kan worden uitgevoerd (Singhal, Cody, Rogers & Sabido, 2011). Met betrekking tot culinaire tv-programma's gericht op kinderen kan het dus mogelijk zijn dat deze de doelgroep meer bewust maken van het belang van gezond eten en ook de attitudes en gedragingen positief kunnen beïnvloeden. Bovendien is het denkbaar dat deze tv-programma's ook de omgeving van de kinderen positief weten te beïnvloeden. Dit kan bijvoorbeeld gebeuren doordat de ouders door het programma gaan inzien hoe belangrijk gezonde voeding voor hun kind is en wellicht meer fruit en groenten in huis gaan halen. Op die manier zouden culinaire tv-programma's dus zeker een effectieve vorm van educatieve entertainment kunnen zijn.

Er zijn een aantal unieke aspecten van educatieve entertainment te benoemen, die verklaren waarom deze communicatiestrategie effectief zou kunnen werken om gedrag te beïnvloeden (Renes, Mutsaers & Woerkum van, 2012). Ten eerste kan het entertainende karakter ervoor zorgen dat de doelgroep meer betrokken raakt en zich minder afzet tegen de achterliggende boodschap van het programma. Wanneer een dergelijke boodschap niet in een entertainend jasje gestoken wordt, zal de doelgroep zich eerder afzetten en tegenargumenten inbrengen. Een tweede aspect is dat de doelgroep zich kan identificeren met rolmodellen die in het programma voorkomen en als het ware via hen kunnen leren. Het is daarom belangrijk om bij educatieve entertainment gebruik te maken van herkenbare en aantrekkelijke rolmodellen, zodat deze identificatie ook mogelijk is. Dit laatste aspect wordt ook wel '*modelling*' genoemd en is een onderdeel van een van de belangrijke theorieën achter de strategie van educatieve entertainment: de Sociaal Cognitieve Theorie van Bandura (1986). In de volgende paragraaf zal hier verder op worden ingegaan.

Tot slot kan educatieve entertainment een uitstekend middel zijn om informatie over gezonde voeding positief te framen. Al eerder zagen we dat voor kinderen de begrippen 'gezond' en 'leuk/lekker' niet samengaan (Wardle & Huon, 2000). Door informatie over gezond eten in een leuk, entertainend maar tegelijkertijd educatief programma te gieten kunnen kinderen deze attitude wellicht aanpassen. In een later stadium zullen zij gezonde voeding dan niet alleen met iets negatiefs associëren, maar zullen zij er ook positieve

associaties bij hebben. Naar aanleiding van deze informatie kan de volgende hypothese worden opgesteld met betrekking tot het effect van culinaire tv-programma's bij kinderen.

**H1.** *Het bekijken van een culinair tv-programma heeft een positieve invloed op de attitude van kinderen (10-12 jr.) met betrekking tot gezonde voeding.*

### **3.4 Achterliggende theorieën: SCT en Beredeneerd Gedrag Model**

Naast de attitude kan een culinair tv-programma als vorm van educatieve entertainment mogelijk ook effectief het gedrag beïnvloeden. Deze mogelijke effectieve werking om gezond eetgedrag bij kinderen te stimuleren kan verklaard worden aan de hand van twee belangrijke theorieën: de Sociaal Cognitieve Theorie van Bandura (1986) en het Beredeneerd Gedrag Model van Fishbein en Ajzen (2010). In deze paragraaf zullen de belangrijkste aspecten van deze beide theorieën kort besproken worden.

#### **3.4.1. Sociaal Cognitieve Theorie**

De Sociaal Cognitieve Theorie van Bandura (1986) kan ingezet worden om gedrag te verklaren. Volgens deze theorie wordt menselijk gedrag vooral bepaald door de verschillende verwachtingen die men heeft. Een van deze verwachtingen is de eigen-effectiviteitsverwachting, waarmee bedoeld wordt in welke mate men zichzelf in staat acht om bepaald gedrag uit te voeren. Culinaire tv-programma's kunnen hier handig op inspelen, bijvoorbeeld door vaardigheden te tonen die nodig zijn om een gezond gerecht te bereiden. Hiermee kan de eigen-effectiviteitsverwachting van de doelgroep verhoogd worden. Een ander centraal begrip in de theorie van Bandura is 'modelling' ofwel sociaal leren. Hiermee wordt bedoeld dat mensen niet alleen leren doordat zij zelf bepaald gedrag uitvoeren, maar dat zij ook kunnen leren door anderen te observeren en zich met hen te identificeren. Rolmodellen kunnen hier een belangrijke rol bij spelen. Doordat het publiek van een culinair tv-programma zich identificeert met rolmodellen en hen bijvoorbeeld bezig ziet een gezond gerecht te bereiden, kan zij hier zeker lering uit trekken. Zowel de eigen-effectiviteitsverwachting als 'modelling' spelen dan ook een belangrijke rol wanneer we de mogelijke effectiviteit van culinaire tv-programma's willen verklaren.

#### **3.4.2 Beredeneerd Gedrag Model**

Een tweede theorie die de mogelijke effectieve werking van culinaire tv-programma's zou kunnen verklaren is het Beredeneerd Gedrag Model van Fishbein en Ajzen (2010). Deze

theorie veronderstelt dat de gedragsintentie de factor is die de meest directe invloed heeft op het gedrag. Deze intentie wordt op haar beurt weer beïnvloed door drie andere belangrijke factoren: de attitude, de ervaren subjectieve norm en de waargenomen gedragscontrole. Deze drie factoren worden op hun beurt weer beïnvloed door vele achterliggende variabelen, waaronder bijvoorbeeld kennis. Naar aanleiding van deze theorie kan verwacht worden dat wanneer er ingespeeld wordt op deze bovenstaande factoren, dit een positief effect zou kunnen hebben op de intentie tot gedrag en uiteindelijk het echte gedrag dat vertoond wordt. Een culinair tv-programma voor kinderen kan hier handig op inspelen. Ten eerste kan het door het entertainende format ervoor zorgen dat kinderen positievere attitudes aannemen met betrekking tot gezonde voeding (zie H1). Ook doordat zij meer kennis krijgen over bijvoorbeeld het belang van gezonde voeding, kunnen zij hier positiever tegenover staan. Ten tweede kan een culinair tv-programma waarin kinderen koken ervoor zorgen dat de ervaren subjectieve norm bij de doelgroep verandert. Wellicht waren zij van mening dat gezond voedsel als fruit en groenten niet populair is onder kinderen en dat andere kinderen dit bijvoorbeeld ook niet eten. Wanneer zij dan een culinair tv-programma zien waarin kinderen van hun eigen leeftijd gezond koken en eten kan dit een effect hebben op de ervaren subjectieve norm en eveneens op de attitude. Ten slotte kan ook de waargenomen gedragscontrole beïnvloed worden door middel van een culinair tv-programma. Zo is het mogelijk dat kinderen van mening zijn dat zij niet in staat zijn om gezonde gerechten te maken of te eten. Door hen deze vaardigheden aan te leren via een culinair tv-programma en door andere kinderen de vaardigheden te zien vertonen, kan deze waargenomen gedragscontrole mogelijk positief beïnvloed worden. Kortom; aan de hand van het Beredeneerd Gedrag Model van Fishbein en Ajzen (2010) zouden we kunnen verwachten dat een culinair tv-programma naast de attitude ook een positieve invloed kan hebben op het eetgedrag.

**H2.** *Het bekijken van een culinair tv-programma heeft een positieve invloed op het gezonde eetgedrag van kinderen (10-12 jr.).*

## 4. Methode

### 4.1 Onderzoeksstrategie

Aangezien dit onderzoek een media-effect studie betreft, leek een kwantitatief experiment de beste onderzoeksstrategie om toe te passen. Hierbij werd zowel een experimentele groep als een controlegroep betrokken. De onafhankelijke variabele bestond uit het kijken naar een culinair tv-programma (Kookschool) of een neutraal tv-programma (Willem Wever). De afhankelijke variabele bestond uit de attitude van de participanten met betrekking tot gezonde voeding en het uiteindelijke eetgedrag. Beide groepen vulden zowel voor- als na het bekijken van het tv-programma een survey in, om op die manier verschillen te kunnen meten. Aangezien er zowel naar de verschillen tussen beide groepen als de verschillen binnen eenzelfde groep op verschillende tijdstippen gekeken werd, betreft het hier een combinatie van een within- en between-subject design.

### 4.2 Operationalisatie

Om de twee afhankelijke variabelen zoals ze in de beide hypothesen staan weergegeven te verduidelijken volgt hier een operationalisatie. De *attitude met betrekking tot gezonde voeding* (zie H1) is in dit onderzoek gemeten door naar drie componenten te kijken, namelijk de attitude t.o.v. fruit en groenten, de mate waarin men zin heeft in gezonde voedingsproducten en de attitude t.o.v. een gezond leefpatroon. De tweede afhankelijke variabele, *het gezonde eetgedrag* (zie H2), werd gemeten door de kinderen een bedankje aan te bieden na afloop van het onderzoek, waarbij zij konden kiezen tussen een gezond (fruit) en een ongezonder alternatief (koekje).

### 4.3 Onderzoeksmateriaal

#### 4.3.1 Tv-programma

Het culinaire tv-programma dat centraal stond bij dit onderzoek is Kookschool, een Nederlands tv-programma gericht op kinderen in de leeftijd van 10 tot 12 jaar. Dit programma was van april t/m november 2013 te zien op de Nederlandse televisie en is ontstaan met het idee een programma te maken over gezonde voeding. Tijdens elke aflevering strijden twee scholen tegen elkaar, waarbij verschillende rondes worden gespeeld. Zo wordt er gekookt, geproefd, maar komen er ook kennisvragen en informatieve filmpjes aan bod. De specifieke aflevering die gekozen is om te gebruiken in dit experiment is de aflevering van 14 april 2013 (uitzendinggemist.nl, n.d., A), aangezien deze aflevering veel aandacht besteedde aan fruit en

groenten. De controlegroep kreeg een aflevering te zien van Willem Wever, een programma voor kinderen waarin interessante vragen en wetenswaardigheden centraal staan en onderzocht worden. De specifieke aflevering die de controlegroep te zien kreeg is de aflevering van 11 februari 2013, een aflevering die niets met voeding of gezond eten te maken heeft (uizendinggemist.nl, n.d. B) en op die manier prima als programma voor de controleconditie kon dienen.

#### 4.3.2 Meetinstrumenten<sup>1</sup>

De *attitude t.o.v. fruit & groenten* werd gemeten door middel van een 5-puntsschaal met 7 items, waarbij de participanten moesten aangeven in hoeverre zij het met de betreffende stellingen eens waren. De schaal is afkomstig uit de Child Nutrition Questionnaire ontwikkeld door Wilson, Magarey en Mastersson (2008). Een factoranalyse (Varimax rotatie) maakte duidelijk dat alle items goed laden (minimaal .400) op één factor. Tevens werd de schaal betrouwbaar gevonden (Cronbach's  $\alpha = .76$ ).

De *mate waarin men zin heeft in gezonde voedingsproducten* werd gemeten door middel van een schaal bestaande uit 14 items (7 gezonde en 7 ongezonde opties), waarbij de participanten op een 5-puntsschaal ('helemaal geen zin' tot 'heel erg veel zin') konden aangeven in hoeverre zij zin hadden in een bepaald type product. De schaal is afkomstig uit een studie van prof. dr. C. Debacker, die momenteel nog niet gepubliceerd is. Alle items uit deze schaal waren afkomstig van de Food Frequency Questionnaire. Uit de factoranalyse (Varimax rotatie) bleek dat 6 van de 7 gezonde items goed op één factoren laden (minimaal .400), behalve het item 'mager vlees of vleesvervangers'. Er is daarom gekozen om dit item bij de analyses weg te laten uit de schaal. De schaal werd tevens het meest betrouwbaar gevonden bij verwijdering van dit item (Cronbach's  $\alpha = .67$ ). Bij alle items werd ook nog gevraagd hoe vaak de participanten deze producten consumeerden, waarbij ze dit konden aangeven op een 8-puntsschaal. In tabel 1 staan de verschillende items uit deze schaal weergegeven, met daarbij de gemiddelde scores voor zowel de mate waarin de kinderen zin hadden in de producten (op schaal 1-5) als de frequentie van de consumptie ervan (op schaal 1-8). De scores zijn opgesplitst naar experimentele- en controlegroep.

De *attitude t.o.v. een gezond leefpatroon* werd gemeten door middel van een 5-puntsschaal met een aantal stellingen, waarbij de participanten moesten aangeven in hoeverre zij het ermee eens waren. Deze schaal is afkomstig uit het onderzoek van Neumark-Sztainer,

---

<sup>1</sup> Voor de structuur van de survey zie 4.5.3



Wall, Perry en Story (2003) en betrof in totaal 5 items. Uit de factoranalyse (Varimax rotatie) bleken 4 items goed te laden op één factor (minimaal .400), behalve het item ‘Op dit moment maak ik mij niet erg druk om mijn gezondheid’. Voorafgaand aan deze factoranalyse zijn de laatste 3 items van de schaal omgedraaid, aangezien deze vragen andersom gesteld werden. Bij de verdere analyses is besloten om het item met de slechte lading weg te laten uit de schaal. Ook hier bleek de schaal het meest betrouwbaar bij verwijdering van dit item (Cronbach’s  $\alpha = 072$ ).

Tabel 1

*Items uit Food Frequency Questionnaire (Survey 1 - Deel B) met beschrijvende statistieken*

	Experimentele groep		Controlegroep	
	Mate van zin <sup>a</sup>	Consumptie <sup>b</sup>	Mate van zin	Consumptie
<i>Gezond</i>	M (SD)	M (SD)	M (SD)	M (SD)
1. Fruit	3.91 (.61)	6.07 (1.42)	3.33 (.76)	5.80 (1.20)
2. Groenten	2.82 (1.07)	5.48 (1.09)	2.74 (.82)	5.72 (.76)
3. Magere/halvolle melkpr.	2.73 (1.07)	4.73 (2.34)	2.53 (.93)	4.55 (2.03)
4. Volkoren brood/rijst/pasta	3.41 (1.22)	5.20 (2.11)	2.80 (.91)	4.60 (2.10)
5. Mager vlees(vervangers)	2.44 (1.26)	3.38 (1.93)	2.53 (.99)	3.25 (1.41)
6. Vis	2.80 (1.44)	2.21 (1.16)	2.56 (1.27)	2.25 (1.13)
7. Ongezoete dranken	3.16 (1.08)	4.87 (1.98)	3.28 (1.09)	4.88 (1.70)
<i>Ongezond</i>				
1. Volle/gesuikerde melkpr.	3.24 (1.05)	3.93 (2.01)	2.88 (.88)	3.85 (2.14)
2. Zoete broodjes/koeken	3.36 (1.13)	3.25 (1.50)	3.37 (.90)	3.58 (1.58)
3. Gefrituurde voeding	3.00 (1.13)	2.42 (.75)	3.15 (1.17)	2.33 (.62)
4. Fastfood	3.19 (1.18)	2.31 (.70)	3.15 (1.35)	2.33 (.66)
5. Gezoete dranken	3.68 (.88)	3.69 (1.40)	3.00 (1.06)	4.30 (1.34)
6. Zoete snacks	3.32 (1.05)	4.07 (1.47)	3.32 (1.12)	4.67 (1.48)
7. Zoute snacks	3.07 (1.01)	3.02 (.66)	2.95 (1.13)	3.12 (.79)

<sup>a</sup> Gemeten op een 5-puntsschaal: 1= helemaal geen zin in, 2 = geen zin in, 3 = neutraal, 4 = wel zin in, 5 = heel erg veel zin in.

<sup>b</sup> Gemeten op een 8-puntsschaal: 1 = bijna nooit of echt nooit, 2 = 1 tot 3x per maand, 3 = 1 tot 2x per week, 4 = 3 tot 4x per week, 5 = bijna elke dag, 6 = elke dag, 7 = 2x per dag, 8 = 3x of meer per dag.

Naast de bovenbeschreven afhankelijke variabelen werden er uiteraard ook nog een aantal covariaten gemeten door middel van de survey. De *sociale invloed en de beschikbaarheid van groenten en fruit thuis* werd gemeten door middel van een 5-puntsschaal met in totaal 7 items, allen afkomstig uit het onderzoek van Neumark-Sztainer et al. (2003).

Een andere covariaat die is meegenomen is de *frequentie waarin de participanten samen eten met hun vader, moeder en broers/zussen*. Dit werd gemeten door de participanten te vragen op welke dagen zij afgelopen week met de andere gezinsleden gegeten hadden. Het idee hiervan is afkomstig uit het onderzoek van Neumark-Sztainer et al. (2003), alleen is ervoor gekozen de vraag op te splitsen naar ontbijt, lunch en avondmaal en naar vader, moeder en broers/zussen. Op die manier werd de vraag een stuk gemakkelijker voor de kinderen.

Om meer inzicht te krijgen in de aspecten die kinderen belangrijk vinden wanneer zij een product eten/drinken, werd er een schaal gebruikt afkomstig van de Food Choice Questionnaire (Stephoe, Pollard & Wardle, 1995). De eerste twee items hadden hierbij betrekking op de zintuiglijke aantrekking van het product, de laatste twee items op de bekendheid van het product. Alle items werden beantwoord d.m.v. een 5-puntsschaal. De gehele surveys met daarin alle meetinstrumenten zijn terug te vinden in Bijlage II, III en IV.

#### **4.4 Participanten**

De participanten zijn benaderd via twee basisscholen die uitgekozen zijn op basis van hun vergelijkend profiel. De scholen (De Kopermolen uit Klarenbeek en De Martinus uit Twello) behoren tot dezelfde bredere stichting (SKBG) en bevinden zich beide in een Nederlands dorp. Er is voor gekozen om de leerlingen van één school toe te wijzen als experimentele groep en de leerlingen van de andere school als controlegroep. Deze keuze is gebaseerd op praktische overwegingen, maar ook op het feit dat de kinderen van eenzelfde school elkaar zo niet konden vertellen over de verschillende manipulaties. Dit zou mogelijk de resultaten van het onderzoek beïnvloeden. Het onderzoek richt zich op kinderen in de leeftijd van 10-12 jaar, niet alleen vanwege het feit dat het culinaire tv-programma zich op deze doelgroep richt, maar ook vanwege eerder onderzoek dat heeft aangetoond dat dit een cruciale leeftijd is om een gezonde leefstijl aan te leren (Kelder et al, 1994). Gezien deze leeftijdsgroep zijn van beide scholen de groepen 7 en 8 benaderd. De experimentele groep (de leerlingen van De Kopermolen) bestond in totaal uit 45 leerlingen, waarvan 25 jongens en 20 meisjes en met een gemiddelde leeftijd van 10.7 (SD = .71). De meeste van hen wonen bij zowel de vader als de moeder. De experimentele groep vindt over het algemeen dat zij gezond eet. De grote meerderheid geeft dan ook aan minstens iedere dag fruit te eten en een ruime helft minstens iedere dag groenten.

De controlegroep (de leerlingen van De Martinus) bestond in totaal uit 40 leerlingen, waarvan 28 jongens en 12 meisjes en met een gemiddelde leeftijd van 11.3 (SD = .53). Ook

van hen wonen de meesten bij zowel de vader als de moeder, en ook de controlegroep vindt over het algemeen dat zij gezond eet. Ook bij de controlegroep geeft een ruime meerderheid aan minstens iedere dag fruit te eten en 60% minstens iedere dag groenten. Bij beide groepen geeft iets meer dan de helft van de participanten aan wel eens naar een tv-programma te kijken over eten/koken. Masterchef en 24 Kitchen werden hierbij het vaakst genoemd. Tabel 2 geeft een overzicht van het sociodemografisch profiel van de participanten.

Tabel 2

*Sociodemografisch profiel van de participanten (experimentele- en controlegroep)*

Sociodemografische variabelen	Experimentele groep	Controlegroep
<i>n</i>	45	40
Aantal jongens (%)	25 (55.6%)	28 (70%)
Aantal meisjes (%)	20 (44.4%)	12 (30%)
Leeftijd M (SD)	10.7 (.71)	11.3 (.53)
<i>Woonsituatie</i>		
Bij zowel vader als moeder	82.2 %	82.5 %
Beurtelings bij vader en moeder	17.8 %	17.5 %
<i>Eetgedrag</i>		
Mate van gezond eten (schaal 1-5) M (SD)	3.53 (1.01)	3.85 (.43)
% dat minstens iedere dag fruit eet	71.2 %	70 %
% dat minstens iedere dag groente eet	53.3 %	60 %
% dat weleens naar culinair tv-programma kijkt	57.8 %	52.5 %

## 4.5 Procedure

### 4.5.1 Pre-test

Om de survey te testen is er voorafgaand aan het onderzoek een pre-test uitgevoerd. Aan deze pre-test namen 8 kinderen deel, waarvan 4 jongens en 4 meisjes (gemiddelde leeftijd = 11.4 jaar). Gemiddeld werd er 20 minuten gedaan over het invullen van de survey (survey 1). Over het algemeen werd de survey als duidelijk gezien en begrepen de kinderen de verschillende onderdelen die aan bod kwamen. Een aantal termen vonden de kinderen lastig (betrekking, indien, hoeverre, tekstuur). Deze zijn in de definitieve survey dan ook geschrapt of gewijzigd

in een ander woord. Verder werd duidelijk dat bij een aantal vragen iets meer uitleg nodig was. Ook dit is aangepast in de survey voor het definitieve experiment.

#### **4.5.2 Experiment**

Voorafgaand aan het onderzoek is er een brief gestuurd naar alle ouders van de participanten. Middels deze brief werden zij ingelicht over het onderzoek en konden zij gebruik maken van de mogelijkheid om bezwaar in te dienen tegen deelname door hun dochter/zoon. Geen enkele ouder heeft hiervan gebruik gemaakt. Deze brief is terug te vinden in Bijlage I.

Het experiment vond plaats in de week van 3 t/m 7 maart 2014. Allereerst werd er een korte uitleg gegeven over het onderzoek, waarna gevraagd werd of de leerlingen de eerste survey volledig wilden invullen. Tevens kregen zij een kandidaat-nummer toegewezen dat op de tafel van de leerling werd geplaatst en dat zij moesten invullen op de survey. Het invullen van de eerste survey duurde ongeveer 25 minuten. Vervolgens werd er gezamenlijk gekeken naar het tv-programma (Kookschool bij de experimentele groep en Willem Wever bij de controlegroep). Hierna werd de tweede survey uitgedeeld met de vraag of de participanten ook deze weer volledig wilden invullen. Ook op deze survey werd het toegewezen kandidaat-nummer ingevuld. Wanneer zij hiermee klaar waren, konden zij de survey inleveren en een bedankje uitkiezen (fruit of een koekje) en mochten zij naar buiten gaan. Op die manier werd gegarandeerd dat de andere kinderen niet zagen voor welk bedankje werd gekozen.

#### **4.5.3 Structuur survey**

Zoals eerder aangegeven werd door de participanten op twee momenten een survey ingevuld. De survey die voorafgaand aan het bekijken van het tv-programma werd ingevuld was het meest uitgebreid en bestond uit de volgende onderdelen. Allereerst (deel A) werden er een aantal vragen gesteld over persoonlijke kenmerken, zoals leeftijd, geslacht en woonsituatie. Ook werd hierbij gevraagd of de kinderen dachten zelf gezond te eten of niet, en of zij bekend waren met tv-programma's rond eten of koken. Het tweede deel (deel B) van de survey had betrekking op de mate waarin de participanten zin hadden in verschillende (gezonde en ongezonde) voedselproducten. Ook werd hierbij gevraagd hoe vaak zij deze producten doorgaans consumeren. Het derde deel (deel C) van de survey had betrekking op de invloed van de sociale omgeving (ouders, vriendjes) en de beschikbaarheid van groenten en fruit bij de kinderen thuis. Het onderdeel hierna (deel D) peilde naar de mate waarin de participanten doorgaans samen met de andere gezinsleden (ouders, broers/zussen) eten, waarbij er zowel naar het ontbijt, de lunch als het avondeten is gekeken. Het vijfde onderdeel (deel E) was een

meetinstrument voor de attitude t.o.v. een gezond leefpatroon. Deel F had betrekking op de aspecten die kinderen belangrijk vinden wanneer zij een product eten/drinken en deel G peilde de attitude t.o.v. fruit & groenten van de participanten. Tot slot werden er bij deel H nog een aantal vragen gesteld over het helpen in de keuken, o.a. of de kinderen dit van hun ouders mogen en of ze het leuk vinden.

De tweede survey die door de kinderen werd ingevuld nadat zij het tv-programma bekeken hadden, betrof een verkorte versie van de eerste survey. Bij de experimentele groep werd als eerste gevraagd of de participanten bekend waren met het programma Kookschool en of zij deze aflevering al kenden. Bij de controlegroep werd deze vraag uiteraard niet gesteld. Vervolgens kwamen de onderdelen terug die peilden naar de mate waarin men zin had in de verschillende voedselproducten (deel B), de attitude t.o.v. een gezond leefpatroon (deel C) en de attitude t.o.v. fruit en groenten (deel D). Deze componenten samen vormen de afhankelijke variabele *attitude met betrekking tot gezonde voeding*. Tot slot (deel E) werden ook hier weer een aantal vragen gesteld over het helpen in de keuken. De gehele surveys (zowel survey 1 als 2) zijn terug te vinden in Bijlage II, III en IV.

#### **4.6 Statistische analyse**

Voor de statistische analyse van de gegevens werd gebruikt gemaakt van het softwareprogramma SPSS. Allereerst werden de schalen behorend bij de afhankelijke variabelen getest d.m.v. een factoranalyse en een betrouwbaarheidsanalyse. Een aantal items zijn vervolgens verwijderd voor de analyses. Om de verschillen in attitudes (H1) tussen de pre- en post test in kaart te brengen is gebruik gemaakt van een dependent t-test (paired-samples t-test). Om hierbij ook te kijken naar de verschillen tussen de beide groepen (experimentele- en controlegroep) is er een Repeated Measures ANOVA uitgevoerd, waarbij een aantal variabelen zijn ingevoerd als covariaten. Om de verschillen in eetgedrag (H2) in kaart te brengen is er gebruik gemaakt van een Logistische Regressie. Om de invloed van een aantal covariaten in kaart te brengen is er tot slot nog gebruik gemaakt van een Chi-square test en een Pearson's correlatietest.

## 5. Resultaten

### 5.1 Attitude met betrekking tot gezonde voeding

Zoals in de methodeparagraaf is beschreven werd de *attitude met betrekking tot gezonde voeding (HI)* gemeten door naar de volgende drie componenten te kijken: attitude t.o.v. fruit & groenten, de mate waarin men zin heeft in gezonde voedingsproducten en de attitude t.o.v. een gezond leefpatroon. Hieronder zullen de resultaten van de drie componenten afzonderlijk behandeld worden.

#### 5.1.1 Attitude t.o.v. fruit & groenten

De attitude t.o.v. fruit & groenten was bij de experimentele groep negatiever in de post-test ( $M = 3.59$ ,  $SD = .59$ ) dan in de pre-test ( $M = 3.66$ ,  $SD = .58$ ). Dit effect bleek echter niet significant,  $t(41) = 1.42$ ,  $p = .082$ . Ook bij de controlegroep was de attitude negatiever in de post-test ( $M = 3.51$ ,  $SD = .54$ ) dan in de pre-test ( $M = 3.60$ ,  $SD = .45$ ). Bij de controlegroep bleek dit effect echter wél significant,  $t(39) = 2.35$ ,  $p < 0.05$ . Tabel 3 geeft een overzicht van deze resultaten.

Tabel 3

*Gemiddelden (M) en standaardafwijkingen (SD) van de attitude t.o.v. fruit & groenten bij zowel de controle- als de experimentele groep in pre- en post-test (schaal 1 - 5)*

		Pre-test	Post-test
	N	M (SD)	M (SD)
Experimentele groep	42	3.66 (.58)	3.59 (.59)
Controlegroep	40	3.60 (.45)	3.51 (.54)*

\*  $p < 0.05$  , op basis van een dependent t-test

Een Repeated Measures ANOVA (onafh. variabele = experimentele of controlegroep, afh. variabele = attitude t.o.v. fruit en groenten) heeft duidelijk gemaakt dat er geen significante interactie bestond tussen de groep waarin de participanten zaten en de attitude t.o.v. fruit & groenten,  $F(1,67) = .14$ ,  $p = .708$ . Tevens is er getest of de volgende variabelen (ingevoerd als covariaten) een mogelijke invloed hebben gehad op de attitude t.o.v. fruit en groenten: geslacht, invloed ouders (mate waarin zij gezond eten belangrijk vinden en aanmoedigen), invloed vriendjes/vriendinnetjes (mate waarin zij gezond eten belangrijk vinden), beschikbaarheid van groenten en fruit thuis, de frequentie van het eten van gezonde voeding,

de frequentie van het eten van groenten en fruit en de frequentie van het samen eten met de rest van het gezin. Geen enkele van deze variabelen bleek een significante invloed te hebben op de attitude t.o.v. fruit & groenten. Tabel 4 geeft een overzicht van de scores die door de beide groepen behaald zijn op deze covariaten.

Tabel 4

*Beschrijvende statistieken van de covariaten, verdeeld naar experimentele- en controlegroep*

<i>Covariaat</i>	Experimentele groep	Controlegroep
	M (SD)	M (SD)
Invloed ouders (schaal 1-5)	3.53 (.66)	3.55 (.56)
Invloed vriend(innet)jes (schaal 1-5)	3.24 (.77)	3.18 (.94)
Beschikbaarheid fruit & groenten (schaal 1-5)	4.61 (.53)	4.60 (.81)
Frequentie eten gezonde voeding (schaal 1-8)	4.54 (.93)	4.46 (.82)
Frequentie eten fruit & groenten (schaal 1-8)	5.78 (1.08)	5.79 (.73)
Frequentie samen eten (schaal 0-7)	4.95 (1.01)	4.68 (1.20)

### **5.1.2 Mate waarin men zin heeft in gezonde voedingsproducten**

De mate waarin men zin heeft in gezonde voedingsproducten was bij de experimentele groep hoger in de post-test ( $M = 3.16$ ,  $SD = .60$ ) dan in de pre-test ( $M = 3.13$ ,  $SD = .67$ ). Dit effect bleek echter niet significant,  $t(42) = -0.47$ ,  $p = .321$ . Bij de controlegroep bleek de mate waarin men zin heeft in gezonde voedingsproducten juist lager in de post-test ( $M = 2.82$ ,  $SD = .61$ ) dan in de pre-test ( $M = 2.86$ ,  $SD = .62$ ). Ook dit effect bleek echter niet significant,  $t(37) = 0.47$ ,  $p = .322$ . Tabel 5 geeft een overzicht van de bovenstaande resultaten.

Een Repeated Measures ANOVA (onafh. variabele = experimentele of controlegroep, afh. variabele = mate waarin men zin heeft in gezonde voedingsproducten) heeft duidelijk gemaakt dat er geen significante interactie bestond tussen de groep waarin de participanten en de mate waarin men zin had in gezonde voedingsproducten,  $F(1, 67) = .94$ ,  $p = .337$ . Bij de controle op invloed van mogelijke covariaten bleek dat er alleen een significante interactie bestond tussen het geslacht van de participanten en de mate waarin men zin had in gezonde voedingsproducten,  $F(1,67) = 5.82$ ,  $p < 0.05$ . De meisjes hadden in de pre-test duidelijk meer zin in de gezonde voeding ( $M = 3.18$ ,  $SD = .73$ ) dan de jongens ( $M = 2.88$ ,  $SD = .61$ ). Bij de post-test was dit voor de meisjes afgenomen ( $M = 3.02$ ,  $SD = .78$ ) en voor de jongens toegenomen ( $M = 2.98$ ,  $SD = .55$ ), maar nog steeds behaalden de meisjes gemiddeld dus een hogere score.

Tabel 5

*Gemiddelden (M) en standaardafwijkingen (SD) van de mate waarin men zin heeft in gezonde voedingsproducten bij zowel de controle- als de experimentele groep in pre- en post-test (schaal 1 – 5)*

		Pre-test	Post-test
	N	M (SD)	M (SD)
Experimentele groep	43	3.13 (.67)	3.16 (.60)
Controlegroep	38	2.86 (.62)	2.82 (.61)

\*  $p < 0.05$ , op basis van een dependent t-test

### 5.1.3 Attitude t.o.v. een gezond leefpatroon

De attitude t.o.v. een gezond leefpatroon was bij de experimentele groep negatiever in de post-test ( $M = 3.82$ ,  $SD = .53$ ) dan in de pre-test ( $M = 3.85$ ,  $SD = .55$ ). Dit effect bleek echter niet significant,  $t(43) = 0.61$ ,  $p = .274$ . Bij de controlegroep was deze attitude juist positiever in de post-test ( $M = 3.94$ ,  $SD = .57$ ) dan in de pre-test ( $M = 3.87$ ,  $SD = .58$ ). Ook dit effect bleek echter niet significant,  $t(39) = -1.58$ ,  $p = .062$  (zie tabel 6).

Tabel 6

*Gemiddelden (M) en standaardafwijkingen (SD) van de attitude t.o.v. een gezond leefpatroon bij zowel de controle- als experimentele groep in pre- en post-test (schaal 1 - 5)*

		Pre-test	Post-test
	N	M (SD)	M (SD)
Experimentele groep	44	3.85 (.55)	3.82 (.53)
Controlegroep	40	3.87 (.58)	3.94 (.57)

\*  $p < 0.05$ , op basis van een dependent t-test

Ook hierbij is er gebruik gemaakt van een Repeated Measures ANOVA (onafh. variabele = experimentele of controlegroep, afh. variabele = attitude t.o.v. een gezond leefpatroon) om te kijken of er een significante interactie bestaat tussen de groep waarin de participanten zaten en de attitude die zij hadden t.o.v. een gezond leefpatroon. Er bleek geen significante interactie te bestaan,  $F(1,69) = 2.35$ ,  $p = .130$ . Ook alle covariaten die meegenomen zijn in de analyse (geslacht, invloed ouders, invloed vriendjes/vriendinnetjes, beschikbaarheid groenten en fruit thuis, frequentie van het eten van gezonde voeding, frequentie van het eten van groenten en fruit en de frequentie van het samen eten met de rest van het gezin) bleken geen significante invloed te hebben op de attitude t.o.v. een gezond leefpatroon.



Uit alle bovenstaande resultaten kan dus geconcludeerd worden dat het bekijken van een culinair tv-programma geen positief effect heeft op de attitude met betrekking tot gezonde voeding, waarbij naar 3 onderliggende componenten is gekeken. Hypothese 1 wordt hiermee dan ook ontkracht.

## 5.2 Gezond eetgedrag

De experimentele groep koos naar verhouding vaker voor het gezonde bedankje dan de controlegroep. Tabel 7 geeft een overzicht van de frequenties en bijbehorende percentages.

Tabel 7

*Frequenties en bijbehorende percentages van de groep waar de participanten in zaten (met bijbehorende tv-programma's) en de keuze voor de bedankjes*

	Gezond bedankje	Ongezond bedankje	Totaal
Experimentele groep (Kookschool)	16 (35.6%)	29 (64.4%)	45 (100%)
Controlegroep (Willem Wever)	5 (12.5%)	35 (87.5%)	40 (100%)

Een logistische regressieanalyse heeft duidelijk gemaakt dat de variabele 'groep' een significante invloed heeft op de keuze van het bedankje; wanneer men in de experimentele groep zit, en dus naar het culinaire tv-programma kijkt, is de waarschijnlijkheid groter dat men voor een gezond bedankje kiest dan wanneer men in de controlegroep zit en dus naar het neutrale tv-programma kijkt. Hieruit kan geconcludeerd worden dat het bekijken van een culinair tv-programma een positief effect heeft op het gezonde eetgedrag van kinderen. Hypothese 2 kan hiermee dan ook bevestigd worden. Om te controleren voor de invloed van het geslacht van de participanten (aangezien de experimentele groep een groter aandeel meisjes had) werd er ook een logistische regressieanalyse voor deze variabele uitgevoerd. Uit de analyse bleek echter dat het geslacht geen significant effect heeft op het bedankje dat gekozen wordt. Tabel 8 geeft de resultaten van de logistische regressieanalyse weer.

Tabel 8

*Resultaten Logistische Regressie*

	B (SE)	Odds Ratio	p
Constant	-4.78 (2.41)		
Groep	1.48 (.60)	4.39	0.01*
Geslacht	-.93 (.61)	.40	.13
Attitude m.b.t. gezonde voeding	1.14 (2.41)	3.12	0.09

\*  $p < 0.05$ \*\*  $R^2 = .19$  (Nagelkerke), Model  $X^2(3) = 11.41$ ,  $p = 0.01$ 

Zoals te zien is in tabel 8, werd ook de variabele *attitude met betrekking tot gezonde voeding* meegenomen in de logistische regressieanalyse. Op die manier kon er bekeken worden of de attitude een effect heeft op de keuze van het bedankje en dus het uiteindelijke eetgedrag. De attitude bleek echter geen significante invloed te hebben op de keuze voor het gezonde of het ongezonde bedankje.

### 5.3 Overige beschrijvende statistieken

Vraag E1 en E2 van vragenlijst 2 vormden samen een maatstaf om de attitude t.o.v. het helpen in de keuken in kaart te brengen (Cronbach's  $\alpha = .80$ ). De experimentele groep had een positievere attitude t.o.v. het helpen in de keuken ( $M = 3.72$ ,  $SD = 1.01$ ) dan de controlegroep ( $M = 3.54$ ,  $SD = .89$ ) Dit verschil bleek echter niet significant,  $t(81) = -.87$ ,  $p = .194$ .

Ook de intentie om te gaan helpen in de keuken (vraag E3, vragenlijst 2) was hoger voor de experimentele groep (66.7%) dan voor de controlegroep (55.0%). Een Chi-square test maakte echter duidelijk dat ook dit verschil niet significant bleek  $X^2(1) = 1.21$ ,  $p = .271$ .

Om te bepalen of er ook een relatie bestaat tussen de attitude met betrekking tot gezonde voeding en het eetgedrag werden er twee statistische toetsen uitgevoerd. Allereerst werd er een Pearson's correlatietest uitgevoerd om de relatie tussen de attitude met betrekking tot gezonde voeding (bestaande uit de drie eerdergenoemde elementen) en de frequentie van de consumptie van fruit en groenten in kaart te brengen. Tussen deze variabelen bleek een significant positieve relatie te bestaan,  $r = .50$ ,  $p$  (eenzijdig)  $< 0.01$ . Daarnaast werd er een Pearson's correlatietest uitgevoerd om te testen of er een relatie bestaat tussen de attitude met betrekking tot gezonde voeding en de frequentie van de consumptie van gezonde voedingsproducten over het algemeen (de 7 gezonde items uit de Food Frequency

Questionnaire). Ook tussen deze variabelen bleek een significant positieve relatie te bestaan,  $r = .57$ ,  $p$  (eenzijdig)  $< 0.01$ . Ondanks dat bij het huidige onderzoek dus geen significante invloed werd gevonden van de attitude op de keuze van het bedankje, kan er over het algemeen wel geconcludeerd worden dat hoe positiever de attitude met betrekking tot gezonde voeding is, hoe vaker men fruit & groenten en andere gezonde voedingsproducten consumeert.

Tot slot is er ook gekeken naar de relatie tussen het gemiddeld aantal keren dat de participanten samen met familieleden eten en de frequentie van het eten van gezonde voedingsproducten. Pearson's Correlatietest heeft duidelijk gemaakt dat er een significante positieve relatie bestaat tussen deze beide variabelen,  $r = .21$ ,  $p$  (eenzijdig)  $< 0.05$ . Hoewel het hier slechts een matig effect betreft, toont het wel aan dat hoe vaker de participanten samen eten met andere familieleden, hoe vaker zij ook gezonde voedingsproducten eten.

## 6. Discussie

### 6.1 Bespreking bevindingen & terugkoppeling literatuur

Uit het huidige onderzoek zijn een aantal interessante bevindingen naar voren gekomen. De verkregen resultaten tonen allereerst aan dat het bekijken van een culinair tv-programma over het algemeen geen positieve invloed heeft op de attitude van kinderen met betrekking tot gezonde voeding. H1 werd hiermee dan ook verworpen. Dit resultaat komt overeen met het resultaat dat Clifford et al. (2009) verkregen bij hun onderzoek onder studenten. Ook zij bevonden dat het bekijken van een culinair tv-programma geen significante invloed had op de attitudes van de participanten rond gezonde voeding. Een mogelijke verklaring hiervoor kan gevonden worden in het feit dat de participanten van tevoren al een redelijk positieve attitude hadden t.o.v. gezonde voeding (zie resultaten). Ook gaf een ruime meerderheid van de participanten aan wel eens naar een culinair tv-programma te kijken, en was 77.8% van de experimentele groep al bekend met het programma Kookschool. Het is goed mogelijk dat het bekijken van één aflevering onvoldoende en vooral te weinig vernieuwend was om daadwerkelijk een positief effect op de attitude te hebben. Uit eerder onderzoek bleek al dat de termen ‘leuk/lekker’ en ‘gezond’ voor kinderen vaak niet samen gaan (Wardle & Huon, 2000) en dat een culinair tv-programma als vorm van educatieve entertainment deze houding wellicht zou kunnen aanpassen (Singhal, Cody, Rogers en Sabido, 2011). Aangezien veel van de participanten al bekend waren met culinaire tv-programma’s en dus al eerder bloot zijn gesteld aan educatieve entertainment, is het goed denkbaar dat deze verandering in attitude al eerder heeft plaatsgevonden. Het opnieuw bekijken van een culinair tv-programma heeft dan nog weinig invloed op de attitude.

Het enige significante verschil dat gevonden werd met betrekking tot de attitude rond gezonde voeding is dat de controlegroep na het bekijken van het neutrale tv-programma een significant negatievere attitude had t.o.v. fruit en groenten dan voorafgaand aan het bekijken van het programma. Een mogelijke verklaring hiervoor kan gevonden worden in ‘*ego depletion*’ of ‘*cognitive depletion*’. Kort samengevat houdt dit in dat mensen een beperkt aantal cognitieve bronnen beschikbaar hebben die nodig zijn om bepaalde taken uit te voeren rond zelfcontrole. Dit leidt ertoe dat een bepaalde taak op een tweede tijdstip minder succesvol kan worden uitgevoerd, waarbij onder andere een veranderende motivatie en mate van aandacht hier invloed op uitoefenen (Inzlicht & Schmeichel, 2012). Bij het huidige onderzoek is het mogelijk dat de controlegroep door deze ‘*cognitive depletion*’ bij de tweede vragenlijst minder goed in staat was om de eigen attitude t.o.v. fruit en groenten aan te geven,

en deze daardoor dichter bij neutraal en zo negatiever uitkwam. De controlegroep is mogelijk afgeleid geweest door het tv-programma en heeft daarnaast wellicht door de lengte van het onderzoek een minder sterke motivatie gehad om de vragenlijst in te vullen.

Over het algemeen bleken de verschillende covariaten die zijn meegenomen in de analyses geen invloed uit te oefenen op de attitude met betrekking tot gezonde voeding. Zo is er gekeken naar de invloed van de ouders, invloed van vriendjes & vriendinnetjes, de beschikbaarheid van groenten en fruit thuis, de frequentie van het eten van gezonde voeding, de frequentie van het eten van groenten en fruit en de frequentie van het samen eten met de rest van het gezin. Al deze covariaten bleken geen significante invloed uit te oefenen op de attitude met betrekking tot gezonde voeding. Hoewel veel studies hebben aangetoond dat sociale invloeden een belangrijke determinant zijn voor het eetgedrag van kinderen (o.a. Atik & Ozdamar Ertekin, 2013; Gibson et al., 1998; Blanchette & Brug, 2005), blijken deze sociale invloeden dus minder bepalend voor het vormen van een attitude met betrekking tot gezonde voeding. De leeftijd van de kinderen kan hier een goede verklaring voor zijn. De bovengenoemde onderzoeken waren vaak gericht op wat jongere kinderen (vanaf 6 à 7 jaar oud) en deze zullen waarschijnlijk sterker beïnvloed worden door de ouders of andere sociale omgevingsfactoren. De participanten van het huidige onderzoek waren allen ouder dan 10 jaar en laten zich wellicht minder sterk beïnvloeden door de mening van de ouders of andere sociale omgevingsfactoren en zijn al beter in staat een eigen attitude te vormen en deze ook duidelijk te maken.

Uit de resultaten bleek wel dat er een significante interactie bestond tussen het geslacht van de participanten en de mate waarin men zin had in gezonde voedingsproducten. Meisjes hadden zowel in de pre- en post-test meer zin in gezonde voeding dan jongens. Dit resultaat sluit goed aan bij het onderzoek van Cooke en Wardle (2005) waarin ook zij bevonden dat meisjes een grotere voorkeur voor gezonde voedingsproducten hadden dan jongens. Dit resultaat kan verklaard worden door het feit dat uit meerdere onderzoeken is gebleken dat vrouwen meer waarde hechten aan gezond eten, vaker een dieet volgen en meer met hun gewicht bezig zijn, zelfs op jonge leeftijd al (Wardle, Haase, Steptoe, Nillapun, Jonwutiwes & Bellisle, 2004; Birch & Fisher, 1998).

Hoewel het bekijken van een culinair tv-programma geen significante invloed had op de attitude met betrekking tot gezonde voeding, en H1 hiermee dus verworpen werd, werd er wél een significant resultaat gevonden met betrekking tot het eetgedrag. De experimentele groep koos aanzienlijk vaker voor het gezonde bedankje (fruit) dan de controlegroep. Hiermee werd H2 dan ook bevestigd. Blijkbaar kan het bekijken van een culinair tv-programma er

onbewust dus wel voor zorgen dat het eetgedrag wordt aangepast, ondanks dat de attitude hetzelfde blijft. Dit resultaat kan mogelijk verklaard worden door het *'mere exposure effect'* (Zajonc, 1968) of door *'modelling'* als onderdeel van de Sociaal Cognitieve Theorie van Bandura (1986). Allereerst kan de blootstelling aan gezonde voeding en vooral fruit via het culinaire tv-programma ervoor gezorgd hebben dat de participanten zelf ook meer zin kregen in fruit en daarom voor het gezonde bedankje kozen. Ten tweede kan het bekijken van het culinaire tv-programma met daarin kinderen die aan het koken zijn en gezond eten ervoor gezorgd hebben dat de participanten zich, wellicht onbewust, met deze rolmodellen hebben geïdentificeerd en van hen geleerd hebben. Bij het kiezen van het bedankje hebben zij deze rolmodellen geïmiteerd door voor het gezonde alternatief te kiezen.

Een effect dat ook gevonden werd is de significant positieve relatie tussen de attitude met betrekking tot gezonde voeding en de frequentie van de consumptie van gezonde voeding. Attitude en gedrag hangen dus duidelijk met elkaar samen, zoals voorspeld wordt in het Beredeneerd Gedrag Model van Fishbein en Ajzen (2010).

Tot slot werd er een significante relatie gevonden tussen het aantal keren dat de participanten samen met familieleden eten en de frequentie van het eten van gezonde voedingsproducten. Kortom; de kinderen die vaker met familieleden aten, aten ook vaker gezonde voedingsproducten. Dit resultaat sluit goed aan bij eerdere onderzoeken die hebben aangetoond dat het eten van familiemaaltijden samenhangt met gezonder eten (Videon & Manning, 2003; Gillman, Rifas-Shiman, Frazier, Rocket, Camargo, Field, Berkey & Colditz, 2000; Scaglioni et al. 2011).

## **6.2 Meerwaarde van het onderzoek & praktische implicaties**

Wetenschappelijk gezien vormt het huidige onderzoek zeker een meerwaarde aangezien er tot op heden nog weinig academisch onderzoek gedaan is naar de invloed van culinaire tv-programma's, zeker bij kinderen. Het huidige onderzoek vult hiermee dan ook een niche in de wetenschappelijke literatuur. Maatschappelijk gezien heeft dit onderzoek meer inzicht gegeven in eetgedrag van kinderen en de effecten die culinaire tv-programma's, die steeds vaker op tv te zien zijn, met zich mee kunnen brengen. Zo is gebleken dat deze tv-programma's niet direct de attitudes met betrekking tot gezonde voeding positief beïnvloeden, maar onbewust wel een positieve invloed uitoefenen op het gezonde eetgedrag. Het is daarom van belang dat deze culinaire tv-programma's als vorm van educatieve entertainment te zien blijven op televisie, aangezien zij mogelijk kunnen bijdragen aan de strijd tegen het steeds groter wordende probleem van overgewicht bij kinderen. Verder heeft het huidige onderzoek

nogmaals het belang van gezamenlijke familiemaaltijden aangetoond. Zowel ouders als voedingsdeskundigen of diëtisten kunnen uit het huidige onderzoek dus lering trekken die hen kan helpen bij het stimuleren van gezond eetgedrag bij kinderen.

### **6.3 Beperkingen & suggesties voor vervolgonderzoek**

Uiteraard kent ook dit onderzoek haar beperkingen. Allereerst heeft slechts een beperkt aantal participanten deelgenomen aan dit onderzoek, allen afkomstig van 2 Nederlandse basisscholen. Het is aan te bevelen om dit onderzoek grootschaliger uit te voeren en meer scholen erbij te betrekken. Hierdoor kan er niet alleen beter gegeneraliseerd worden, maar is het ook beter mogelijk om kleine effecten zichtbaar te maken. Een tweede beperking ligt in het feit dat er slechts naar één aflevering van het culinaire tv-programma gekeken is. Dit is mogelijk onvoldoende geweest om echt een effect te hebben, zoals we zagen bij de attitude. Een longitudinale studie waarbij er naar meerdere afleveringen gekeken wordt over een langere periode zou daarom een goede suggestie voor vervolgonderzoek zijn. Nog een belangrijke beperking is dat een groot deel van de participanten al bekend was met culinaire tv-programma's en ook met het programma Kookschool, dat voor dit onderzoek gebruikt werd. Zoals eerder aangegeven is hun attitude met betrekking tot gezonde voeding hierdoor mogelijk al beïnvloed geweest. Uit praktische overwegingen is er bij het huidige onderzoek voor gekozen om alle leerlingen van één basisschool toe te wijzen als experimentele groep en de leerlingen van de andere basisschool als controlegroep. Hoewel beide scholen een vergelijkend profiel hebben, is het toch mogelijk dat er verschillen tussen beide scholen zijn die de resultaten mogelijk beïnvloed hebben. Zo kan het zijn dat de ene school meer lessen heeft gegeven over gezondheid en gezonde voeding. Een suggestie zou daarom zijn om bij vervolgonderzoek per toeval de kinderen toe te wijzen aan de experimentele of de controlegroep. Hiermee wordt echter wel het risico gelopen dat de kinderen op school met elkaar praten over de verschillende manipulaties en dit kan ook haar gevolgen hebben voor de resultaten. Een beperking die tot slot nog genoemd moet worden is het feit dat er meer jongens dan meisjes hebben deelgenomen aan het onderzoek. Zoals we eerder zagen zijn meisjes vaker bezig met hun gewicht en gezonde voeding (Wardle et al., 2004; Birch & Fisher, 1998). Mogelijk zouden de resultaten daarom anders zijn wanneer er een gelijk aantal jongens en meisjes aan het onderzoek zouden deelnemen.

## 7. Conclusie

Naar aanleiding van dit onderzoek kunnen de volgende conclusies getrokken worden rond de impact van culinaire tv-programma's op het eetgedrag van kinderen en de attitude met betrekking tot gezonde voeding. Zoals uit de literatuurstudie bleek, worden kinderen bij het aanleren van eetgedrag beïnvloed door vele factoren. Deze factoren verschillen van sociale omgevingsfactoren en productkenmerken tot persoonlijke factoren en food marketing. Met betrekking tot media wordt er vaak de conclusie getrokken dat deze een negatieve impact hebben op het eetgedrag van kinderen. Media kunnen echter ook een positieve stimulans zijn, bijvoorbeeld in de vorm van culinaire tv-programma's als educatieve entertainment. Hoewel het bekijken van een culinair tv-programma niet bijdraagt aan een positievere attitude met betrekking tot gezonde voeding bij kinderen, kan het bekijken van zo'n tv-programma echter wel bijdragen aan gezonder eetgedrag. Op die manier kunnen culinaire tv-programma's dus bijdragen aan de strijd tegen overgewicht bij kinderen. Tot slot heeft dit onderzoek nog maar eens aangetoond hoe belangrijk het is om als gezin gezamenlijk te eten. Er bestaat een duidelijk positieve relatie tussen het hebben van gezamenlijke familiemaaltijden en het eten van gezonde voedingsproducten. Deze conclusie moet zeker meegenomen worden wanneer we er als maatschappij voor willen zorgen dat kinderen een gezond eetgedrag aanleren en geen problemen met hun gewicht en gezondheid krijgen.



## 8. Bibliografie

### 8.1 Literatuur

- Atik, D., & Ozdamar Ertekin, Z. (2013). Children's perception of food and healthy eating: dynamics behind their food preferences. *International Journal of Consumer Studies*, 37(1), 59-65.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action, a social cognitive theory*. Englewood Cliffs: Erlbaum.
- Birch, L.L., & Fisher, J.O. (1998). Development of eating behaviors among children and adolescents. *Pediatrics*, 101(2), 539-549.
- Blanchette, L., & Brug, J. (2005). Determinants of fruit and vegetable consumption among 6-12-year-old children and effective interventions to increase consumption. *Journal of Human Nutrition and Dietetics - the Official Journal of the British Dietetic Association*, 18(6), 431-443.
- Boyland, E.J., Harrold, J.A., Kirkham, T.C., & Halford, J.C.G. (2012). Persuasive techniques used in television advertisements to market foods to UK children. *Appetite*, 58(2), 658-664.
- Cairns, G., Angus, K., Hastings, G., & Caraher, M. (2013). Systematic reviews of the evidence on the nature, extent and effects of food marketing to children. A retrospective summary. *Appetite*, 62, 209-215.
- Chew, F., Palmer, S., Kim, S. (1998). Testing the influence of the Health Belief Model and a television program on nutrition behavior. *Health Communication*, 10(3), 227-245.
- Clifford, D., Anderson, J., Auld, G., & Champ, J. (2009). Good grubbin': impact of a TV cooking show for college students living off campus. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 41(3), 194-200.
- Cooke, L.J. & Wardle, J. (2005). Age and gender differences in children's food preferences. *British Journal of Nutrition*, 93, 741-746.
- De Solier, I. (2005). TV dinners: Culinary television, education and distinction. *Journal of Media & Cultural Studies*, 19(4), 465-481.
- Dennison, B.A., & Edmunds, L.S. (2008). The role of television in childhood obesity. *Progress in Pediatric Cardiology*, 25(2), 191-197.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behaviour: the reasoned action approach*. New York, N.Y.: Psychology Press.

- Folta, S.C., Goldberg, J.P., Economos, C., Bell, R., & Meltzer, R. (2006). Food advertising targeted at school-age children: a content analysis. *Journal of Nutrition Education and Behavior, 38*(4), 244-248.
- Gibson, E.L., Wardle, J., & Watts, C.J. (1998). Fruit and vegetable consumption, nutritional knowledge and beliefs in mothers and children. *Appetite, 31*(2), 205-228.
- Gillman, M.W., Rifas-Shiman, S.L., Frazier, A.L., Rocket, H.R.H., Camargo, C.A., Field, A.E., Berkey, C.S., & Colditz, G.A. (2000). Family dinner and diet quality among older children and adolescents. *Archives of Family Medicine, 9*(3), 235-240.
- Harris, J.L., Pomeranz, J.L., Lobstein, T., & Brownell, K.D. (2009). A crisis in the Marketplace: How food marketing contributes to childhood obesity and what can be done. *Annual Review of Public Health, 30*, 211-225.
- Inzlicht, M., & Schmeichel, B.J. (2012). What is ego depletion? Toward a mechanistic revision of the resource model of self-control. *Perspectives on Psychological Science, 7*(5), 450-463.
- Kelder, S.H., Perry, C.L., Klepp, K.I., & Lytle, L.L. (1994). Longitudinal tracking of adolescent smoking, physical activity and food choice behaviors. *American Journal of Public Health, 84*(7), 1121-1126.
- Linn, S., & Novosat, C.L. (2008). Calories for sale: food marketing to children in the twenty-first century. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 615*, 133-155.
- Lobstein, T, Baur, L., & Uauy, R. (2004). Obesity in children and young people: a crisis in public health. *Obesity Reviews: An Official Journal of The International Association of the Study of Obesity, 5*(1), 4-85.
- Neumark-Sztainer, D., Wall, M., Perry, C., & Story, M. (2003). Correlates of fruit and vegetable intake among adolescents. Findings from Project EAT. *Preventive Medicine, 37*, 198-208.
- Osborne, C.L., & Forestell, C.A. (2012). Increasing children's consumption of fruit and vegetables: Does the type of exposure matter? *Physiology and Behaviour, 106*(3), 362-368.
- Papoutsis, G.S., Drichoutis, A.C., & Nayga Jr., R.M. (2013). The causes of childhood obesity: a survey. *Journal of economic surveys, 27*(4), 743-767.
- Reyes, R.J., Mutsaers, K., & Woerkum van, C. (2012). The difficult balance between entertainment and education: a qualitative evaluation of a Dutch health-promoting documentary series. *Health Promotion Practice, 13*(2), 259-264.

- Schwartz, C., Scholtens, P.A.M.J., Lalanne, A., Weenen, H., & Nicklaus, S. (2011). Development of healthy eating habits early in life. Review of recent evidence and selected guidelines. *Appetite*, 57(3), 796 - 806.
- Scaglioni, S., Arrizza, C., Vecchi, F., & Tedeschi, S. (2011). Determinants of children's eating behavior. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 94(6), 2006-2011.
- Singhal, A., Cody, M.J., Rogers, E.M., Sabido, M. (2011) *Entertainment-Education and Social Change : History, Research and Practice*. New York: Routledge.
- Smits, T., & Vandebosch, H. (2012). Endorsing children's appetite for healthy foods: Celebrity versus non-celebrity spokes-characters. *Communications*, 37(4), 371-391.
- Steptoe, A., Pollard, T.M., & Wardle, J. (1995). Development of a measure of the motives underlying the selection of food: the Food Choice Questionnaire. *Appetite*, 25(3), 267-284.
- Strachan, J., & Pavie-Latour, V. (2008). Food for thought – Shouldn't we actually target food advertising more towards kids and not less? *International Journal of Market Research*, 50(1), 13-27.
- Videon, T.M., & Manning, C.K. (2003). Influences on adolescent eating patterns: the importance of family meals. *Journal of Adolescent Health*, 32(5), 365-373.
- Wardle, J. (1995). Parental influences on children's diets. *Proceedings of the nutrition society*, 54, 747-758.
- Wardle, J., Haase, A.M., Steptoe, A., Nillapun, M., Jonwutiwes, K., & Bellisle, F. (2004). Gender differences in food choice: the contribution of health beliefs and dieting. *Annals of Behavioral Medicine*, 27(2), 107-116.
- Wardle, J., & Huon, G. (2000). An experimental investigation of the influence of health information on children's taste preferences. *Health Education Research*, 15(1), 39-44.
- Warren, R., Wicks, R.H., LeBlanc Wicks, J., Fosu, I. & Chung, D. (2008). Food and beverage advertising on U.S. television: A comparison of child-targeted versus general audience commercials. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(2), 231-246.
- Wilbur, K.C. (2008). How the Digital Video Recorder (DVR) changes the traditional television advertising. *Journal of Advertising*, 37(1), 143-149.
- Wilson, A.M., Magarey, A.M., & Mastersson, N. (2008). Reliability and relative validity of a child nutrition questionnaire to simultaneously assess dietary patterns associated with positive energy balance and food behaviours, attitudes, knowledge and environments associated with healthy eating. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 5, 5.

Zajonc, R.B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9(2), 1-27.

## 8.2 Websites

24Kitchen.nl (n.d.). *Over ons*. Geraadpleegd op 22 november 2013 via <http://www.24kitchen.nl/over-ons>

Nationaal Kompas Volksgezondheid (n.d.) *Overgewicht*. Geraadpleegd op 10 oktober 2013 via <http://www.nationaalkompas.nl/gezondheidsdeterminanten/persoonsgebonden/overgewicht/>

Televizier.nl (2012). *Waarom kijken we zo graag naar kookprogramma's?* Geraadpleegd op 12 februari 2014 via <http://www.televizier.nl/nieuws/waarom-kijken-we-zo-graag-naar-kookprogramma-s.387448.lynkx>

Uitzendinggemist.nl (n.d. A) *Kookschool - aflevering 14 april 2013*. Geraadpleegd op 2 februari 2014, via <http://www.uitzendinggemist.nl/afleveringen/1337432>

Uitzendinggemist.nl (n.d. B) *Willem Wever - aflevering 11 februari 2013*. Geraadpleegd op 17 februari 2014, via <http://www.uitzendinggemist.nl/afleveringen/1325462>

## BIJLAGE I : Toestemmingsbrief ouders

Klarenbeek, 6 februari 2014

Betreft: Onderzoek naar eetgedrag



Beste ouder/verzorger,

Met deze brief wil ik u graag op de hoogte brengen van een onderzoek dat zal worden uitgevoerd op de school van uw zoon of dochter.

Momenteel ben ik bezig met mijn afstudeeronderzoek voor de Masteropleiding Communicatiewetenschappen aan de Universiteit Antwerpen, waarbij ik onderzoek doe naar eetgedrag bij kinderen en de factoren die dit beïnvloeden. In het kader van dit onderzoek zal ik op een aantal basisscholen vragenlijsten afnemen bij de kinderen uit groep 7/8. De school waar uw dochter en/of zoon naartoe gaat verleent haar medewerking aan dit onderzoek, en uiteraard is het ook van belang dat u als ouder/verzorger van dit onderzoek af weet.

Het afnemen van de vragenlijsten zal gebeuren in de week van 3 t/m 7 maart. De vragenlijsten zullen uiteraard volledig zijn afgestemd op de leeftijd en belevingswereld van uw kind en zullen daarnaast volledig anoniem verwerkt worden.

Indien u niet wilt dat uw kind meedoet aan dit onderzoek en aldus niet wilt dat uw kind de vragenlijst invult, vragen wij u dit op voorhand aan te geven. Indien u niet wenst dat uw kind deelneemt aan het onderzoek, dan dient u onderstaand strookje in te vullen en voor 3 maart 2014 in te leveren bij de leerkracht van uw kind.

Ik hoop u hiermee voldoende geïnformeerd te hebben. Mocht u meer informatie wensen, dan kunt u gerust contact opnemen met mij of met mijn begeleidend onderzoeker.

Vriendelijke groeten,

*Uitvoerend onderzoeker*  
Maaïke Dijkhof  
(maaïke.dijkhof@student.uantwerpen.be)

*Begeleidend onderzoeker*  
Prof. Dr. C. de Backer  
(charlotte.debacker@uantwerpen.be)

-----  
Hierbij geef ik aan dat mijn zoon/dochter ..... (naam invullen)

**niet** mag deelnemen aan dit onderzoek en dus geen vragenlijst zal invullen.

Handtekening

Datum

.....

.....

\* Gelieve dit strookje in te leveren bij de leerkracht van uw dochter/zoon, vóór 3 maart 2014

**BIJLAGE II : Vragenlijst (deel 1)**

---

Beste leerling,

Fijn dat je mij wilt helpen bij mijn onderzoek naar eetgedrag bij kinderen en deze vragenlijst voor mij in wilt vullen. Ik wil je vragen om deze vragenlijst naar waarheid in te vullen, zodat de gegevens bruikbaar zullen zijn voor mijn onderzoek. Neem gerust de tijd als je over sommige vragen iets langer wilt nadenken.

Alles wat je invult wordt volledig anoniem verwerkt, waardoor ik (en iedereen) nooit precies kan achterhalen wat jij hebt ingevuld.

De vragenlijst bestaat uit meerdere onderdelen. Bij sommige onderdelen staat eerst een korte uitleg, ik wil je vragen om deze eerst te lezen voordat je de vragen gaat beantwoorden. Dat is belangrijk omdat een goed begrip tot betere antwoorden leidt. Het invullen van de gehele vragenlijst zal ongeveer 20 minuutjes duren.

Is er iets onduidelijk? Vraag het dan gerust!

Probeer wel bij iedere vraag een antwoord in te vullen. Wanneer je het antwoord dat je gegeven hebt wilt veranderen, zet dan een kruis door je antwoord en kies daarna voor het goede antwoord.

Aan het einde van het onderzoek krijg je een klein bedankje.

Succes!

Maaïke Dijkhof  
Universiteit Antwerpen

---

**Deel A**

**A1. Hoe oud ben je?** ..... jaar

**A2. Ben je een jongen of een meisje?** (*kleur het juiste rondje in*)

Jongen

Meisje

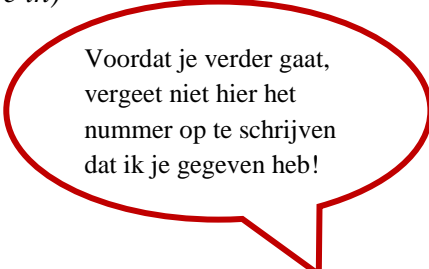
**A3. In welke groep zit je?**

Groep 7

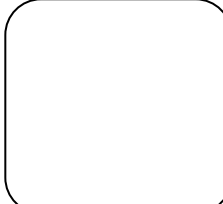
Groep 8

**A4. Op welke school zit je?**

.....



Voordat je verder gaat,  
vergeet niet hier het  
nummer op te schrijven  
dat ik je gegeven heb!



**Kandidaat-nummer**

**A5. Mijn woonsituatie is als volgt. Ik woon...**

*(het gaat hierbij alleen om je ouders, niet om je broers en/of zussen)*

- bij mijn moeder en mijn vader
- bij mijn moeder alleen
- bij mijn moeder en haar nieuwe partner
- bij mijn vader alleen
- bij mijn vader en zijn nieuwe partner
- beurtelings bij mijn moeder / vader
- Anders: .....

**A6. Vind je dat je zelf gezond of ongezond eet?**

- Ik eet heel ongezond
- Ik eet ongezond
- Ik eet niet ongezond, maar ook niet echt gezond
- Ik eet gezond
- Ik eet heel gezond

**A7. Kijk je wel eens naar een tv-programma over eten en/of koken? Zo ja, welke?**

.....

.....

.....

.....

**Deel B**

*Toelichting: Nu komen er een aantal vragen over verschillende voedselproducten. Allereerst wil ik graag weten hoeveel zin je nu, op dit moment hebt in de verschillende producten.*

*Omcirkel hierbij telkens het antwoord dat het beste past bij wat jij nu op dit moment voelt.*

**B1. Hoe veel zin heb je nu, op dit moment in de volgende dranken en voedselproducten?**

<b>1. Fruit</b> (vers, <u>geen</u> fruit uit blik)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>2. Groenten</b> (vers, <u>geen</u> groenten uit blik)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>3. Volle of gesuikerde melkproducten</b> (volle melk/yoghurt, gesuikerde producten, milkshakes etc.)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>4. Magere of halfvolle melkproducten</b> (halfvolle/magere melk, yoghurt, sojamelk, zonder extra suikers)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>5. Volkoren brood, rijst of pasta</b> (volkoren producten, dus <u>geen</u> witbrood, witte pasta, witte rijst)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>6. Zoete broodjes en koeken</b> (croissantjes, koffiekoeken, chocoladebroodjes etc. )	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in

<b>7. Gefrituurde voeding</b> (friet, snacks uit de frituur, gefrituurde vis zoals kibbeling etc.)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>8. Mager vlees of vleesvervangers</b> (bv. kip of tofu: rauw, gebakken of gekookt maar <u>niet</u> gefrituurd)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>9. Fastfood</b> (hamburgers, pizza, kebab)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>10. Vis</b> (rauw of gebakken/gekookt, maar <u>niet</u> gefrituurd, bijv. zalm)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>11. Gezoete dranken</b> (frisdrank zoals cola/sinas, chocolademelk, limonade)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>12. Ongezoete dranken</b> (water, thee, koffie, maar <u>zonder</u> suiker)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>13. Zoete snacks</b> (snoep, ijs, taart, koekjes etc)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>14. Zoute snacks (chips, nootjes etc.)</b>	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in

*En: Nu wil ik je ook vragen hoe vaak je deze producten normaal eet en drinkt. Omcirkel bij elk product het antwoord dat het beste past bij hoe vaak jij deze producten eet en drinkt (slechts 1 antwoord per vraag!).*

## **B2. Hoe vaak eet/drink jij de volgende dranken en voedselproducten?**

<b>1. Fruit</b> (vers, <u>geen</u> fruit uit blik)	3x of meer per dag	2x per dag	elke dag	bijna elke dag	3 tot 4x per week	1 tot 2x per week	1 tot 3x per maand	bijna nooit of echt nooit
<b>2. Groenten</b> (vers, <u>geen</u> groenten uit blik)	3x of meer per dag	2x per dag	elke dag	bijna elke dag	3 tot 4x per week	1 tot 2x per week	1 tot 3x per maand	bijna nooit of echt nooit
<b>3. Volle of gesuikerde melkproducten</b> (volle melk/yoghurt, gesuikerde producten, milkshakes etc.)	3x of meer per dag	2x per dag	elke dag	bijna elke dag	3 tot 4x per week	1 tot 2x per week	1 tot 3x per maand	bijna nooit of echt nooit
<b>4. Magere of halfvolle melkproducten</b> (halfvolle/magere melk, yoghurt, sojamelk, zonder extra suikers)	3x of meer per dag	2x per dag	elke dag	bijna elke dag	3 tot 4x per week	1 tot 2x per week	1 tot 3x per maand	bijna nooit of echt nooit



<b>5. Volkoren brood, rijst of pasta (volkoren producten, dus <u>geen</u> witbrood, witte pasta, witte rijst)</b>	3x of meer per dag	2x per dag	elke dag	bijna elke dag	3 tot 4x per week	1 tot 2x per week	1 tot 3x per maand	bijna nooit of echt nooit
<b>6. Zoete broodjes en koeken (croissantjes, koffiekoeken, chocoladebroodjes etc. )</b>	3x of meer per dag	2x per dag	elke dag	bijna elke dag	3 tot 4x per week	1 tot 2x per week	1 tot 3x per maand	bijna nooit of echt nooit
<b>7. Gefrituurde voeding (friet, snacks uit de frituur, gefrituurde vis zoals kibbeling)</b>	3x of meer per dag	2x per dag	elke dag	bijna elke dag	3 tot 4x per week	1 tot 2x per week	1 tot 3x per maand	bijna nooit of echt nooit
<b>8. Mager vlees of vleesvervangers (bv. kip of tofu: rauw, gebakken of gekookt maar <u>niet</u> gefrituurd)</b>	3x of meer per dag	2x per dag	elke dag	bijna elke dag	3 tot 4x per week	1 tot 2x per week	1 tot 3x per maand	bijna nooit of echt nooit
<b>9. Fastfood (hamburgers, pizza, kebab)</b>	3x of meer per dag	2x per dag	elke dag	bijna elke dag	3 tot 4x per week	1 tot 2x per week	1 tot 3x per maand	bijna nooit of echt nooit
<b>10. Vis (rauw of gebakken/gekookt, maar <u>niet</u> gefrituurd)</b>	3x of meer per dag	2x per dag	elke dag	bijna elke dag	3 tot 4x per week	1 tot 2x per week	1 tot 3x per maand	bijna nooit of echt nooit
<b>11. Gezoete dranken (frisdrank zoals cola/sinas, chocolademelk, limonade)</b>	3x of meer per dag	2x per dag	elke dag	bijna elke dag	3 tot 4x per week	1 tot 2x per week	1 tot 3x per maand	bijna nooit of echt nooit
<b>12. Ongezoete dranken (water, thee, koffie, maar <u>zonder</u> suiker)</b>	3x of meer per dag	2x per dag	elke dag	bijna elke dag	3 tot 4x per week	1 tot 2x per week	1 tot 3x per maand	bijna nooit of echt nooit
<b>13. Zoete snacks (snoep, ijs, taart, koekjes etc.)</b>	3x of meer per dag	2x per dag	elke dag	bijna elke dag	3 tot 4x per week	1 tot 2x per week	1 tot 3x per maand	bijna nooit of echt nooit
<b>14. Zoute snacks (chips, nootjes etc.)</b>	3x of meer per dag	2x per dag	elke dag	bijna elke dag	3 tot 4x per week	1 tot 2x per week	1 tot 3x per maand	bijna nooit of echt nooit

## Deel C

*Toelichting: De volgende stellingen gaan over jouw omgeving (denk aan je ouders, vriendjes en vriendinnetjes) en de beschikbaarheid van groenten en fruit bij jullie thuis. Wanneer er 'moeder' of 'vader' staat, kan dit ook je stiefmoeder of stiefvader zijn. Omcirkel bij elke stelling het antwoord dat het beste de realiteit weergeeft (slechts 1 antwoord per vraag!)*

<b>C1. Mijn moeder vindt het belangrijk om gezond te eten</b>	Helemaal niet	Niet	Neutraal	Wel/ Erg	Heel erg
<b>C2. Mijn moeder moedigt mij aan om gezond te eten</b>	Helemaal niet	Niet	Neutraal	Wel/ Erg	Heel erg
<b>C3. Mijn vader vindt het belangrijk om gezond te eten</b>	Helemaal niet	Niet	Neutraal	Wel/ Erg	Heel erg

<b>C4. Mijn vader moedigt mij aan om gezond te eten</b>	Helemaal niet	Niet	Neutraal	Wel/ Erg	Heel erg
<b>C5. Mijn vriend(innet)jes vinden gezond eten belangrijk</b>	Helemaal niet	Niet	Neutraal	Wel/ Erg	Heel erg
<b>C6. Bij ons in huis zijn fruit en groenten beschikbaar</b>	Nooit	Zelden	Soms	Meestal	Altijd
<b>C7. Bij het avondeten eten wij groenten</b>	Nooit	Zelden	Soms	Meestal	Altijd

## Deel D

*Toelichting: De volgende vragen gaan over het aantal keren dat jullie thuis met het gezin eten. Omcirkel telkens de dagen waarop je de afgelopen week samen ontbijt, lunch en avondeten hebt gegeten.*

**D1. Op welke dagen van de afgelopen week heb jij samen met je moeder ontbijt gegeten?**

<u>Geen enkele dag</u>	<u>Maandag</u>	<u>Dinsdag</u>	<u>Woensdag</u>	<u>Donderdag</u>	<u>Vrijdag</u>	<u>Zaterdag</u>	<u>Zondag</u>
------------------------	----------------	----------------	-----------------	------------------	----------------	-----------------	---------------

**D2 Op welke dagen van de afgelopen week heb jij samen met je vader ontbijt gegeten?**

<u>Geen enkele dag</u>	<u>Maandag</u>	<u>Dinsdag</u>	<u>Woensdag</u>	<u>Donderdag</u>	<u>Vrijdag</u>	<u>Zaterdag</u>	<u>Zondag</u>
------------------------	----------------	----------------	-----------------	------------------	----------------	-----------------	---------------

**D3. Op welke dagen van de afgelopen week heb jij samen met je broer(s) en/of zus(sen) ontbijt gegeten?**

<u>Geen enkele dag</u>	<u>Ik heb geen broer en geen zus</u>	<u>Maandag</u>	<u>Dinsdag</u>	<u>Woensdag</u>	<u>Donderdag</u>	<u>Vrijdag</u>	<u>Zaterdag</u>	<u>Zondag</u>
------------------------	--------------------------------------	----------------	----------------	-----------------	------------------	----------------	-----------------	---------------

**D4. Op welke dagen van de afgelopen week heb jij samen met je moeder lunch gegeten?**

<u>Geen enkele dag</u>	<u>Maandag</u>	<u>Dinsdag</u>	<u>Woensdag</u>	<u>Donderdag</u>	<u>Vrijdag</u>	<u>Zaterdag</u>	<u>Zondag</u>
------------------------	----------------	----------------	-----------------	------------------	----------------	-----------------	---------------

**D5. Op welke dagen van de afgelopen week heb jij samen met je vader lunch gegeten?**

<u>Geen enkele dag</u>	<u>Maandag</u>	<u>Dinsdag</u>	<u>Woensdag</u>	<u>Donderdag</u>	<u>Vrijdag</u>	<u>Zaterdag</u>	<u>Zondag</u>
------------------------	----------------	----------------	-----------------	------------------	----------------	-----------------	---------------

**D6. Op welke dagen van de afgelopen week heb jij samen met je broer(s) en/of zus(sen) lunch gegeten?**

<u>Geen enkele dag</u>	<u>Ik heb geen broer en geen zus</u>	<u>Maandag</u>	<u>Dinsdag</u>	<u>Woensdag</u>	<u>Donderdag</u>	<u>Vrijdag</u>	<u>Zaterdag</u>	<u>Zondag</u>
------------------------	--------------------------------------	----------------	----------------	-----------------	------------------	----------------	-----------------	---------------

**D7. Op welke dagen van de afgelopen week heb jij samen met je moeder avondeten gegeten?**

<u>Geen enkele dag</u>	<u>Maandag</u>	<u>Dinsdag</u>	<u>Woensdag</u>	<u>Donderdag</u>	<u>Vrijdag</u>	<u>Zaterdag</u>	<u>Zondag</u>
------------------------	----------------	----------------	-----------------	------------------	----------------	-----------------	---------------

**D8. Op welke dagen van de afgelopen week heb jij samen met je vader avondeten gegeten?**

<u>Geen enkele dag</u>	<u>Maandag</u>	<u>Dinsdag</u>	<u>Woensdag</u>	<u>Donderdag</u>	<u>Vrijdag</u>	<u>Zaterdag</u>	<u>Zondag</u>
------------------------	----------------	----------------	-----------------	------------------	----------------	-----------------	---------------

**D9. Op welke dagen van de afgelopen week heb jij samen met je broer(s) en/of zus(sen) avondeten gegeten?**

<u>Geen enkele dag</u>	<u>Ik heb geen broer en geen zus</u>	<u>Maandag</u>	<u>Dinsdag</u>	<u>Woensdag</u>	<u>Donderdag</u>	<u>Vrijdag</u>	<u>Zaterdag</u>	<u>Zondag</u>
------------------------	--------------------------------------	----------------	----------------	-----------------	------------------	----------------	-----------------	---------------

## **Deel E**

*Toelichting: De volgende vragen gaan over je gezondheid en hoe sterk je hiermee bezig bent. Omcirkel bij elke vraag het antwoord dat het beste past bij wat jij denkt/voelt (slechts 1 antwoord per vraag!).*

**E1. Ik vind het belangrijk om gezond te zijn**      Helemaal niet belangrijk      Niet belangrijk      Neutraal      Wel/ erg belangrijk      Heel erg belangrijk

**E2. Ik vind het belangrijk om gezonde producten te eten**      Helemaal niet belangrijk      Niet belangrijk      Neutraal      Wel/ erg belangrijk      Heel erg belangrijk

**E3. Tieners hoeven zich geen zorgen te maken over hun eetgewoonten**      Helemaal niet mee eens      Niet mee eens      Neutraal (deels wel/ deels niet)      Wel mee eens      Heel erg mee eens

**E4. Op dit moment maak ik mij niet erg druk om mijn gezondheid**      Helemaal niet mee eens      Niet mee eens      Neutraal (deels wel/ deels niet)      Wel mee eens      Heel erg mee eens

<b>E5. Tieners hoeven zich geen zorgen te maken over hun gezondheid</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal (deels wel/deels niet)	Wel mee eens	Heel erg mee eens
---	------------------------	---------------	---------------------------------	--------------	-------------------

## Deel F

*Toelichting: Nu komen er een aantal vragen over wat jij belangrijk vindt wanneer je producten eet. Omcirkel ook hier bij elke vraag het antwoord dat het beste past bij wat jij denkt/voelt (slechts 1 antwoord per vraag!).*

### **Ik vind het belangrijk dat de producten die ik eet...**

<b>F1. lekker ruiken</b>	Helemaal niet belangrijk	Niet belangrijk	Neutraal	Wel/ erg belangrijk	Heel erg belangrijk
<b>F2. er mooi/leuk uitzien</b>	Helemaal niet belangrijk	Niet belangrijk	Neutraal	Wel/ erg belangrijk	Heel erg belangrijk
<b>F3. hetzelfde zijn als wat ik altijd eet (op andere dagen)</b>	Helemaal niet belangrijk	Niet belangrijk	Neutraal	Wel/erg belangrijk	Heel erg belangrijk
<b>F4. bekend zijn voor mij</b>	Helemaal niet belangrijk	Niet belangrijk	Neutraal	Wel/erg belangrijk	Heel erg belangrijk

## Deel G

*Toelichting: De volgende vragen gaan over het eten van groenten en fruit en jouw mening hierover. Bij elke vraag omcirkel je opnieuw het antwoord dat het beste past bij wat jij denkt/voelt (slechts 1 antwoord per vraag!).*

<b>G1. Door het eten van fruit voel ik mij gezond</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>G2. Fruit smaakt lekker</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>G3. Fruit is een gemakkelijk tussendoortje</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>G4. Ik probeer graag nieuwe soorten fruit uit</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>G5. Door het eten van groenten voel ik mij gezond</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>G6. Ik vind groenten lekker</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>G7. Ik probeer graag nieuwe soorten groenten uit</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Wel mee eens	Heel erg mee eens

## **Deel H**

*Toelichting: We zijn bij het laatste onderdeel van de vragenlijst aangekomen. Ik wil je nog een paar vragen stellen over koken en of je het leuk vindt om te helpen in de keuken.*

**H1. Vind je het leuk om te helpen in de keuken?** *(kleur het juiste rondje in)*

- Helemaal niet leuk
- Niet echt leuk
- Neutraal
- Best leuk
- Heel erg leuk

**H2. Mag je van je ouders helpen in de keuken?**

- Ja
- Nee

**H3. Maak je zelf wel eens een gerechtje klaar?**

- Ja
- Nee

**H4. Als je ja hebt ingevuld, wat maak je zelf wel eens klaar in de keuken?**

.....

.....

.....

.....

.....

**H5. Hoe vaak help je in de keuken?**

- (bijna) nooit
- 1 tot 3x per maand
- 1 tot 2x per week
- 3 tot 4x per week
- bijna elke dag
- elke dag
- 2x per dag
- 3x of meer per dag

**Dit was de hele vragenlijst. Bedankt voor je hulp!**

**BIJLAGE III : Vragenlijst (deel 2 - experimentele groep)**

---

Beste leerling,

Nu we samen gekeken hebben naar dit tv-programma, wil ik je nogmaals vragen een vragenlijst voor mij in te vullen.

Heel wat vragen zullen je bekend voorkomen, maar we vragen gewoon nogmaals naar jouw mening aangezien dit voor mijn onderzoek erg belangrijk is. Er zullen ook een aantal nieuwe vragen gesteld worden.

Ook dit keer bestaat de vragenlijst uit meerdere onderdelen, waarbij soms een korte uitleg gegeven wordt. Lees deze uitleg eerst, voordat je de vraag beantwoordt.  
Het invullen van deze vragenlijst zal ongeveer 10 minuutjes duren.

Zou je het nummer dat ik je bij de vorige vragenlijst gegeven heb, allereerst hier rechtsonder in het vakje willen schrijven?

Nogmaals bedankt en succes!

Maaïke Dijkhof  
Universiteit Antwerpen

---

**Deel A**

**A1. Kende je het programma dat we zojuist bekeken hebben al? (KRO's Kookschool)**


- Ja  
 Nee

**A2. Als je het programma al kende, had je deze aflevering dan als eens eerder gezien?**

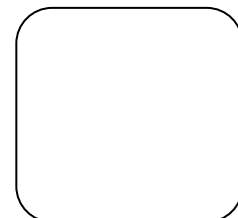
- Ja  
 Nee

**A1. Vind je dat je zelf gezond of ongezond eet?**

- Ik eet heel ongezond  
 Ik eet ongezond  
 Ik eet niet ongezond, maar ook niet echt gezond  
 Ik eet gezond  
 Ik eet heel gezond



Voordat je verder gaat,  
vergeet niet hier het  
nummer op te schrijven  
dat ik je gegeven heb!



**Kandidaat-nummer**

## **Deel B**

Allereerst wil ik graag weer weten hoeveel zin je nu, op dit moment hebt in de verschillende voedselproducten die hieronder staan weergegeven. Omcirkel bij elk product het antwoord dat het beste past bij wat jij nu op dit moment voelt.

### **B1. Hoeveel zin heb je nu, op dit moment in de volgende dranken en voedselproducten?**

<b>1. Fruit</b> (vers, <u>geen</u> fruit uit blik)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>2. Groenten</b> (vers, <u>geen</u> groenten uit blik)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>3. Volle of gesuikerde melkproducten</b> (volle melk/yoghurt, gesuikerde producten, milkshakes etc.)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>4. Magere of halfvolle melkproducten</b> (halfvolle/magere melk, yoghurt, sojamelk, zonder extra suikers)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>5. Volkoren brood, rijst of pasta</b> (volkoren producten, dus <u>geen</u> witbrood, witte pasta, witte rijst)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>6. Zoete broodjes en koeken</b> (croissantjes, koffiekoeken, chocoladebroodjes etc. )	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>7. Gefrituurde voeding</b> (friet, snacks uit de frituur, gefrituurde vis zoals kibbeling etc.)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>8. Mager vlees of vleesvervangers</b> (bv. kip of tofu: rauw, gebakken of gekookt maar <u>niet</u> gefrituurd)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>9. Fastfood</b> (hamburgers, pizza, kebab)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>10. Vis</b> (rauw of gebakken/gekookt, maar <u>niet</u> gefrituurd, bijv. zalm)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>11. Gezoete dranken</b> (frisdrank zoals cola/sinas, chocolademelk, limonade)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>12. Ongezoete dranken</b> (water, thee, koffie, maar <u>zonder</u> suiker)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>13. Zoete snacks</b> (snoep, ijs, taart, koekjes etc)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>14. Zoute snacks (chips, nootjes etc.)</b>	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in

## Deel C

*Toelichting: De volgende vragen hebben gaan over je gezondheid en hoe sterk je hiermee bezig bent. Omcirkel bij elke vraag het antwoord dat het beste past bij wat jij denkt/voelt (slechts 1 antwoord per vraag!).*

<b>C1. Ik vind het belangrijk om gezond te zijn</b>	Helemaal niet belangrijk	Niet belangrijk	Neutraal	Wel/ erg belangrijk	Heel erg belangrijk
<b>C2. Ik vind het belangrijk om gezonde producten te eten</b>	Helemaal niet belangrijk	Niet belangrijk	Neutraal	Wel/ erg belangrijk	Heel erg belangrijk
<b>C3. Tieners hoeven zich geen zorgen te maken over hun eetgewoonten</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal (deels wel/ deels niet)	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>C4. Op dit moment maak ik mij niet erg druk om mijn gezondheid</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal (deels wel/ deels niet)	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>C5. Tieners hoeven zich geen zorgen te maken over hun gezondheid</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal (deels wel/ deels niet)	Wel mee eens	Heel erg mee eens

## Deel D

*Toelichting: De volgende vragen gaan over het eten van groenten en fruit en jouw mening hierover. Bij elke vraag omcirkel je opnieuw het antwoord dat het beste past bij wat jij denkt/voelt (slechts 1 antwoord per vraag!).*

<b>D1. Door het eten van fruit voel ik mij gezond</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>D2. Fruit smaakt lekker</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>D3. Fruit is een gemakkelijk tussendoortje</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>D4. Ik probeer graag nieuwe soorten fruit uit</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>D5. Door het eten van groenten voel ik mij gezond</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>D6. Ik vind groenten lekker</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Wel mee eens	Heel erg mee eens



---

**D7. Ik probeer graag nieuwe soorten groenten uit**

Helemaal niet  
mee eens

Niet mee  
eens

Neutraal

Wel mee  
eens

Heel erg  
mee eens

**Deel E**

*Toelichting: We zijn bij het laatste onderdeel van de vragenlijst aangekomen. Nu je naar dit tv-programma hebt gekeken, wil ik je nog eens een paar vragen stellen over koken en of je het leuk vindt om te helpen in de keuken.*

**E1. Vind je het leuk om te helpen in de keuken?** (kleur het juiste rondje in)

- Helemaal niet leuk
- Niet echt leuk
- Neutraal
- Best leuk
- Heel erg leuk

**E2. Hoeveel zin heb je op dit moment om zelf iets klaar te maken in de keuken?**

- Helemaal geen zin
- Weinig zin
- Neutraal
- Best wel zin
- Heel veel zin

**E3. Ben je van plan om de komende dagen iets klaar te gaan maken in de keuken?**

- Ja
- Nee

**E4. Als je ja hebt ingevuld, wat dan?**

.....

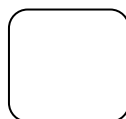
.....

.....

.....

**Dit was het einde van deze vragenlijst, hiermee is mijn onderzoek afgerond.  
Wanneer je de vragenlijst af hebt kun je deze bij mij inleveren  
en een bedankje uitkiezen.**

**Bedankt voor je hulp!**



## BIJLAGE IV : Vragenlijst (deel 2 - controlegroep)

---

Beste leerling,

Nu we samen gekeken hebben naar dit tv-programma, wil ik je nogmaals vragen een vragenlijst voor mij in te vullen.

Heel wat vragen zullen je bekend voorkomen, maar we vragen gewoon nogmaals naar jouw mening aangezien dit voor mijn onderzoek erg belangrijk is. Er zullen ook een aantal nieuwe vragen gesteld worden.

Ook dit keer bestaat de vragenlijst uit meerdere onderdelen, waarbij soms een korte uitleg gegeven wordt. Lees deze uitleg eerst, voordat je de vraag beantwoordt.  
Het invullen van deze vragenlijst zal ongeveer 10 minuutjes duren.

Zou je het nummer dat ik je bij de vorige vragenlijst gegeven heb, allereerst hier rechtsonder in het vakje willen schrijven?

Nogmaals bedankt en succes!


Maaïke Dijkhof  
Universiteit Antwerpen

---

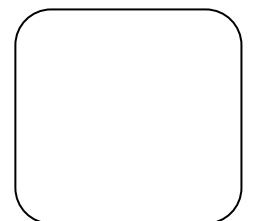
### Deel A

#### **A1. Vind je dat je zelf gezond of ongezond eet?**

- Ik eet heel ongezond
- Ik eet ongezond
- Ik eet niet ongezond, maar ook niet echt gezond
- Ik eet gezond
- Ik eet heel gezond



Voordat je verder gaat,  
vergeet niet hier het  
nummer op te schrijven  
dat ik je gegeven heb!



**Kandidaat-nummer**

## Deel B

Allereerst wil ik graag weer weten hoeveel zin je nu, op dit moment hebt in de verschillende voedselproducten die hieronder staan weergegeven. Omcirkel bij elk product het antwoord dat het beste past bij wat jij nu op dit moment voelt.

### **B1. Hoeveel zin heb je nu, op dit moment in de volgende dranken en voedselproducten?**

<b>1. Fruit</b> (vers, <u>geen</u> fruit uit blik)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>2. Groenten</b> (vers, <u>geen</u> groenten uit blik)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>3. Volle of gesuikerde melkproducten</b> (volle melk/yoghurt, gesuikerde producten, milkshakes etc.)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>4. Magere of halfvolle melkproducten</b> (halfvolle/magere melk, yoghurt, sojamelk, zonder extra suikers)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>5. Volkoren brood, rijst of pasta</b> (volkoren producten, dus <u>geen</u> witbrood, witte pasta, witte rijst)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>6. Zoete broodjes en koeken</b> (croissantjes, koffiekoeken, chocoladebroodjes etc. )	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>7. Gefrituurde voeding</b> (friet, snacks uit de frituur, gefrituurde vis zoals kibbeling etc.)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>8. Mager vlees of vleesvervangers</b> (bv. kip of tofu: rauw, gebakken of gekookt maar <u>niet</u> gefrituurd)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>9. Fastfood</b> (hamburgers, pizza, kebab)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>10. Vis</b> (rauw of gebakken/gekookt, maar <u>niet</u> gefrituurd, bijv. zalm)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>11. Gezoete dranken</b> (frisdrank zoals cola/sinas, chocolademelk, limonade)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>12. Ongezoete dranken</b> (water, thee, koffie, maar <u>zonder</u> suiker)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>13. Zoete snacks</b> (snoep, ijs, taart, koekjes etc)	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in
<b>14. Zoute snacks (chips, nootjes etc.)</b>	Helemaal geen zin in	Geen zin in	Neutraal	Wel zin in	Heel erg veel zin in

## Deel C

*Toelichting: De volgende vragen hebben gaan over je gezondheid en hoe sterk je hiermee bezig bent. Omcirkel bij elke vraag het antwoord dat het beste past bij wat jij denkt/voelt (slechts 1 antwoord per vraag!).*

<b>C1. Ik vind het belangrijk om gezond te zijn</b>	Helemaal niet belangrijk	Niet belangrijk	Neutraal	Wel/ erg belangrijk	Heel erg belangrijk
<b>C2. Ik vind het belangrijk om gezonde producten te eten</b>	Helemaal niet belangrijk	Niet belangrijk	Neutraal	Wel/ erg belangrijk	Heel erg belangrijk
<b>C3. Tieners hoeven zich geen zorgen te maken over hun eetgewoonten</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal (deels wel/ deels niet)	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>C4. Op dit moment maak ik mij niet erg druk om mijn gezondheid</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal (deels wel/ deels niet)	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>C5. Tieners hoeven zich geen zorgen te maken over hun gezondheid</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal (deels wel/ deels niet)	Wel mee eens	Heel erg mee eens

## Deel D

*Toelichting: De volgende vragen gaan over het eten van groenten en fruit en jouw mening hierover. Bij elke vraag omcirkel je opnieuw het antwoord dat het beste past bij wat jij denkt/voelt (slechts 1 antwoord per vraag!).*

<b>D1. Door het eten van fruit voel ik mij gezond</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>D2. Fruit smaakt lekker</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>D3. Fruit is een gemakkelijk tussendoortje</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>D4. Ik probeer graag nieuwe soorten fruit uit</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>D5. Door het eten van groenten voel ik mij gezond</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Wel mee eens	Heel erg mee eens
<b>D6. Ik vind groenten lekker</b>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Wel mee eens	Heel erg mee eens

**D7. Ik probeer graag nieuwe soorten groenten uit**

Helemaal niet  
mee eens

Niet mee  
eens

Neutraal

Wel mee  
eens

Heel erg  
mee eens

**Deel E**

*Toelichting: We zijn bij het laatste onderdeel van de vragenlijst aangekomen. Nu je naar dit tv-programma hebt gekeken, wil ik je nog eens een paar vragen stellen over koken en of je het leuk vindt om te helpen in de keuken.*

**E1. Vind je het leuk om te helpen in de keuken? (kleur het juiste rondje in)**

- Helemaal niet leuk
- Niet echt leuk
- Neutraal
- Best leuk
- Heel erg leuk

**E2. Hoeveel zin heb je op dit moment om zelf iets klaar te maken in de keuken?**

- Helemaal geen zin
- Weinig zin
- Neutraal
- Best wel zin
- Heel veel zin

**E3. Ben je van plan om de komende dagen iets klaar te gaan maken in de keuken?**

- Ja
- Nee

**E4. Als je ja hebt ingevuld, wat dan?**

.....

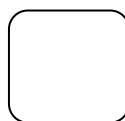
.....

.....

.....

**Dit was het einde van deze vragenlijst, hiermee is mijn onderzoek afgerond.  
Wanneer je de vragenlijst af hebt kun je deze bij mij inleveren  
en een bedankje uitkiezen.**

**Bedankt voor je hulp!**



**BIJLAGE V : Cd-rom met SPSS data file**