

**KATHOLIEKE UNIVERSITEIT LEUVEN**

**FACULTEIT SOCIALE WETENSCHAPPEN**

**MASTER OF SCIENCE IN DE**

**COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN**

**Seksuele objectivering in populaire  
televisieprogramma's: verschil tussen  
jongens en meisjes**

Promotor : Prof. Dr. S. Eggermont

Assessor : L. Vandenbosch

Verslaggever : N. Van Hemelen

**MASTERPROEF**  
aangeboden tot het  
verkrijgen van de graad  
van Master of Science  
in de Communicatie-  
wetenschappen  
Door **Vicky Tuteleers**

academiejaar 2011-2012



**KATHOLIEKE UNIVERSITEIT LEUVEN**

**FACULTEIT SOCIALE WETENSCHAPPEN**

**MASTER OF SCIENCE IN DE**

**COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN**

**Seksuele objectivering in populaire  
televisieprogramma's: verschil tussen  
jongens en meisjes**

Promotor : Prof. Dr. S. Eggermont

Assessor : L. Vandenbosch

Verslaggever : N. Van Hemelen

**MASTERPROEF**  
aangeboden tot het  
verkrijgen van de graad  
van Master of Science  
in de Communicatie-  
wetenschappen  
Door **Vicky Tuteleers**

academiejaar 2011-2012

## **Inhoud**

<b>Dankwoord.....</b>	<b>1</b>
<b>Inleiding .....</b>	<b>2</b>
<b>1 Literatuurstudie.....</b>	<b>4</b>
1.1    Objectification theory .....	4
1.1.1    Zelfobjectivering en andere gevolgen van seksuele objectivering .....	4
1.1.2    Seksuele objectivering en mannen.....	8
1.1.3    Seksuele objectivering in het dagelijks leven.....	9
1.2    Seksuele objectivering in de visuele media .....	11
1.2.1    Gaze .....	12
1.2.2    Personage als verzameling van lichaamsdelen .....	15
1.2.3    Verbale opmerkingen.....	18
1.3    Seksuele objectivering en televisie.....	22
1.3.1    Televisie als populair medium.....	22
1.3.2    Seksuele, geseksualiseerde en genderstereotiepe content	24
1.4    Dit onderzoek .....	28
<b>2 Methode.....</b>	<b>31</b>
2.1    Steekproef .....	31
2.2    Codeerinstrument .....	32
2.2.1    Programmaniveau .....	32

2.2.2	Scèneniveau.....	33
2.2.2.1	Algemene kenmerken van de scène .....	33
2.2.2.2	Context van de scène.....	34
2.2.2.3	Seksuele objectivering .....	36
2.2.2.4	Kenmerken van de seksueel geobjectiveerde/seksueel objectiveerder .....	37
2.2.2.5	Type seksuele objectivering .....	38
2.2.2.6	Visuele vormen van seksuele objectivering .....	38
2.2.2.7	Verbale seksuele objectivering .....	39
2.2.2.8	Frames .....	42
2.2.3	Karakterniveau .....	42
<b>3</b>	<b>Resultaten.....</b>	<b>44</b>
3.1	Seksuele objectivering in populaire televisieprogramma's 44	
3.1.1	Programma's .....	44
3.1.2	Scènes .....	45
3.1.2.1	Context .....	45
3.1.2.2	Visuele vormen van seksuele objectivering .....	46
3.1.2.3	Verbale vormen van seksuele objectivering .....	48
3.2	Genderverschillen in seksuele objectivering in populaire televisieprogramma's .....	49

3.2.1	Seksueel geobjectieerde en seksueel geobjectieerde	
	49	
3.2.2	Visuele vormen van seksuele objectivering .....	51
3.2.3	Verbale vormen van seksuele objectivering.....	52
<b>4</b>	<b>Discussie .....</b>	<b>55</b>
	<b>Referenties .....</b>	<b>61</b>
	<b>Bijlagen .....</b>	<b>72</b>

## **Dankwoord**

Tijdens het maken van deze meesterproef kon ik op de steun van heel wat mensen rekenen. Hiervoor wil ik hen dan ook graag bedanken. Eerst en vooral wil ik mijn ouders bedanken om mij de kans te geven om verder te studeren. Indien zij mij deze kans niet hadden gegeven, was ik nooit tot op dit punt geraakt. Daarnaast wil ik mijn vriend Joris bedanken. Zijn bemoedigende woorden en hulp hebben mij steeds weer kracht gegeven om verder te gaan wanneer ik het even niet meer zag zitten. Tenslotte wil ik ook mijn promotor Professor S. Eggermont en mijn assessor L. Vandenbosch bedanken. Mijn promotor wil ik bedanken om mij de mogelijkheid te geven deze meesterproef te maken. Mijn assessor wil ik graag bedanken voor de goede begeleiding, steun en feedback die ik heb gekregen tijdens het maken van deze meesterproef.

## Inleiding

Volgens Jean Killbourn (Jahly & Killoy, 2010) worden overal waar we gaan vrouwenlichamen beschouwd en afgebeeld als objecten. In extreme gevallen worden vrouwelijke lichaamsdelen zelfs gescheiden van het lichaam waardoor vrouwen alleen maar gezien worden als delen van dingen (Jahly & Killoy, 2010). Dit obsessief focussen op het vrouwelijke lichaam en bepaalde lichaamsdelen, gekend onder de noemer seksuele objectivering, is één van de meest extreme vormen van seksualisering. Vrouwen en meisjes worden in onze samenleving bestookt met boodschappen die benadrukken hoe belangrijk hun fysische verschijning is. Vooral de media zouden heel wat socialiserende boodschappen bevatten waarin schoonheidsidealen gepresenteerd worden die hen leren hoe mooi ze er moeten uitzien en hoe slank ze moeten zijn. (Frederikson & Roberts, 1997). Zo zou 11.5% van de geseksualiseerde boodschappen op tv seksueel objectiverende opmerkingen bevatten (Ward, 1995).

Wanneer vrouwen en meisjes zich als gevolg van deze boodschappen gaan bekijken als een object, kan dit gepaard gaan met mentale gezondheidsproblemen zoals eetstoornissen. (Frederickson & Roberts, 1997). In België alleen al heeft één vrouw op tien ooit een eetstoornis zoals anorexia of boulimie gehad (Vervaeke, 2008). Heel wat onderzoek heeft zich bijgevolg gericht op het bestuderen van de effecten van zulke objectiverende content (Moradi & Huang, 2008). Weinig onderzoek heeft zich echter gericht op het bestuderen van de seksueel objectiverende content zelf. Inhoudsanalyses zijn wel beschikbaar over geseksualiseerde content en stereotiepe afbeelding maar niet specifiek over seksuele objectiverende media inhouden (APA, 2010). Een eerste doel van dit onderzoek is daarom om een exploratieve studie te voeren naar de mate waarin seksuele objectivering voorkomt in populaire televisieprogramma's onder jongeren en hoe zich dat kan manifesteren. Uit voorgaand onderzoek blijkt namelijk dat seksuele objectivering in de visuele media op verschillende wijzen tot uiting kan komen (Aubrey, 2011; Frederickson & Roberts, 1997).



Een tweede doel in dit onderzoek is om inzicht te krijgen in de verschillende wijzen waarop mannen en vrouwen seksueel geobjectiveerd worden. De objectification theory stelt dat vrouwen en meisjes seksueel geobjectiveerd worden (Frederickson & Roberts, 1997). Er zijn echter aanwijzingen dat ook mannen en jongens steeds vaker het onderwerp zijn van seksueel objectiverende media (Moradi, Dirks, & Matteson, 2005). Helaas is ook hier weinig onderzoek naar gedaan. (Heimerdinger-Edwards, Vogel en Hammer, 2011). Het onderzoek dat wel beschikbaar is wijst bovendien uit dat mannen en jongens op een andere manier geobjectiveerd dan vrouwen (Aubrey, 2011). Verder onderzoek dient zich dan ook aan.

De methode die in deze meesterproef hiervoor werd toegepast is een kwantitatieve inhoudsanalyse. In totaal werden tien programma's geselecteerd waarvan steeds zeven afleveringen werden geanalyseerd. Enkel series, series met levende personen en series die op DVD werden uitgebracht werden in de steekproef opgenomen. In totaal werden 1560 scènes of 2657 minuten aan beeldmateriaal geanalyseerd.

De resultaten tonen aan dat in 15,1% van de geanalyseerde scènes seksuele objectivering uiteindelijk aanwezig was. Vrouwen werden vaker dan mannen afgebeeld in de rol van seksueel geobjectiveerde en mannen waren vaker dan vrouwen betrokken als seksuele objectiveerder. Daarnaast blijkt dat vrouwen vaker in een hogere staat van ontkleding verschijnen dan mannen wanneer zij seksueel geobjectiveerd worden en dat seksuele objectivering zich voornamelijk manifesteert in een visuele vorm. Zo werden in meer dan de helft van de geanalyseerde scènes één of meerdere lichaamsdelen van een personage benadrukt of was in meer dan de helft van deze scènes een *gaze* aanwezig.

# 1. Literatuurstudie

## 1.1 Objectification theory

Uit Nederlands onderzoek blijkt dat vrouwen vaker het slachtoffer zijn van psychologische problemen dan mannen. Depressie en angststoornissen zijn maar enkele problemen waarmee vele vrouwen te maken krijgen doorheen hun levensloop (Driessen, 2011). Frederickson en Roberts (1997) waren één van de eersten die deze gezondheidsproblemen gingen verklaren aan de hand van de objectification theory. Deze theorie stelt namelijk dat seksuele objectivering via zelfobjectivering allerlei gezondheidsproblemen kan veroorzaken.

Seksuele objectivering wordt volgens Frederickson en Roberts (1997) gedefinieerd als het reduceren van vrouwen tot hun lichaam. Wanneer een vrouw seksueel geobjectiveerd wordt, wordt haar lichaam, haar lichaamsdelen of seksuele functies gescheiden van haar persoon en worden deze elementen gebruikt om haar te representeren. Er wordt dan meer waarde gehecht aan haar uiterlijk dan aan haar persoonlijkheid of karakter. (Frederickson & Roberts, 1997).

Zelfobjectivering daarentegen treed op wanneer vrouwen en meisjes de objectiverende blik van een buitenstaander internaliseren en wanneer zij dit perspectief overnemen (Frederickson & Roberts, 1997). Vrouwen en meisjes worden er zich dan van bewust dat zij door anderen beoordeeld en bekeken worden op een seksueel objectiverende manier en gaan ook zelf meer aandacht schenken aan hun uiterlijke dan aan innerlijke kenmerken.

### 1.1.1 Zelfobjectivering en andere gevolgen van seksuele objectivering

Vrouwen en meisjes die zichzelf objectiveren doen dit specifiek via *body surveillance*. Ze worden zich in grote mate bewust van hun lichaam en gaan hun lichaam constant evalueren (Mckinley & Hyde, 1996). Deze overmatige aandacht die vrouwen en meisjes

besteden aan hun lichaam kan heel wat negatieve gevolgen met zich meebrengen. (Fredrickson & Roberts, 1997; McKinley & Hyde, 1996). Zelfobjectivering wordt in de objectiveringstheorie in verband gebracht met lichaamsschaamte, angst en andere negatieve psychologische gevolgen. Daarnaast relateert de theorie zelfobjectivering aan gezondheidsproblemen zoals eetstoornissen, depressie en seksuele problemen. (Frederickson & Roberts, 1997). Verschillende onderzoekers hebben de relaties die in de theorie gepresenteerd worden bijgevolg reeds onderzocht (Aubrey, 2006; Noll & Fredrickson, 1998).

Een eerste groep onderzoeken richt zich op het bestuderen van de effecten van zelfobjectivering op eetstoornissen. Fredrickson, Roberts, Noll, Quinn en Twenge (1998) bijvoorbeeld onderzochten het verband tussen zelfobjectivering, lichaamsschaamte en eetstoornissen. In hun experiment lieten ze vrouwen een badpak of trui aantrekken voor een levensgrote spiegel en nadien vroegen ze aan deze vrouwen vragenlijsten in te vullen die peilden naar lichaamsschaamte. Hieruit bleek dat vrouwen die eerder hoog scoorden op zelfobjectivering en die een badpak moesten aantrekken, zich ook meer leken te schamen voor hun lichaam. Nadien bleken deze schaamtegevoelens over het lichaam eveneens gerelateerd te zijn aan verstoorde eetpatronen of andere eetstoornissen. Verder onderzoek kwam eveneens tot een gelijkaardige conclusie. Zo wees onderzoek uit dat een hoger niveau van zelfobjectivering, meer schaamtegevoelens over het lichaam kan veroorzaken, wat op zijn beurt kan leiden tot verstoorde eetpatronen (Slater & Tiggeman, 2002). Later onderzoek vond echter gemixte resultaten voor de voorgestelde relatie tussen zelfobjectivering en eetstoornissen. Zo bleek uit een studie dat hogere niveaus van zelfobjectivering wel gelinkt waren aan schaamtegevoelens over het lichaam en angst over het uiterlijk, maar dat deze niet gerelateerd waren aan dieetgedrag (Calogero, 2005). Daarnaast toonde onderzoek aan dat *flow* de relatie tussen zelfobjectivering en eetproblemen niet medieerde waardoor ook de veronderstelling dat zelfobjectivering een daling in *flow* kan veroorzaken en zo eetstoornissen in de hand kan werken werd ontkracht (Greenleaf, 2005).

Naast eetstoornissen, richt een tweede groep onderzoeken zich op het bestuderen van de relatie tussen zelfobjectivering en depressie. Uit onderzoek blijkt namelijk dat zelfobjectivering kan leiden tot gevoelens van schaamte over het lichaam, wat vervolgens depressie in de hand kan werken (Tiggemann & Kuring, 2004). Szymanski en Henning (2007) bijvoorbeeld vonden in hun studie bewijs dat de relatie tussen zelfobjectivering en depressie gemedieerd wordt door schaamtegevoelens over het lichaam. In later onderzoek werd dit verband tussen zelfobjectivering, lichaamsschaamte en depressie zelfs verder uitgebreid doordat aangetoond werd dat depressie ook kan leiden tot het misbruiken van verdovende middelen zoals sigaretten, drugs of alcohol (Carr & Szymanski, 2011). Zo wees onderzoek uit dat zelfobjectivering niet alleen zorgt voor een toename in lichaamsschaamte en depressie, maar ook een toename veroorzaakt wat betreft het gebruik van verdovende middelen (Carr & Szymanski, 2011).

Tenslotte werd ook uitvoerig onderzocht of zelfobjectivering ook seksuele problemen kan veroorzaken (Wiederman, 2000). Uit deze onderzoeken bleek dat zowel mannen als vrouwen meer schaamtegevoelens ervaren in seksuele situaties en dat dit gepaard gaat een groter zelfbewustzijn. Deze gevoelens van een groter zelfbewustzijn waren vervolgens gerelateerd aan seksuele problemen (Sanchez & Kiefer, 2007). Daarnaast kwam ook meer recent onderzoek tot gelijkaardige conclusies door aan te tonen dat seksuele problemen gelinkt zijn aan een groter zelfbewustzijn tijdens seksuele activiteiten en dit vooraf gegaan wordt door *bodysurveillance*, lichaamsschaamte en angst over het uiterlijk (Steer & Tiggemann, 2008).

Voorgaande onderzoeken tonen aan dat er sterke bewijzen zijn voor de relatie tussen zelfobjectivering, eetstoornissen, depressie en seksuele problemen (Federickson e.a., 1998; Tiggemann & Kuring, 2004). Moradi & Huang (2008) wijzen er echter op dat onderzoek zich niet alleen heeft gericht op het bestuderen van de relatie tussen zelfobjectivering en problemen zoals eetstoornissen, depressie en seksuele problemen, maar ook op de rol die seksuele objectivering hier in heeft. De objectification theory voorspelt namelijk dat zelfobjectivering uitgelokt wordt wanneer vormen van seksuele

objectivering ervaren worden. Verschillende onderzoekers hebben bijgevolg ook onderzocht in welke mate vormen van seksuele objectivering via zelfobjectivering en andere variabelen gerelateerd zijn aan allerlei psychologische en gezondheidsproblemen (Capitain, Roger, & Charbrol, 2010; Szymanski & Henning, 2006). Fairchild en Rudman (2008) bijvoorbeeld bestudeerden hoe vaak vrouwen ongewenst lastiggevallen werden door vreemden en in hoeverre deze vorm van seksuele objectivering gelinkt is aan zelfobjectivering. Uit hun resultaten bleek dat vrouwen die frequent werden lastiggevallen door vreemden en hier zichzelf de schuld van gaven, hogere scores van zelfobjectivering rapporteerden. Deze hogere niveaus van zelfobjectivering waren op hun beurt gerelateerd aan angstgevoelens voor verkrachting en geweld. Vrouwen die tegen deze seksuele lasteringingen daarentegen bleken minder vatbaar te zijn voor zelfobjectivering en andere gevolgen.

Ander onderzoek vond dan weer dat seksueel objectiverende ervaringen in de media gecorreleerd zijn met het internaliseren van de culturele standaarden die hierin verschijnen en met een vermindering in vrouwen hun tevredenheid over hun seksleven (Calogero en Thompson, 2009). Deze relatie wordt bovendien gemedieerd door een verhoging in *body surveillance*, schaamtegevoelens over het lichaam en een daling in het seksuele zelfvertrouwen. Tenslotte wijst een groot deel van de data wijst er op dat er een relatie bestaat tussen seksueel objectiverende ervaringen en eetstoornissen (Moradi e.a, 2005; Tylka & Hill, 2004) en dat deze relatie kan gemedieerd worden door het internaliseren van culturele standaarden van aantrekkelijkheid, zelfobjectivering en ontevredenheid over het lichaam (Myers & Crowther, 2007). Zo vonden Morry en Staska (2001) dat frequentere blootstelling aan schoonheidsmagazines samengaat met het internaliseren van culturele standaarden van aantrekkelijkheid, wat gelinkt is aan zelfobjectivering, lichaamsontevredenheid en het ontwikkelen van eetstoornissen.

## 1.1.2 Seksuele objectivering en mannen

Seksuele objectivering wordt in de objectification theory oorspronkelijk in verband gebracht met vrouwen en meisjes. Onderzoek heeft echter uitgewezen dat ook mannen en jongens steeds vaker seksueel geobjectiveerd worden (Engeln-Maddo., Miller, & Doyle , 2011; Hebl, King, & Lin, 2004). Wetenschappers zijn hierdoor ook gaan onderzoeken in welke mate mannen kunnen geconfronteerd worden met negatieve gevolgen hiervan. De negatieve gevolgen die mannen en vrouwen ervaren lijken immers zeer gelijkaardig te zijn. Een studie bij mannelijke Britse studenten bijvoorbeeld toonde aan dat zelfobjectivering, gemanifesteerd door *body surveillance* gerelateerd is aan schaamtegevoelens over het lichaam en eetstoornissen (Calogero, 2009). Deze resultaten zijn niet alleen consistent met de objectification theory maar liggen ook in de lijn met ander voorgaand onderzoek bij vrouwen (Calogero, Davis, & Thompson, 2005).

Beide geslachten lijken zich bovendien meer zorgen te maken over hun lichaam en meer verstoord eetgedrag vertonen wanneer ze zich blootstellen aan seksueel objectiverende media (Mory & Statska, 2001). Zo was bij mannen was het lezen van fitnessmagazines geassocieerd met het internaliseren van culturele standaarden over aantrekkelijkheid en eetproblemen, terwijl bij vrouwen het lezen van schoonheidsmagazines hiermee geassocieerd was. Toch moet er opgemerkt worden dat mannen wel minder vatbaar zijn voor eetstoornissen dan vrouwen (Frederick e.a. 2006). In een studie wordt gesuggereerd dat vrouwen dubbel zo veel risico lopen om eetstoornissen ontwikkelen (Engeln-Maddox e.a, 2011). Zo concludeerden de onderzoekers dat lichaamsschaamte en eetproblemen wel geassocieerd zijn bij heteroseksuele mannen maar dat vrouwen veel hogere scores rapporteerden waardoor ze meer kwetsbaar zouden zijn voor eetstoornissen.

Tenslotte zijn er ook onderzoeken waarin de voorgestelde relaties uit de theorie niet bevestigd werden. Daniel en Bridges (2009) konden niet aantonen dat seksueel objectiverende mediabeelden via internalisering, zelfobjectivering en lichaamsschaamte zou leiden tot een verlangen bij mannen om

gespied te zijn. Ze vonden in hun studie wel associaties tussen afzonderlijke constructen maar niet voor het volledige pad dat in de theorie wordt voorspeld.

Opvallend aan de studies bij mannen is overigens dat mannen vaak lagere niveaus van zelfobjectivering aangeven dan vrouwen (Wagner, Musher-Eizenman, Neufeld & Hauser, 2009; Strelan & Hargreaves 2005). Toch zijn er ook hier enkele uitzonderingen op. Zo vonden Hebl e.a (2004) in hun experiment dat Aziatisch Amerikaanse mannen hogere niveaus van zelfobjectivering aangeven dan Aziatisch Amerikaans vrouwen. Homoseksuele mannen rapporteerden daarenboven ook vaak hogere niveaus van zelfobjectivering dan heteroseksuele mannen (Martins, Tiggemann, & Kirkbride, 2007). Onderzoek rond de objectiveringstheorie en mannen geeft bijgevolg gemixte resultaten weer.

### **1.1.3 Seksuele objectivering in het dagelijks leven**

Afgaande op vorige onderzoeken kan er gesteld worden dat onderzoekers heel wat steun hebben gevonden voor de relaties die worden voorgesteld in de objectification theory. Empirisch onderzoek heeft aangetoond dat zelfobjectivering een belangrijke voorspeller kan zijn van allerlei gezondheidsproblemen zoals eetstoornissen, depressie en seksuele problemen en dat dit zowel geldt voor vrouwen en meisjes als voor mannen en jongens. Net zoals de theorie voorspelt, toont wetenschappelijk onderzoek ook aan dat zelfobjectivering vaak uitgelokt wordt door allerlei vormen van seksuele objectivering (Frederickson e.a, 1998; Aubrey, 2006). Seksuele objectivering kan zich volgens Frederickson & Roberts (1997) echter voordoen op verschillende gebieden.

Eerst en vooral kan seksuele objectivering voorkomen in actuele persoonlijke ontmoetingen. Seksuele objectivering maakt voor vele vrouwen deel uit van het dagelijkse leven. Uit dagboekstudies bij vrouwelijke studenten blijkt dat vrouwen gemiddeld één à twee keer per week te maken krijgen met vormen van seksualisering, waaronder seksuele objectivering. Zo rapporteerden vrouwelijke studenten in hun dagboeken denigrerende

en beledigende commentaren over hun lichaam te hebben ervaren en gaven aan ongewenst aangestaard, aangeraakt of nagefloten te worden door vreemden (Swim, Hyers, Cohen & Ferguson, 2001).

Alledaagse vormen van seksuele objectivering vallen niet echter alleen voor in persoonlijke relatie met vreemden, maar ook in interactie met familie, vrienden, kennissen en anderen. Zo vond Nichter (2000) in haar studie dat seksuele objectivering zich regelmatig voordoet in de gezinscontext. Door te praten over hun uiterlijk en door opmerkingen te maken over hun lichaam, kunnen ouders hun kinderen immers aanmoedigen overmatig aandacht te besteden aan hun lichaam en een omgeving creëren waarin de nadruk gelegd wordt op fysieke schoonheid. Jongens en meisjes kunnen hierdoor onterecht het idee oppikken dat het uiterlijk van groter belang is dan innerlijke schoonheid. Zo blijkt uit het onderzoek dat vooral moeders vaak *fat talks* voeren met hun dochters waardoor ze meisjes het idee kunnen geven dat ze slank moet zijn (Nichter, 2000).

Naast vreemden en familieleden werd bovendien bewijs gevonden dat seksuele objectivering ook voorkomt onder vrienden (Calogero, Herbozo en Thompson, 2009). Een studie onderzocht hoe vaak vrouwen van hun vrienden of vriendinnen positieve of negatieve opmerkingen te horen kregen over hun lichaam door aan elke vrouw te vragen gedurende twee jaar te rapporteren hoe frequent ze opmerkingen over hun lichaam kregen. Uit de resultaten bleek uiteindelijk dat de vrouwen gedurende het onderzoek regelmatig opmerkingen te horen kregen over hun lichaam. Daarnaast bleek ook dat de vrouwen meer kritiek kregen op hun lichaam dan dat ze hierover complimenten kregen. De bevindingen liggen in de lijn met het ander onderzoek waarin men tot de conclusie kwam dat vrouwen meer geneigd waren om andere vrouwen te objectiveren dan dat ze de intentie hadden om zichzelf als een object te evalueren (Strelan & Hargreaves, 2005).

Tenslotte blijkt uit studies dat seksueel objectivering in alledaagse ervaringen voorkomt bij alle groepen vrouwen (Kozee, Tylka, Augustus-Horvath, & Denchik, 2007). Zo gaven zowel blanke vrouwen als vrouwen met een andere etniciteit aan in het dagelijkse leven geconfronteerd te worden met seksueel objectiverende uitingen



(Moradi e.a., 2005). Daarnaast bleek dat ook de seksuele oriëntatie van vrouwen geen rol speelt (Kozee, 2007). In hun studie toonden Hill en Fischer (2008) aan dat lesbische en heteroseksuele vrouwen gelijkaardige niveaus van seksueel objectiverende rapporteren. Consistent met de bevindingen van voorgaand onderzoek (Kozee en Tylka, 2006) vonden zij dus dat lesbische vrouwen niet significant meer of minder ervaringen aangeven dan heteroseksuele vrouwen wat betreft interpersoonlijke vormen van seksuele objectivering.

Persoonlijke ontmoetingen die plaatsvinden in het dagelijkse leven zijn één gebied waarin seksuele objectivering zich kan voordoen. Een tweede gebied waarin seksuele objectivering volgens Frederickson & Roberts (1997) voorkomt is in de visuele media. Seksueel objectiverende uitingen zijn terug te vinden in advertenties, in videoclipps, op televisie en in andere media (Ferguson, Kreshel, & Thinkham, 2005; Stankiewicz & Rosselli, 2007). Daarnaast worden zowel mannen en vrouwen in de media op een seksuele objectiverende manier afgebeeld (Aubrey, 2011). In het volgende deel van deze literatuurstudie zal daarom uitgebreid verder ingegaan worden op hoe seksuele objectivering zich kan manifesteren in de visuele media en op welke manieren dit kan waargenomen worden.

## **1.2 Seksuele objectivering in de visuele media**

In dit deel van de literatuurstudie zal gekeken worden naar de verschillende manieren waarop seksuele objectivering zich kan voordoen in de visuele media. Hoewel talloze onderzoeker de seksuele objectivering in de media reeds onderzocht (Aubrey, 2004, 2011; Ward, 1995, 2003), blijft het onderzoeken van seksuele objectivering in de visuele media namelijk geen sinecure. Net zoals voor vele andere onderwerpen rond seks in de media is het voor onderzoekers moeilijk om seksuele objectivering te operationaliseren en concreet te bepalen hoe men dit kan waarnemen (De Graaf, Nikken, Felten, Janssens & Berlo, 2009). In dit tweede deel zal daarom een overzicht gegeven worden van de manier waarop seksuele objectivering zich kan voordoen in de visuele media. Dit laat niet alleen toe een inzicht te krijgen op hoe andere onderzoekers

dit concept reeds onderzocht hebben maar kan ook helpen bij het ontwikkelen van een eigen meetinstrument. In dit onderzoek worden er drie manieren onderscheiden waarop seksuele objectivering zich kan manifesteren in de visuele media en hoe dit kan waargenomen worden.

### 1.2.1 Gaze

Een eerste manier waarop seksuele objectivering in de visuele media zich kan manifesteren is via *gaze* (Frederickson & Roberts, 1997). Meer bepaald wanneer het lichaam van een personage visueel geïnspecteerd wordt. Visuele media portretteren namelijk frequent beelden waarin personage bekeken en geëvalueerd worden door anderen (Aubrey, 2011; Durham, 1998). Frederickson en Roberts (1997) noemen dit proces waarbij lichamen bekeken en beoordeeld worden door anderen de *sexually objectifying gaze*. *Gaze* kan in de visuele media op verschillende manieren voorkomen (Frederickson & Roberts, 1997). In eerste plaats kan *gaze* voorkomen in sociale interacties tussen personages. Verschillende personages worden dan samen afgebeeld en er is te zien hoe één bepaald personage aanhoudend bekeken wordt door een ander personage in beeld (Frederickson & Roberts, 1997). Er wordt als het ware benadrukt hoe een personage (*the gazed*) onderworpen is aan de seksueel objectiverende blik van een andere personages (*the gazer*).

*Gaze* die zich voordoet in sociale interacties in de visuele media wordt in de literatuur onnoemelijk verbonden met mannen. Meestal is er in de media namelijk te zien hoe mannen vrouwen ongewenst aanstaren of bekijken (Goffman, 1979; Grauerholz & King, 1997). Dat mannen voornamelijk in de rol van *the gazer* of seksueel objectieverder worden afgebeeld is wellicht te wijten aan de seksuele dubbele standaard die heerst in onze maatschappij en die weerspiegeld wordt in de media (Goffman, 1979). Zo worden mannen in hun relatie met vrouwen geacht worden zich actief te gedragen. Deze actieve rol die aan mannen wordt toegekend wordt in de media gereflecteerd door mannelijke karakters voor te stellen als degenen die seksueel gedrag initiëren (Kunkel, Cope-Farrar, Biely,

Farinola, & Donnerstein, 2001). Zo wees onderzoek van Aubrey (2004) uit dat in 60,4% van alle onderzochte televisieprogramma's mannelijke personages optraden als initiator van seksueel gedrag, terwijl in slechts 39,4% van de gevallen een vrouwelijke personage initiatiefnemer was.

Dat mannen voornamelijk in de rol van *the gazer* of seksueel objectiverende worden afgebeeld wordt ook bevestigd in empirisch onderzoek (Aubrey, 2011; Durham, 1998). Vooral in printadvertenties wordt gesuggereerd dat de *male gaze* prominent aanwezig is (Goffman, 1979). Een analyse van printadvertenties bijvoorbeeld wees uit dat er in de jeugdmagazines *Seventeen* en *YM* heel wat beelden te vinden waren waarin jongens op een wellustige manier naar meisjes starden (Durham, 1998). Zo toonde het blad *Seventeen* een advertentie voor het jeansmerk Lee waarin een jongen al starend naar het achterwerk van een meisje wordt afgebeeld. Naast printadvertenties, werd echter ook in andere media empirisch bewijs gevonden dat mannen in de visuele media vaker al starend en verlangend naar een vrouw worden afgebeeld. Uit een inhoudsanalyse van primetime televisiekomedies bleek dat 23% van het seksuele gedrag dat aanwezig was in deze programma's bestond uit mannen die vrouwelijke karakters aanstarden of nafloten (Lampman, Rolfe-Maloney, David, Yan, McCermott, Winters et al., 2002). Deze resultaten stemmen overeen met ander voorgaand onderzoek dat aantoonde dat 13% van de programma's die uitgezonden werden tijdens primetime beelden bevatten waarin mannen en jongens lonkten naar vrouwen en meisjes. (Grauerholz & King, 1997). Tenslotte werden ook in videoclippen aanwijzingen gevonden dat mannen vaker in de media verschijnen als degenen die vrouwen aan een visuele inspectie van het lichaam onderwerpen. Een recente inhoudsanalyse van videoclippen bijvoorbeeld wees uit dat mannelijke artiesten vaker afgebeeld werden terwijl ze naar de lichamen van vrouwen die rond hen verschenen keken (Aubrey, 2011). Niet alleen in reclameadvertenties en televisieprogramma's, maar ook in muziekvideo's werden mannen dus significant vaker dan vrouwen afgebeeld als *gazer* of seksueel objectiverend.

Terwijl aan mannen in onze samenleving een actieve rol wordt toegeschreven, worden vrouwen daarentegen geacht zich passief te

gedragen. In de media komen vrouwen hierdoor vooral aan bod als objecten wiens enige functie is om gezien en bekeken te worden door anderen (Baker, 2005). Een analyse van het modeblad *Vogue* en het meer algemene magazine *Time* wees uit dat vrouwen in 40% van de onderzochte advertenties geportretteerd werden op een manier die suggereert dat hun enige doel is om bekeken te worden (Lindner, 2004). Wanneer enkel gekeken werd naar het tijdschrift *Vogue* liep dit percentage zelfs op tot 59,2% van de advertenties (Lindner, 2004). Deze passieve functie die in de media aan vrouwen wordt toegeschreven maakt het dan ook niet geheel onlogisch dat wanneer mannen en vrouwen samen afgebeeld worden, het meestal de vrouw is die als *the gazed* of seksueel geobjectiveerde wordt afgebeeld. De idee dat vrouwen enkel decoratieve objecten zijn om naar gekeken te worden wordt bovendien nog eens versterkt door vrouwelijke personages zich op een provocatieve manier te laten kleden, zichzelf suggestief te laten aanraken of door het hoofd te laten wegdraaien (Hatton & Trautner, 2011; Kang 1997). Zo wees een vergelijkende analyse van printadvertenties tussen de jaren 1979 en 1991 uit dat er in 1991 meer vrouwelijke modellen afgebeeld werden terwijl ze hun hoofd wegdraaiden van de andere persoon in beeld (Kang, 1997). Daarnaast werden vrouwen in 1991 vaker naakt of in sexy kledij vertoond dan in 1979.

Hoewel onderzoek veel steun heeft gevonden voor de hypothese dat mannen in de media frequenter afgebeeld worden als *the gazer* of seksueel objectieverder, wil dit niet zeggen dat vrouwen niet als seksuele objectieverder verschijnen in de media. Het feit dat onderzoek heeft uitgewezen dat niet alleen vrouwen maar ook mannen steeds meer geobjectiveerd worden (Kolbe & Albanese, 1996), doet immers vermoeden dat ook vrouwen in toenemende mate zullen verschijnen in de rol van seksueel objectieverder. Het is bijgevolg nog steeds noodzakelijk in onderzoek aandacht te besteden aan genderverschillen wat betreft de seksuele objectieverder en de seksueel geobjectiveerde. Sommige auteurs hebben namelijk al bewijs gevonden voor de huidige media als een *equal opportunity objectifier* (Aubrey, 2011; Rohlinger, 2002). Niet alleen vrouwen, maar ook mannen hebben bijgevolg evenveel kans om seksueel

geobjectiveerd te worden of als seksueel objectieverder te worden afgebeeld.

### **1.2.2 Personage als verzameling van lichaamsdelen**

Een tweede manier waarop *gaze* en seksuele objectivering kan voorkomen in de visuele media is doordat een *gaze* wordt opgelegd door de camera. Seksuele objectivering wordt volgens Frederickson & Roberts (1997) namelijk gedefinieerd als het reduceren van vrouwen tot een lichaam of tot bepaalde individuele lichaamsdelen. Allerlei camerabewegingen zoals het inzoomen op een lichaamsdeel kunnen er bijgevolg voor zorgen dat de kijker gedwongen wordt om te kijken naar het lichaam of bepaalde lichaamsdelen van de personages die te zien zijn in de visuele media (Frederickson & Roberts, 1997). Concreet houdt deze vorm van seksuele objectivering dus in dat een personage wordt afgebeeld als een verzameling van lichaamsdelen. Een persoon wordt gescheiden van zijn of haar lichaam doordat er door de camera een overmatige nadruk wordt gelegd op het lichaam in plaats van op de persoon in zijn geheel (Frederickson & Roberts, 1997).

Het portretteren van vrouwen als lichamen en de letterlijke scheiding van lichaamsdelen van de rest van het lichaam wordt in de media vaak gebruikt om producten te verkopen (Gill, 2008). Reclame belicht namelijk bepaalde delen van het lichaam en verbindt hier een socioculturele standaard van aantrekkelijkheid of schoonheid aan. Adverteerders die een product willen verkopen spelen hier dan ook op in. Door beelden van geïdealiseerde lichamen en lichaamsdelen te tonen geven ze de consument de hoop ook aan deze idealen te kunnen voldoen wanneer ze hun product zouden consumeren (Lambiase & Reichert, 2003). Een analyse van reclameadvertenties bijvoorbeeld wees uit dat in bijna 97% van de advertenties mannelijke modellen gespierd of in goede fysieke vorm waren (Rudman & Verdi, 1993). Van de vrouwelijke modellen daarentegen promootte 40% het slankheidsideaal. In de helft van deze advertenties werd deze standaard bovendien nog eens extra benadrukt door vrouwen te scheiden van hun lichaam of door

lichaamsdelen te benadrukken via het plaatsen van een productlogo (Rudman & Verdi, 1993). Dit bevestigt nogmaals dat de media via het afbeelden van individuele en geïdealiseerde lichaamsdelen de consument een beeld voorhouden van hoe hij er moet uitzien en dat producten hen zouden kunnen helpen er even aantrekkelijk uit te zien.

Niet alleen in reclameadvertenties meer ook in andere media worden vrouwen en mannen echter regelmatig geportretteerd als louter lichamen of lichaamsdelen. Unger en Crawford (1996) analyseerden foto's die te zien waren in magazines en vonden dat de focus hierin ook meestal ligt op vrouwen hun lichaam of bepaalde lichaamsdelen. In sommige extreme gevallen werden vrouwen zelfs zonder hoofd afgebeeld. Daarnaast hebben ook verschillende andere studies bewijs gevonden dat er in de media bij vrouwen vaak sprake is van *body-ism bias*, waarbij het lichaam opmerkelijk vaker in beeld komt dan andere aspecten van een persoon (Lambiasi and Reichert 2006; Lindner, 2004). De meerderheid van deze studies heeft deze vorm van seksuele objectivering geoperationaliseerd door te meten of een focus op afzonderlijke lichaamsdelen zoals een blote buik, achterwerk, decolleté of borstkas al dan niet aanwezig is (Aubrey, 2011; Rudman & Hagiwara, 1992). Zo hebben inhoudsanalyses van videoclipps op deze manier aangetoond dat een groot deel van de seksuele content die aanwezig is in deze clips, ook seksueel objectiverende beelden van vrouwelijke en mannelijke lichaamsdelen bevat (Aubrey, 2011; Ward & Rivadeneyra, 2002).

Studies die deze vorm van seksuele objectivering bestudeerd hebben wezen ook uit dat vrouwen meer dan mannen als lichamen of lichaamsdelen worden afgebeeld (Archer, Iritani, Kimes & Barrios, 1983; Ward, 2003). In primetime televisieprogramma's en in muziekvideo's bijvoorbeeld ligt de focus opvallend vaker op vrouwenlichamen dan op het lichaam van mannen (Seidman, 1992). Daarnaast worden ook in reclame vrouwen, in vergelijking met mannen vaker afgebeeld als seksobjecten. Vrouwen werden in 20,8% van de gevallen afgebeeld als een seksobject, terwijl dit voor mannen slechts in 9,2% het geval was (Lin, 1998). Het feit dat vrouwenlichamen meer dan mannenlichamen worden afgebeeld worden in de media wil echter niet zeggen dat mannen niet seksueel

geobjectiveerd worden. Mannenlichamen worden ook in toenemende mate seksueel geobjectiveerd maar er wordt gesuggereerd dat deze op een andere manier geobjectiveerd worden dan vrouwenlichamen (Kolbe & Albanese, 1996). Zo wordt er gesteld dat mannen hun hoofd en gezicht vaker en gedetailleerder in beeld komt dan dat van vrouwen (Archer e.a., 1983). De verhouding tussen het afbeelden van hoofd en lichaam ligt dus anders voor beide geslachten. Terwijl er bij vrouwen eerder sprake is van een *body-ism bias*, spreekt men bij mannen over een *face-ism bias*, waarbij het hoofd meer prominent in beeld komt dan andere aspecten van de persoon (Archer e.a., 1983). Zo zou het gezicht van vrouwen vaker bedekt zijn of niet te zien zijn op foto's waarop hun borsten of achterwerk gedeeltelijk ontbloot zijn (Krassas, Blauwkamp & Wesselink, 2003).

Naast verschillen wat betreft de verhouding tussen hoofd en lichaam, zijn er daarnaast ook genderverschillen wat betreft de individuele lichaamsdelen waarop een focus wordt gelegd (Duncan, 1990; Kolbe & Albanese, 1996). Een beperkt aantal studies heeft daarom onderzocht welke lichaamsdelen in de visuele media vaak de focus van de afbeelding zijn (Krassas e.a., 2003; Rohlinger, 2002). Uit deze studies bleek eveneens dat vrouwenlichamen op een andere manier geobjectiveerd worden dan mannenlichamen. Zo wordt er bij vrouwen de nadruk gelegd op typisch vrouwelijke kenmerken die biologisch bepaald zijn of op lichaamsdelen die te maken hebben met seksuele activiteiten zoals borsten, heupen, dijen of geslachtskenmerken (Duncan, 1990). Bij mannen daarentegen wordt vooral gefocust op de torso of borstkas (Kolbe & Albanese, 1996). Meestal wordt daarbij ook aangegeven hoe gespierd deze lichaamsdelen zijn. Gespierde lichaamsdelen staan in de media namelijk vaak synoniem voor mannelijkheid (Rohlinger, 2002).

Tenslotte zijn er ook verschillen wat betreft de staat van ontkleding van deze mannelijke en vrouwelijke lichaamsdelen waarop de nadruk werd gelegd (Krassas e.a., 2003; Seidman, 1992). Typerend aan deze vorm van seksuele objectivering is immers dat lichamen of lichaamsdelen die benadrukt worden door de camera vaak gehuld zijn in weinig verhullende kledij of zelfs naakt afgebeeld worden (Kang, 1997). Verschillende onderzoekers hebben bijgevolg de kledingstijl of de hoeveelheid naakt van het personage

dat seksueel geobjectiveerd werd bestudeerd (Aubrey, 2011; Lindner, 2004). Reichert, Lambiase, Carstarphen, and Zavoina (1999) bijvoorbeeld codeerden in welke kledij vrouwelijke modellen in printadvertenties werden afgebeeld door vier categorieën qua kledingstijl te onderscheiden: dagelijkse kledij, suggestieve kledij, ondergoed of zwemkledij en geen kledij. Uit hun studie bleek dat vrouwelijke modellen grotendeels in één van de drie laatste categorieën konden worden ondergebracht. Ander onderzoek onderzocht dan weer in welke mate er in foto's uit magazines gefocust werd op de borsten/borstkas en het achterwerk van mannen en vrouwen en in hoeverre deze lichaamsdelen geheel of gedeeltelijk ontbloot werden (Krassas e.a, 2003). Uiteindelijk bleek dat op 62% van de onderzochte foto's de borsten van vrouwen gedeeltelijk te zien waren, terwijl op slechts 11% van de foto's mannen hun borstkas volledig of half ontbloot was. Wanneer naar de afbeelding van het achterwerk gekeken werd, bleek zelfs dat maar 1% van de mannen hun achterwerk gedeeltelijk of volledig ontbloot was, in tegenstelling tot 12% van de vrouwen (Krassas e.a, 2003). Vrouwen bleken dus niet alleen vaker seksueel geobjectiveerd te worden dan mannen maar verschenen ook vaker in hogere staat ontkleding wanneer hun lichaamsdelen geobjectiveerd werden. Deze bevindingen liggen in de lijn met andere analyses die reeds uitwezen dat vrouwen vaker in onthullende kledij worden getoond dan mannen (Aubrey, 2011; Seidman, 1992). Zo werden vrouwen in sommige films tot vier maal toe meer in suggestieve kledij getoond dan mannen (Greenberg, Siemicki, Dorfman, Heeter, Stanley, Soderman,& Linsangan, 1993).

### **1.2.3 Verbale opmerkingen**

Naast bovenstaande visuele vormen van seksuele objectivering, kan seksuele objectivering in de visuele media ook voorkomen in een verbale vorm. Onderzoek rond seksualiserende opmerkingen en commentaren heeft namelijk uitgewezen dat een deel van deze uitingen vaak ook seksueel objectiverend zijn (Ward, 1995; Lampan e.a., 2002). Niet alleen de visuele afbeelding van seksuele



objectivering moet bijgevolg bestudeerd worden, maar ook verbale manifestaties hiervan. Verbale seksuele opmerkingen in de media kunnen immers ook bijdragen aan het seksueel objectiveren van vrouwen. Zo heeft onderzoek uitgewezen dat wanneer mensen via de media worden blootgesteld worden aan objectiverende woorden (bv: gewicht, figuur, aantrekkelijk, glamour, slankheid, begerlijk, proportioneel, schoonheid) deze een staat van zelfobjectivering kunnen activeren (Roberts & Gettman, 2004).

Verbale seksuele opmerkingen komen in de media frequent voor. Vooral op televisie komt *sextalk* in heel wat programma's aan bod (Kunkel, Biely, Eyal, Cope-Farrar, Donnerstein & Fandrich, 2003; Kunkel, Eyal, Finnerty, Biely & Donnerstein, 2005). Onderzoek toonde aan dat in 2004-2005 ongeveer 68% van de programma's die het meest bekeken werden door adolescenten verbale seksuele boodschappen bevatten. De jaren voordien in 2001-2002 lag dit cijfer zelfs nog hoger en waren verbale seksuele boodschappen aanwezig in 80% van deze programma's. (Eyal, Kunkel, Biely & Finnerty, 2007). Hoewel deze cijfers erop wijzen dat verbale seksuele inhoud in de media vaak aan bod komen, hebben volgens Ward (2003) echter weinig studies geprobeerd om deze seksueel getinte uitingen meer grondig te onderzoeken. Slechts een paar studies hebben verbale opmerkingen verder geclassificeerd in verschillende types (Kunkel e.a, 2003; Ward, 1995). Weinig informatie is dan ook beschikbaar over de mate waarin seksuele opmerkingen ook seksueel objectiverend zijn. Ward's studie waarin seksuele opmerkingen onderverdeeld werden in 17 categorieën is wellicht één van de eerste en meest geparafraseerde onderzoeken dat gingen bestuderen of verbale opvatten ook aanwijzingen van seksuele objectivering bevatten (Ward, 1995). In haar studie van primetime programma's die het best bekeken waren door adolescenten analyseerde ze alle verwijzingen naar aspecten van seksualiteit en daaruit bleek dat 11,5% van de verbale boodschappen die aanwezig waren in primetimeprogramma's ook seksueel objectiverende opmerkingen over vrouwen bevatten. Daarenboven bleek dat mannen het als een spel of competitie zagen om de meeste opmerkingen te maken over het lichaam of uiterlijk van vrouwen (Ward, 1995).

Het beperkt aantal andere studies dat beschikbaar is heeft overigens ook uitgewezen dat verbale opmerkingen die als seksueel objectiverend worden aanschouwd meestal gaan over het uiterlijk van mannen en vrouwen. In een analyse van primetime televisieprogramma's werden maar liefst 573 uiterlijk gerelateerde opmerkingen geregistreerd. (Lauzen & Dozier, 2002). Mannen en vrouwen bleken daarbij in gelijke mate opmerkingen te geven over een ander personage zijn of haar uiterlijk maar mannen waren echter wel meer geneigd om andere mannen te beledigen en vrouwen te complimenteren. Vrouwen daarentegen gaven zowel mannen als vrouwen evenveel positieve als negatieve opmerkingen over hun uiterlijk maar kregen zelf wel twee keer zoveel meer commentaar over hun uiterlijk dan mannen (Lauzen & Dozier, 2002).

Seksueel objectiverend opmerkingen over het uiterlijk van vrouwen gaan daarnaast vaak over het lichaam of over individuele lichaamsdelen van vrouwelijke personages (Lampman e.a., 2002; Ward, 1995). Onderzoek wees uit dat zowat 16,5% van de seksuele opmerkingen die geregistreerd werden gingen over vrouwelijke lichaamsdelen of naaktheid (Lampman e.a., 2002). Vooral opmerkingen over vrouwen hun borsten werden daarbij gebruikt om de lichamen van vrouwen te seksualiseren. Op televisie werd naar vrouwen hun borsten verwezen met synoniemen zoals *jugs*, *boobs*, *knockers*, *breast* en *hooters* (Grauerholz en King, 1997). Daarenboven werd tegen vrouwen ook vaak gepraat op een denigrerende of beledigende manier (Cowan, Levy & Snyder, 1988). Grauerholz en King (1997) toonden aan dat vrouwen op televisie door mannen beschreven werden met allerlei denigrerende synoniemen die impliciet naar hun lichaam verwezen zoals *Broad*, *bimbo*, *dumb ass chick*, *toots*, *fox*, *babe* en *blondie*.

Studies rond verbale vormen van seksuele objectivering hebben bovendien uitgewezen dat opmerkingen over vrouwen hun lichaam vaak te vinden zijn in komische reeksen of ook wel sitcoms genoemd (Fouts & Burggraf, 1999; Fouts & Vaughan, 2002). Montemurro (2003) bijvoorbeeld vond in zijn studie dat grappen over vrouwen hun seksualiteit of hun lichaam dominant waren in komische programma's. Daarnaast vond hij ook dat commentaren die vrouwen karakteriseerden als seksobjecten prominent aanwezig in komische

series. Echt verwonderlijk zijn deze resultaten echter niet. Eerder onderzoek heeft namelijk reeds aangetoond dat seksuele content in komedies vaak tot uiting komt via grappen of dubbelzinnigheden (Sapolsky & Tabarlet, 1991; Shidler & Lowry, 1995).

Tenslotte zijn van alle seksueel objectiverende uitingen in komische reeksen verbale opmerkingen over vrouwen hun gewicht en lichaamsvorm frequent aanwezig (Fouts & Vaughan, 2002; Signorielli, 1997). Een analyse van sitcoms wees uit dat hoe dunner een vrouwelijk personage is, hoe meer positieve opmerkingen zij krijgt over haar uiterlijk van andere mannelijke tegenspelers (Fouts & Burggraf, 1999). Omgekeerd bleek ook dat hoe zwaarder een vrouwelijk personage is, hoe meer negatieve opmerkingen het personage te horen krijgt van andere mannelijke personages aanwezig in de scène (Fouts & Burggraf, 2000). Later onderzoek weerlegde deze resultaten echter door aan te tonen dat zowel mannen als vrouwen in gelijkaardige mate commentaren krijgen over hun gewicht (Fouts & Vaughan, 2002). Mannen kregen in 49% van de onderzochte televisieprogramma's en films opmerkingen over hun gewicht, vrouwen in 45%. Negatieve commentaren op vrouwelijke personages hun lichaam of hun gewicht gingen daarenboven vaak gepaard met publieksreacties zoals het gelach van het publiek (Fouts & Burggraf, 2000). Maar liefst 80% van de negatieve opmerkingen werd gevolgd door publieksreacties zoals "oohs" en gegiechel. De auteurs (Fouts en Burggraf, 2000) stellen dan ook dat komische series vaak op een humoristische manier impliciet standaarden over aantrekkelijkheid promoten. Zo beweren ze dat vrouwelijke kijkers via deze boodschappen gesocialiseerd worden dat ze slank moeten zijn om er aantrekkelijk uit te zien en om positieve opmerkingen te krijgen van mannen over hun uiterlijk (Fouts & Burggraf, 1999). Mannelijke kijkers daarentegen krijgen op deze manier de boodschap opgedrongen dat ze hun negatieve opmerkingen moeten houden voor vrouwen met een hoger lichaamsgewicht (Fouts & Burggraf, 1999). Mannen worden in de media namelijk 3 keer meer afgebeeld als degene die commentaar geven over iemands gewicht dan vrouwen (Fouts & Vaughan, 2002).

Concluderend kan er gesteld worden dat onderzoek heeft uitgewezen dat zowel visuele als verbale manifestaties van seksuele

objectivering op een regelmatige basis voorkomen in de media (Kunkel e.a, 2003; Lindner, 2004). Deze objectiverende uitingen die zich voordoen in visuele representaties of verbale opmerkingen kunnen de idee dat een vrouw haar waarde bepaald wordt door haar uiterlijk en haar sexappeal nog meer versterken (Frederickson & Roberts, 1997). Vooral televisie blijkt één van de media te zijn die heel wat visuele en verbale vormen van seksuele objectivering bevatten en die bepaalde standaarden van aantrekkelijkheid promoten (Grauerholz & King, 1997; Ward, 1995). In het volgend hoofdstuk wordt dan ook specifiek verder ingegaan op de relatie tussen seksuele objectivering en televisie en waarom het noodzakelijk is hier in wetenschappelijk onderzoek aandacht aan te besteden.

### **1.3 Seksuele objectivering en televisie**

In voorgaand deel werd reeds duidelijk dat ook televisieprogramma's niet ontsnappen aan vormen van seksuele objectivering. Studies hebben uitgewezen dat vrouwen op televisie frequent worden afgebeeld als een lichaam of lichaamsdeel, worden aangestaard door mannen of seksueel denigrerende opmerkingen krijgen over hun uiterlijk of lichaam (Fouts & Burggraf, 2000; Lampan e.a, 2002; Ward, 2003). In deze meesterproef die zich specifiek richt op de seksuele objectivering in populaire televisieprogramma's, is het bijgevolg belangrijk om in dit laatste deel even verder in te gaan op dit medium. Televisie was en is namelijk nog steeds een van de meest populaire media onder jongeren (Kaiser Family Foundation, 2003). Daarnaast bevat televisie ook heel wat seksualiserende en genderstereotiepe content (APA, 2007), wat relevant is in het teken van dit onderzoek naar seksuele objectivering.

#### **1.3.1 Televisie als populair medium**

In onze huidige maatschappij waarin de media prominent aanwezig zijn is het waarschijnlijk niet verwonderlijk: adolescenten brengen behoorlijk wat tijd door voor het televisiescherm. Uit Amerikaans

onderzoek blijkt dat adolescenten tussen 8 en 18 jaar gemiddeld drie tot vier uur spenderen aan televisiekijken (Roberts, Foehr & Rideout, 2005). In Europa liggen deze cijfers ongeveer in dezelfde lijn en blijkt uit onderzoek naar het mediagebruik van jongeren in Vlaanderen, Duitsland en Zweden dat jongeren tussen 6 en 17 jaar gemiddeld twee uur per dag televisie kijken. (Johnsson-Smaragdi, d Haenens, Krotz & Hasebrink, 1998). Televisie blijft dus ondanks de opkomst van allerlei nieuwe media, nog steeds zijn dominante positie behouden binnen het mediagebruik van Europese jongeren (Johnsson-Smaragdi e.a, 1998)

Dat adolescenten heel wat uren per dag besteden aan massamedia zoals tv ligt waarschijnlijk aan de makkelijke toegang die hebben tot deze media. Zo maakt de hoge graad van toegankelijkheid tot het televisietoestel het mogelijk voor vele adolescenten om heel wat uren te spenderen voor televisie (Roberts, 2000). Uit onderzoek naar jongeren hun mediagebruik en bezit bleek dat 97% van de ondervraagde huishoudens een tv bezat (Roberts, 2000). Daarnaast bleek ook dat in vele gezinnen adolescenten de mogelijkheid hebben om alleen televisie te kijken. Uit de studie van Roberts (2000) bleek dat gemiddeld twee derde van de adolescenten in zijn of haar kamer een eigen televisietoestel heeft waar zij ongecontroleerd kunnen kijken. Het is dan ook geen verassing dat onderzoek heeft aangetoond dat er een relatie is tussen het hebben van een eigen toestel in de kamer en het kijken van meerdere uren televisie per dag. Zo wees een longitudinale studie uit dat jongeren die een eigen televisietoestel hebben op hun kamer, afhankelijk van hun leeftijd, ongeveer drie tot vijf uur meer kijken dan jongeren zonder een eigen toestel (Eggermont, 2006).

Eén van de redenen dat televisie een populair medium blijft onder jongeren is wellicht te wijten is zijn informatieve waarde. Televisie wordt door jongeren immers vaak gebruikt als seksuele informatiebron (Brown, Childers, & Waszak, 1990; Strasburger & Donnerstein, 1999). Zo blijkt uit verschillende onderzoeken dat televisie, naast ouders, school en vrienden, een belangrijke opvoeder is als het gaat over seksueel gerelateerd thema's (Arnett, 1995; Kunkel e.a., 2005). Media hebben namelijk een belangrijk functie voor jongeren in het opstellen van normen en verwachtingen op

seksueel gebied (Brown, Halpern & L'Engle, 2005). Daarnaast heeft onderzoek aangetoond dat seksuele content op televisie frequent aanwezig is (Kunkel, et al., 2005).

### **1.3.2 Seksuele, geseksualiseerde en genderstereotiepe content**

De afgelopen decennia is de hoeveelheid seksuele content op televisie enorm gestegen. Vooral in programma's die populair zijn bij adolescenten is er een sterke stijging wat betreft de seksuele content waar te nemen. Onderzoek van Kunkel e.a. (2005) wees uit dat het percentage van populaire televisieprogramma's bij jongeren met seksuele content op enkele jaren tijd significant gestegen is. Zo bevatte in 1997-1998 gemiddeld 56% van de best bekeken programma's door jongeren seksuele inhoud, terwijl dit in 2004-2005 al opliep tot gemiddeld 70%. Uit het onderzoek bleek echter wel dat de aanwezigheid van seksuele content verschilt naargelang het genre van het programma. Zo bleek uit de inhoudsanalyse dat 92% van de films, 87% van de komedies en drama's en 85% van de soap die werden onderzocht, seksuele boodschappen bevatten.

In televisieprogramma's die populair zijn bij jongeren wordt er voornamelijk gepraat over seks. Seksuele boodschappen verschijnen dus voornamelijk in een verbale vorm. Onderzoek van 12 primetime programma's die het meest bekeken werden door adolescenten wees uit dat gemiddeld 29,4% van de interacties die zich voordeden op televisie gesprekken over seksuele thema's bevatten (Ward, 1995). Deze resultaten liggen in de lijn met ander onderzoek dat aangetoond heeft dat *sextalk* frequent aanwezig is in de meest populaire programma's onder jongeren (Kunkel e.a, 2003). Zo wees onderzoek van Farrer, Kunkel, Biely, Eyal, Fandrich & Donnerstein (2003) uit dat gesprekken over seks in meer dan één derde van de onderzochte programma's voorkwamen. Toch vonden niet alle onderzoeken steun voor een toename in de aanwezigheid van seksuele boodschappen. In 2004-2005 bijvoorbeeld was er sprake van een kleine daling wat betreft het aantal verbale seksuele boodschappen. Onderzoek toonde aan dat in 2001-2002 nog 80% van de programma's verbale seksuele

boodschappen bevatte, terwijl dit in 2004-2005 daalde naar 68% (Eyal, e.a., 2007).

Naast verbale seksuele boodschappen komen seksuele boodschappen ook frequent op een visuele manier aan bod in soaps en primetime programma's die zich richten op jongeren. Deze visuele boodschappen komen vaak voor in de vorm van seksueel gedrag of via het afbeelden of impliceren van de seksuele daad. Onderzoek van Kunkel (1999) bijvoorbeeld wees uit dat dat in bijna één derde van de onderzochte programma's seksueel gedrag voorkwam en dat in bijna één op 8 programma's de seksuele daad zelf werd afgebeeld. Deze resultaten stemmen overeen met later onderzoek (Farrer e.a, 2003) dat eveneens aantoonde dat seksueel gedrag in één op drie programma's voorkwam en de seksuele daad in één op acht programma's waar te nemen was. Daarnaast werden ook in onderzoek van Kunkel e.a (2003) gelijkaardige cijfers gevonden. Zo blijkt uit de analyse dat seksueel gedrag verscheen in één derde van alle televisieshows die onderzocht werden gedurende de periode 2001-2002 en dat in 14% van de onderzochte programma's geslachtsgemeenschap geïmpliceerd werd.

Dat onderzoek heeft aangetoond dat seksueel getinte uitingen in de media frequent aanbod komen is, zorgt voor bezorgdheid bij ouders en maatschappelijke instellingen. Volgens De Graaf e.a (2008) zorgt niet alleen de hoeveelheid seksuele content maar ook de manier waarop verbale en visuele seksuele boodschappen aan bod komen op televisie voor heel wat ongenoegen. De onrealistische en stereotypische beelden op televisie wijzen er immers op dat de seksuele content die te zien is op televisie sterk geseksualiseerd is (Grauerholz & King, 1997; Lin, 1997). Maatschappelijke debat is bijgevolg ontstaan over het vertekend beeld dat televisie in realiteit aan jongeren kan geven over seks en relaties. Onderzoek heeft namelijk al meermaals uitgewezen dat geseksualiseerde content zijn effecten kan uitoefenen op de houding, attitude en het gedrag dat jongeren vertonen met betrekking tot seks (Ward, 2002; Zurbriggen & Morgan, 2006). Studies die jongeren hun attitudes tegenover seks bestudeerden hebben bijvoorbeeld reeds uitgewezen dat meer uren televisiekijken tijdens primetime geassocieerd is met het hebben van meer recreatieve attitudes tegenover seks (Ward en Rivadeneyra,

1999). Daarnaast was ook een frequentere blootstelling aan seksueel geladen stereotiepe beelden op televisie gerelateerd aan meer stereotiepe attitudes bij adolescenten (Ward, Merriwether & Caruthers, 2006). Tenslotte heeft onderzoek ook aangetoond dat een grotere blootstelling aan seksuele content geassocieerd is met meer seksuele activiteit. Zo blijkt dat adolescenten die vaak soaps, komedies en drama's kijken, meer daten en meer ervaringen hebben met seksuele relaties (Ward en Rivadeneyra, 1999).

Bovenstaande vermelde effecten en het maatschappelijke debat rond het beeld dat televisie ophangt van seksualiteit hebben er voor gezorgd dat onderzoekers steeds meer aandacht zijn gaan besteden aan het bestuderen van de mate waarin televisiecontent seksualiserend is. De aangetoonde effecten doen immers vermoeden dat het aanbod op televisie een vertekend beeld geven van de alledaagse realiteit. Een groot deel studies is dan ook inhoudsanalyses gaan voeren naar de mate waarin mannen, en vooral vrouwen, op televisie stereotiep worden afgebeeld (Lin, 1997; Ward, 1995). Zo hebben verschillende studies in hun analyses bewijs gevonden dat mannen op televisie dominant aanwezig zijn (Somers-Flangan & Somers-Flangan & Davis 1993). Een analyse van tien populaire programma's bij kinderen bijvoorbeeld wees uit dat mannelijke personages in deze programma's twee keer zoveel te zien waren dan vrouwelijke personages (Sternglaz & Serbin, 1974). Deze resultaten stemmen overeen met recent onderzoek van jeugdprogramma's waaruit eveneens bleek dat mannelijke personages gemiddeld twee keer zo vaak verschenen op televisie dan vrouwelijke personages (Götz e.a, 2008).

Naast een dominante aanwezigheid van mannen, heeft onderzoek naar genderstereotiepe content ook aangetoond dat mannen en vrouwen op televisie vaak in stereotiepe rollen worden afgebeeld (Sommers-Flanagan e.a, 1993). Zo verschijnen mannen vaak in werkende posities op het scherm of worden ze afgebeeld als dominant en agressief (Goffman, 1979; Seidman, 1992). Vrouwen worden daarentegen meestal afgebeeld in afhankelijke, onderdanige rollen (Goffman, 1979). Een rol waarin vrouwen bijvoorbeeld vaak worden afgebeeld is die van het seksobject. Vrouwen worden op televisie frequent afgebeeld als lustobjecten wiens waarde enkel



gebaseerd is op hun fysieke verschijning en sexappeal (Grauerholz & King, 1997; Lindner, 2004). Onderzoek heeft dan ook uitgewezen dat vrouwelijke personages vaker dan mannelijke personages in schaars geklede of provocatieve kledij afgebeeld worden of terwijl ze suggestieve gebaren maken naar mannen (Seidman, 1992).

Het feit dat onderzoek heeft aangetoond dat vrouwen niet alleen minder vaak te zien zijn op tv, maar ook vaak verschijnen in stereotiepe rollen zoals dat van het seksobject, wijst er op dat de content op televisie niet alleen seksualiserend en genderstereotiep is maar bovendien ook seksueel objectiverend is (Ward, 2003). Onderzoekers zijn seksuele objectivering daarom in eerste instantie gaan onderzoeken in het kader van geseksualiseerde en genderstereotiepe content. Zo hebben verschillende onderzoekers die de seksualisering in de visuele media bestudeerden, ook vaak (on)bewust vormen van seksuele objectivering waargenomen (Lindner, 2004; Ward, 1995). In sommige onderzoeken naar seksualisering wordt objectivering zelfs rechtstreeks opgenomen in de definitie van seks of wordt het beschouwd als specifieke vorm van seksualisering (APA, 2007). In het onderzoek van de APA (2007) bijvoorbeeld naar de seksualisering van meisjes wordt seksuele objectivering als één van de 4 voorwaarden genoemd vooraleer men kan spreken van seksualisering. Dit bevestigt nogmaals dat beide begrippen nauw gerelateerd zijn aan elkaar en dat er een dunne lijn is tussen seksualisering, genderstereotiepe content en seksuele objectivering.

Concluderend kan gesteld worden dat er dringend nood is aan studies die de zich specifiek richten op het bestuderen van seksuele objectivering in televisieprogramma's. Onderzoek heeft namelijk uitgewezen dat televisie nog steeds een populair medium blijft onder jongeren (Roberts e.a., 2005) maar dat televisie door zijn geseksualiseerde, genderstereotiepe en seksueel objectiverende content een vertekend beeld ophangt van mannen en vrouwen (Seidman, 1992; Sommers-Flanagan e.a., 1993). Daarnaast zijn de onderzoeken die zich specifiek richten op seksuele objectivering schaars. Heel wat onderzoek heeft seksuele objectivering op televisie onderzocht in het kader van geseksualiseerde en genderstereotiepe inhoud (Lindner, 2004; Ward, 1995), maar weinig onderzoek heeft

seksuele objectivering op zich proberen te bestuderen. Een inhoudsanalyse die zich specifiek richt op het waarnemen van seksuele objectivering in populaire televisieprogramma's bij jongeren dringt zich dan ook op.

#### **1.4 Dit onderzoek**

In dit onderzoek zal de seksuele objectivering in populaire televisieprogramma's onder jongeren bestudeerd worden. De grote hoeveelheid seksuele en genderstereotiepe content die aanwezig is op televisie doet immers vermoeden dat deze content ook seksueel objectiverend is (Lin, 1997; Ward, 1995). Een eerste doel in dit onderzoek is daarom te onderzoeken of seksuele objectivering aanwezig is in populaire televisieprogramma's onder jongeren en in welke mate dit voorkomt. Daarnaast is het de bedoeling een inzicht te krijgen op hoe seksuele objectivering zich manifesteert in populaire televisieprogramma's en welke vormen van seksuele objectivering hierin vaak voorkomen. De eerste onderzoeksvraag is daarom als volgt:

**O1: Is seksuele objectivering aanwezig in populaire televisieprogramma's onder jongeren? In welke mate is dit aanwezig? Welke vormen van seksuele objectivering komen voor in deze programma's?**

Een tweede doel in dit onderzoek is de verschillen in de seksuele objectivering van mannen en vrouwen te bestuderen. De literatuur suggereert immers dat mannen en vrouwen op een andere manier seksueel geobjectiveerd worden (Archer e.a, 1983; Kolbe & Albanese, 1996). Zo heeft onderzoek uitgewezen dat vrouwen op televisie vaker geobjectiveerd worden dan mannen en dat mannen vaker de initiator zijn van seksuele objectivering (Aubrey, 2011; Seidman, 1992). De eerste twee hypothesen stellen dan ook dat vrouwen vaker in de rol van seksueel geobjectiveerde en mannen in de rol van seksuele objectiveerder worden afgebeeld.

**H1: Vrouwen zullen vaker dan mannen afgebeeld worden in de rol van seksueel geobjectiveerde.**

**H2: Mannen zullen vaker dan vrouwen afgebeeld worden in de rol van seksueel objectieverder.**

Er kan worden verwacht dat de trend dat vrouwen vaker dan mannen seksueel geobjectiveerd worden zich eveneens weerspiegelt in de verschillende types van seksuele objectivering. Meer bepaald heeft onderzoek rond televisie ook aangetoond dat vrouwen in een meer suggestieve en provocatieve verschijnen dan mannen (Krassas e.a., 2003; Seidman, 1992). Zo verschijnen vrouwen in de media vaak in suggestieve kledij, ondergoed of zwemkledij of zonder kledij (Reichert e.a., 1999). In een derde hypothese wordt daarom gesteld dat wanneer vrouwen seksueel geobjectiveerd worden, zij in een hogere staat van ontkleding zullen afgebeeld worden dan mannen.

**H3: Vrouwen zullen vaker dan mannen in een hoge staat van ontkleding verschijnen**

Vervolgens worden ook de verschillen tussen mannen en vrouwen wat betreft visuele vormen van seksuele objectivering onderzocht. Onderzoek heeft uitgewezen dat beelden van mannen die vrouwen aan een visuele inspectie onderwerpen prominent aanwezig zijn in televisieprogramma's (Lampman e.a., 2002). In dit onderzoek zal bijgevolg ook de hypothese dat de *male gaze* de vaakst voorkomende vorm van *gaze* is, getest worden.

**H4: Vrouwen zullen vaker dan mannen aan een visuele inspectie van het lichaam onderwerpen worden.**

Daarnaast zal ook onderzocht worden of vrouwen meer dan mannen worden afgebeeld als een verzameling van lichaamsdelen. Voorgaand onderzoek suggereert namelijk dat vrouwen vaker gescheiden worden van hun lichaam dan mannen (Seidman, 1992).

**H5: Vrouwen zullen vaker dan mannen afgebeeld worden als een verzameling van lichaamsdelen.**

Om af te ronden zullen ook de verschillen tussen mannen en vrouwen wat betreft verbale vormen van seksuele objectivering bestudeerd worden in dit onderzoek. Een studie toont aan dat vrouwen twee keer meer opmerkingen kregen over hun uiterlijk dan mannen en dat mannen eerder geneigd zijn om andere mannen te beledigen en vrouwen te complimenteren over hun uiterlijk (Lauzen & Dozier, 2002) Daarenboven bleek uit ander onderzoek dat verbale opmerkingen vaak gaan over het lichaam of individuele lichaamsdelen van vrouwelijke personages (Lampman, 2002). Wat betreft opmerkingen over het gewicht zijn de resultaten dan weer gemengd (Fouts & Burggraf, 1999; Fouts & Vaughan, 2002) . In dit onderzoek wordt daarom de vraag gesteld of er een verschil zal zijn tussen mannen en vrouwen wat betreft opmerkingen over het gewicht.

**H6: Vrouwen zullen vaker dan mannen seksueel objectiverende opmerkingen krijgen over hun schoonheid.**

**H7: Mannen zullen vaker dan vrouwen negatieve seksueel objectiverende opmerkingen maken over mannen hun uiterlijk en vaker positieve seksueel objectieve opmerkingen maken over vrouwen hun uiterlijk**

**H8: Vrouwen zullen vaker dan mannen seksueel objectiverende opmerkingen krijgen over hun lichaam of individuele lichaamsdelen.**

**O2: Is er een verschil tussen mannen en vrouwen wat betreft seksueel objectiverende opmerkingen over het gewicht?**

## 2 Methode

### 2.1 Steekproef

De steekproef bestond uit televisieprogramma's die het meest bekeken werden en dus het meest populair waren bij jongeren tijdens het jaar 2010. Deze programma's werden geselecteerd op basis van een survey bij jongeren (uitgevoerd in het kader van de doctoraatstudie van L. Vandenbosch;  $N = 1513$ ) waarin adolescenten tussen 12 en 18 jaar aangaven voor 48 programma's hoe vaak ze naar elk programma keken.

Op basis van de resultaten van de survey werden tien programma's opgenomen in de steekproef van het huidige onderzoek. Er werd gekozen om uitsluitend televisieseries op te nemen in onze steekproef. Een programma werd dus enkel geselecteerd indien dit voldeed aan de definitie van een televisieserie: een televisieprogramma met (regelmatig) terugkerende uitzendingen dat bestaat uit meerdere seizoenen en waarin meestal dezelfde hoofdrolspelers in terugkomen. Daarnaast werden ook animatieseries niet in de steekproef opgenomen. Enkel series waarin levende personen een rol spelen werden geselecteerd.

Tenslotte werden, om de analyse praktisch mogelijk te maken, enkel televisieseries die op dvd zijn uitgebracht opgenomen in de steekproef. Er werd eveneens gekozen om van elk geselecteerd programma het laatste seizoen dat in Europa op dvd werd uitgebracht te analyseren.

Indien een televisieprogramma niet voldeed aan bovengenoemde selectiecriteria werd het niet opgenomen in de steekproef en werd het vervangen door het eerstvolgende programma in rij dat hier wel aan voldeed. Deze methode werd toegepast totdat de steekproef bestond uit tien programma's.

Volgende programma's en seizoenen werden uiteindelijk geanalyseerd: FC De Kampioenen seizoen 20, The big bang theory seizoen 4, De Rodenburgs seizoen 2, House M.D seizoen 7, Flikken seizoen 10, Friends seizoen 10, Las Vegas seizoen 5, Voetbalvrouwen seizoen 3 en The Fresh Prince of Bel Air seizoen 6.

Wat betreft het aantal afleveringen, werd er gekozen om van elk programma zeven afleveringen te analyseren. Dit is het volgens Manganello, Franzini en Jordan (2008) namelijk het minimum aantal afleveringen dat dient gecodeerd te worden om tot een goede analyse op karakterniveau te komen. In totaal werden er dus 70 afleveringen geanalyseerd, wat gelijk staat aan 2657 minuten analysemateriaal. Van ieder onderzocht programma werd steeds de eerste aflevering geanalyseerd. De overige zes afleveringen van elk programma werden op toevalsbasis geselecteerd.

## **2.2 Codeerinstrument**

De onderzochte programma's werden gecodeerd op drie niveaus: programmaniveau, scèneniveau en karakterniveau. Allereerst werden op het programmaniveau de kenmerken van het programma onder de loep genomen. Nadien werden op het scèneniveau de kenmerken van de scènes nader bekeken. Een scène werd gedefinieerd als een verbale of non-verbale interactie tussen een aantal levende personen die zich afspeelt op één locatie op een bepaald moment (Ward, 1995).

Tenslotte werden op karakterniveau de kenmerken van de karakters gecodeerd. Deze werden ingevuld voor elk karakter dat een centrale rol speelt in het programma en dat regelmatig terugkeert.

Om de betrouwbaarheid van het codeerinstrument te testen werd ongeveer 30% (n=561) van alle onderzochte scènes (n=1860) dubbel gecodeerd. Met behulp van de syntax ontwikkeld door Hayes & Krippendorf (2007) voor SPSS, werd Krippendorf's alpha berekend voor elke variabele opgenomen op scèneniveau.

### **2.2.1 Programmaniveau**

Op programmaniveau werd als eerste de titel van het programma gecodeerd. Code 1 werd gecodeerd voor FC De Kampioenen, code 2 voor The Big Bang Theory, code 3 voor House MD, code 4 voor De Rodenburgs, code 5 voor Flikken, code 6 voor Las Vegas, code 7

voor Friends, code 8 voor CSI Miami, Code 9 voor Voetbalvrouwen en code 10 voor The Fresh Prince of Bel Air.

Vervolgens werd aangegeven of seksuele objectivering in het programma voorkwam of niet. Dit werd gecodeerd met een simpele ja/nee antwoordmogelijkheid (0= *nee*/ 1= *ja*).

Indien seksuele objectivering aanwezig was, werd vervolgens het aantal afleveringen met seksuele objectivering gecodeerd. Nadien werd hetzelfde gedaan voor het aantal afleveringen van het programma zonder seksuele objectivering.

Bovenstaande variabelen werden pas gecodeerd nadat alle afleveringen en scènes van een bepaald programma geanalyseerd waren.

## 2.2.2 Scèneniveau

Op scèneniveau is het codeboek onderverdeeld in verschillende delen. In het eerste deel werden de algemene kenmerken van de scène bevroegd. In het tweede deel werden de contextkenmerken van de scène bevroegd. Vervolgens werd de aanwezigheid van seksuele objectivering aangegeven. Indien seksuele objectivering aanwezig was, werden de kenmerken van de seksueel geobjectiverde/seksueel objectieverder en het type van seksuele objectivering gecodeerd. Nadien werden visuele en verbale vormen van seksuele objectivering afzonderlijk onderzocht. Tenslotte werden ook de frames die gebruikt werden bij seksuele objectivering gecodeerd.

### 2.2.2.1 Algemene kenmerken van de scène

**Observatienummer.** Elke scène kreeg een apart en uniek nummer toegekend waarmee de scène zich onderscheidt van andere scènes die geanalyseerd werden. Het observatienummer van een scène is een samengesteld getal. Het eerste cijfer van het observatienummer is het cijfer dat eveneens toegekend werd aan het programma. De cijfer(s) die volgen werden gevormd door het scènenummer.

**Scènenummer.** Dit nummer geeft weer welke plaats de scène inneemt binnen alle geanalyseerde afleveringen van het programma. De scènenummers volgen elkaar op totdat alle scènes uit alle afleveringen van het programma gecodeerd zijn.

**Duur.** De duur van de scène werd gecodeerd ( $\alpha = .70$ ). Dit werd uitgedrukt in seconden

**Codeur.** De codeur van de scène werd gecodeerd. Er kon gekozen worden tussen 2 verschillende codeurs (1=Vicky, 2=Kirsten)

**Programma.** De titel van het programma werd opnieuw gecodeerd ( $\alpha = 1.0$ ). Hiervoor werden dezelfde nummers gebruikt als op programmaniveau.

**Aflevering.** Tenslotte werd ook nummer van de aflevering gecodeerd ( $\alpha = 1.0$ ). Dit is het nummer binnen het onderzochte seizoen.

### 2.2.2.2 Context van de scène

**Aantal personages.** Een eerste variabele onderzocht het aantal personages die aanwezig waren in de scène ( $\alpha = .99$ ). Tot de personages die aanwezig waren in de scène werden enkel de personages gerekend die een actieve rol spelen. Personages die in de scène op de achtergrond verschenen als figurant en niet participeerden in de interactie door te spreken of te handelen, werden hier dus niet bijgeteld.

**Samenstelling geslacht.** Zodra geweten was hoeveel personages aanwezig waren in de scène werd de samenstelling wat betreft het geslacht van deze personages gecodeerd ( $\alpha = .99$ ). Zo werd er gecodeerd of de interactie plaatsvond tussen een man en een vrouw (=1), meerdere mannen en een vrouw (=2), meerdere vrouwen en een man (=3), meerdere mannen en vrouwen (=4), meerdere mannen (=5) of meerdere vrouwen (=6) of enkel een man (=7) of een vrouw (=8).

**Schoonheidsideaal.** Van de personages die aanwezig waren in de scène werd vervolgens ook gecodeerd of deze mannelijke ( $\alpha = .95$ ) en vrouwelijke personages ( $\alpha = .97$ ) voldeden aan het



schoonheidsideaal. Dit gebeurde met behulp van een ja (=1)/nee (=0) antwoordmogelijkheid. Vrouwelijke personage voldeden aan het schoonheidsideaal wanneer zij slank waren of wanneer zij een slank lichaam hadden met de juiste rondingen (bijvoorbeeld Beyoncé of Jennifer Lopez). Afwijkingen hiervan zoals teveel vet rond heupen, benen en borsten werden gezien als niet ideaal. Wat mannen betreft werd dan weer een gespierd lichaam waarvan de borstspieren goed zichtbaar zijn gezien als ideaal. Een smalle borst en overtollig vet rond de heupen, billen, benen en borst behoorden niet tot het schoonheidsideaal.

**Locatie.** Een volgende variabele onderzocht de locatie waar de scène zich afspeelde ( $\alpha=.94$ ). Er kon gekozen worden tussen living (=1), keuken (=2), slaapkamer (=3), badkamer (=4), tuin (=5), op straat (=6), in de wagen(=7), op kantoor/werk(=9), op school (=10), op café/bar/restaurant/disco (=11) of een andere locatie (=98)

**Thema.** Tenslotte werd er bij de contextkenmerken ook nagegaan wat het thema was van de scène. Mogelijke thema's konden werk ( $\alpha=.97$ ), liefde ( $\alpha=.98$ ), verleiding ( $\alpha=.95$ ), vriendschap ( $\alpha=.98$ ), romantiek ( $\alpha=.50$ ), familie ( $\alpha=.99$ ) of een ander thema ( $\alpha=.89$ ) zijn. Voor elk thema werd aangegeven met ja (=1) of nee (=0) of dit al dan niet aanwezig was. Het thema romantiek werd echter wel weggelaten vanwege de lage intercodeurbetrouwbaarheid ( $\alpha=.50$ ). Wanneer de interactie in de scène zich afspeelde tussen werknemers onderling of tussen werknemer(s) en werkgever(s) was het thema 'werk'. Speelde de interactie zich af tussen partners die een liefdesrelatie hadden en een diepe genegenheid en toewijding voor elkaar voelden werd er gesproken van 'liefde'. Was er in de scène een interactie waarbij een personage een ander probeerde te verleiden door middel van aanrakingen, verbale opmerkingen en/of flirten werd 'verleiding' als aanwezig gecodeerd. 'Vriendschap' was dan weer het thema als een interactie zich afspeelde tussen personages die elkaar kenden, die een vriendschapsband hadden opgebouwd en die elkaar vertrouwden en steunden. Speelde de interactie zich af tussen personages die met elkaar verbonden waren door een familieband (moeder-dochter, broer-zus) dan was het thema 'familie' aanwezig. Indien geen enkel van bovengenoemde thema's van toepassing was, kon geopteerd worden voor het thema 'ander'.

Hieronder vielen alle interacties tussen personages die niet dadelijk een band of relatie hadden zoals vreemden, kennissen en anderen.

### 2.2.2.3 Seksuele objectivering

**Seksualisering.** Om te beoordelen of er in de scène sprake was van seksualisering en/of seksuele objectivering ( $\alpha=.88$ ) werd gebruik gemaakt van de 4 indicaties die de APA (2010) vooropstelt om seksualisering te herkennen.

De eerste voorwaarde die de APA (2010) vooropstelt is dat de waarde van een personage bepaald moet worden door zijn/haar sexappeal of seksueel gedrag, zonder rekening te houden met andere karakteristieken. Bijvoorbeeld wanneer een aantrekkelijk vrouw voor een job solliciteert en de rekruteerders hoofdzakelijk focussen op haar sexappeal in plaats van andere kwaliteiten.

Een tweede voorwaarde om te spreken van seksualisering is volgens de APA dat een personage al dan niet als sexy moet beschouwd worden op basis van algemene standaarden omtrent fysieke aantrekkelijkheid. Bijvoorbeeld magazines die meisjes tips geven hoe ze hun haar moeten stylen om aantrekkelijk te zijn voor jongens.

Ten derde moet een personage ongewild verbonden worden met zijn/haar seksualiteit. Bijvoorbeeld wanneer een voorbijkomende vrouw in zomerkledij ongewild wordt aangestaard door mannen.

Ten vierde spreekt de APA (2010) over seksuele objectivering wanneer een personage word als een object voor andermans seksueel gebruik en niet als een persoonlijkheid die een eigen capaciteit heeft om zelf beslissingen te maken en/of acties te ondernemen. Bijvoorbeeld vrouwen die geportretteerd worden in sexy, suggestieve kledij en seksuele poses

Indien één of meerdere principes te zien waren in de onderzochte scènes werd seksuele objectivering als aanwezig (=1) gecodeerd. Indien geen van de principes te bespeuren waren in de scène werd seksuele objectivering gecodeerd als niet aanwezig (=0). Bij afwezigheid van seksuele objectivering werden de variabelen die

volgden en die peilden naar seksuele objectivering, gecodeerd met 98 (=er is geen seksuele objectivering).

#### **2.2.2.4 Kenmerken van de seksueel geobjectiveerde/seksueel objectiveerder**

**Seksueel geobjectiveerde: geslacht.** In de eerste variabele werd het geslacht van de seksueel geobjectiveerde gecodeerd ( $\alpha=.88$ ). Er kon gekozen worden tussen een man, meerdere mannen, een vrouw, meerdere vrouwen, een man en een vrouw of meerdere mannen en vrouwen.

**Seksueel objectiveerder: geslacht.** In de volgende variabele werd het geslacht van de seksueel objectiveerder gecodeerd ( $\alpha=.85$ ). Opnieuw konden dezelfde categorieën als bij bovenstaande variabele gecodeerd worden. Enkel de mogelijkheid 'niet van toepassing' (=99) werd bij deze variabele als keuzemogelijkheid toegevoegd. Dit werd gecodeerd wanneer bijvoorbeeld een camera seksuele objectiveerder is.

**Staat van ontkleding.** Met behulp van een 7 puntenschaal ( $\alpha=.88$ ) werd tenslotte de kledij van het personage dat seksueel geobjectiveerd werd gecodeerd (1= naakt, 2= gedeeltelijk naakt: lingerie of zwemkledij, 3= gedeeltelijk naakt: kledij die de aandacht trekt naar bepaalde lichaamsdelen, 4= bedekt maar spannende kledij, 5= bedekt, 6= wordt niet getoond, 7= meerdere kledingstijlen). De categorieën die hiervoor werden waren grotendeels geïnspireerd op Reichert e.a (1999) en werden aangevuld met andere categorieën. Zo werd code 1 gecodeerd wanneer het geobjectiveerde personage naakt of onbedekt was. Het personage droeg dan geen kledij en alle lichaamsdelen van het personage waren goed zichtbaar. Code 2 en 3 werden gecodeerd wanneer een personage gedeeltelijk naakt was. Het personage droeg dan lingerie, nachtkledij of zwemkledij (= code 2) of droeg kledij die de aandacht trekt naar bepaalde lichaamsdelen zoals bijvoorbeeld een diepe decolleté of minirok (= code 3). Code 4 werd gekozen wanneer het personage volledig bedekt was maar spannende kledij droeg die de seksualiserende lichaamsvormen benadrukte. Spannende t-shirts en jeans bijvoorbeeld bedekken wel

de huid maar kunnen wel strak aanpassen zodat ze bepaalde lichaamsdeken benadrukken. Dit in tegenstelling tot bedekkende kledij die de seksualiserende lichaamsvormen niet benadrukt zoals een lange broek of een lange trui (= code 5). Soms kon het eventueel ook zijn dat de seksueel geobjectiveerde niet getoond werd (= code 6). Daarnaast kon het ook zijn dat meerdere personages geobjectiveerd werden en deze in een verschillende staat van ontkleding getoond werden (= code 7).

### 2.2.2.5 Type seksuele objectivering

**Niveau van seksuele objectivering.** Vooraleer het codeboek zich opsplijste in visuele en verbale vormen van seksuele objectivering werd nog aangegeven om welke van deze vormen het ging in de scène ( $\alpha=.87$ ). Visuele vormen van seksuele objectivering werden gecodeerd met code 1, verbale vormen met code 2. Indien beide vormen voorkwamen in de scène werd code 3 gecodeerd.

### 2.2.2.6 Visuele vormen van seksuele objectivering

Indien er geen vorm van visuele seksuele objectivering aanwezig was in de scène maar wel een verbale vorm werden volgende variabelen gecodeerd als 99 (= andere vorm van seksuele objectivering).

**Gaze.** Deze variabele ging na of er in de scène al dan niet sprake was van *gaze* ( $\alpha=.87$ ). Met *gaze* werd er bedoeld dat een lichaam van een personage visueel geïnspecteerd of bekeken werd door andere personages of door de camera (Aubrey, 2011). De aanwezigheid van *gaze* werd in navolging van Aubrey (2011) aangegeven met behulp van een ja (=1) of nee (=0) antwoordmogelijkheid.

**Vorm van gaze.** Indien voorgaande variabele aangaf dat *gaze* aanwezig was in de scène werd in deze variabele gecodeerd om welke vorm van *gaze* het ging ( $\alpha=.86$ ). Mogelijkheden waren: een man die staart naar een vrouw (=1), meerdere mannen die staren naar een vrouw (=2), een vrouw die straalt naar een man (=3), meerdere

vrouwen die staren naar een man (=5), de camera die staart naar een man of vrouw (=6) verschillende vormen van gaze (=7) , een personage dat staart naar zichzelf (=8), man(nen) die staren naar man(nen) (=9) en vrouw(en) die staren naar vrouw(en) (=10).

**Personage wordt afgebeeld als een verzameling van lichaamsdelen.** In navolging van Aubrey (2011) onderzocht deze variabele eveneens of een personage werd afgebeeld als een verzameling van lichaamsdelen ( $\alpha=85$ ). Er waren drie keuzemogelijkheden. Eerst en vooral konden één of meerde lichaamsdelen van een personage worden benadrukt door de camera (=1), daarnaast kon een personage ook getoond worden zonder hoofd (=2). Indien geen van beide aanwezig was werd nee (=0) gecodeerd.

**Vrouwelijke lichaamsdelen die benadrukt worden:** Indien een vrouwelijk personage werd afgebeeld als een verzameling van lichaamsdelen werd gecodeerd welke lichaamsdelen juist benadrukt werden door de camera. Voor elk vrouwelijk lichaamsdeel dat benadrukt kon worden (volledig lichaam met ( $\alpha=.85$ ) of zonder hoofd ( $\alpha=.85$ ), borsten ( $\alpha=.86$ ), middenrif ( $\alpha=.87$ ), benen ( $\alpha=.87$ ), achterwerk ( $\alpha=.85$ ), heupen, dijen ( $\alpha=.87$ )) werd gecodeerd of een focus hierop al dan niet aanwezig is ( $0=nee$ ;  $1=ja$ ).

**Mannelijke lichaamsdelen die benadrukt worden.** Bij deze variabele werd hetzelfde gedaan zoals voorgaande variabele maar dan voor mannelijke personages. De aanwezigheid van een focus op het volledig lichaam met ( $\alpha=.88$ ) of zonder hoofd ( $\alpha=.87$ ), borstkas ( $\alpha=.87$ ), middenrif ( $\alpha=.87$ ), achterwerk ( $\alpha=.87$ ) of armen en schouders ( $\alpha=.87$ ) werd gecodeerd met ja (=1) of nee (=0).

### 2.2.2.7 Verbale seksuele objectivering

Indien er geen sprake was van verbale vormen van seksuele objectivering maar wel van visuele vormen van seksuele werden volgende variabelen gecodeerd als 99 (= andere vorm van seksuele objectivering).

**Opmerkingen over het uiterlijk in het algemeen.** Een eerste variabele onderzocht of opmerkingen over het uiterlijk in het algemeen aanwezig waren in de scène of niet ( $\alpha=.85$ ). Met

opmerkingen over het uiterlijk in het algemeen werden verbale uitingen met betrekking tot mooi/niet mooi zijn bedoeld. Zo kon een bepaald personage over een ander personage zeggen dat hij of zij mooi/lelijk is of er goed uitziet (=1) of kon het personage zelf een opmerking maken over zijn of haar uiterlijk (=2). Het kon natuurlijk ook zijn dat het personage zelf en een ander personage een opmerking maakten, dan werd gekozen voor de derde antwoordmogelijkheid (=3). Indien geen één van bovenstaande aanwezig was werd 0 (= nee) gecodeerd.

**Opmerkingen over het gewicht.** Een volgende variabele onderzocht of verbale opmerkingen over het gewicht al dan niet aanwezig waren in de scène ( $\alpha=.86$ ). Ook hier kon er gekozen worden of een personage een opmerking maakte over het gewicht van een ander personage (=1), een personage een opmerking maakte over zijn eigen gewicht (=2), beiden voorkwamen (=3) of niet voorkwamen (=0)

**Opmerkingen over lichaamsde(e)l(en).** Vervolgens werden ook verbale opmerkingen over lichaamsdelen gecodeerd (Lampman e.a, 2002) ( $\alpha=.80$ ). Opnieuw was het mogelijk dat een personage een opmerking maakte over één of meerdere lichaamsdelen van een ander personage (=1) of was het mogelijk dat een personage een opmerking maakte over zijn eigen lichaamsdelen (=2). Daarnaast kon het ook zijn dat zowel een ander personage als het personage zelf een opmerking maakten over één of meerdere lichaamsdelen (=3) of dat geen van allen voorkwamen (=0).

**Opmerkingen over vrouwelijke lichaamde(e)l(en).** Indien er aangegeven werd dat verbale opmerkingen over één of meerdere lichaamsdelen aanwezig waren in de scène, onderzocht deze variabele over welk lichaamde(e)l(en) juist een opmerking werd gemaakt. Bij vrouwelijke karakters konden er verbale opmerkingen gemaakt werden over het volledige lichaam ( $\alpha=.83$ ), het hoofd ( $\alpha=.87$ ), de borsten ( $\alpha=.86$ ), het middenrif ( $\alpha=.87$ ), het achterwerk ( $\alpha=.88$ ), de benen ( $\alpha=.88$ ) of de heupen of dijen ( $\alpha=.88$ ). Voor al deze lichaamsdelen werd aangegeven met een ja(=1)/nee(=0) antwoord of hierover een opmerking werd gemaakt.

**Opmerkingen over mannelijke lichaamde(e)l(en).** Net zoals voor vrouwelijke karakters werd er met een ja(=1)/nee(=0)

antwoordmogelijkheid aangegeven of opmerkingen over het volledige lichaam ( $\alpha=.86$ ), het hoofd ( $\alpha=.88$ ), de borsten ( $\alpha=.88$ ), het middenrif ( $\alpha=.88$ ), het achterwerk ( $\alpha=.88$ ) of de armen of schouders ( $\alpha=.88$ ) van mannelijke karakters al dan niet voorkwamen.

**Uiterlijk gerichte roepnamen voor personages.** In deze variabele werd bevraagd of er in de scène naar een personage verwezen werd met woorden of namen die te maken hebben met zijn/haar uiterlijk zoals dikkertje, blondje, kleintje of ander synoniemen (Grauerholz & King, 1997) ( $\alpha=.85$ ). Wederom was er bij deze variabele als keuzemogelijkheid of een personage een ander personage beschrijft op basis van zijn/haar uiterlijk (=1) of het personage dit over zichzelf doet (=2) of geen van beide aanwezig waren (=0)

**Aard opmerking(en).** Vervolgens werd gecodeerd of de verbale opmerkingen die gemaakt werden positief (=1) of negatief (=2) van aard waren of beiden (=3) ( $\alpha=.88$ ). Positieve opmerkingen werden gezien als een compliment, negatieve opmerkingen niet.

**Toon opmerking.** Tenslotte werd ook de toon van de verbale opmerking gecodeerd ( $\alpha=.86$ ). Deze kon humoristisch of plagend (=1) zijn. Een personage maakte dan een grapje of een flauwe, speelse opmerking over het uiterlijk van een ander personage met de bedoeling om alle andere personages die aanwezig waren aan het lachen te brengen. De toon kon ook flirtend zijn (=2). Een personage maakte dan een speelse opmerking over het uiterlijk van een ander personage en deed dit een seksuele context. Een derde mogelijkheid was dat de toon denigrerend of beledigend was (=3). Een personage maakte dan een opmerking over het uiterlijk van een ander personage met de bedoeling de ander neer te halen of op een ongepaste manier te kwetsen. De toon kon daarnaast ook vriendelijk zijn (=4). Een personage maakte dan een opmerking over het uiterlijk met de bedoeling om aardig te zijn. Wanneer meerdere verbale opmerkingen aanwezig waren in de scène en deze een verschillende toon hadden, kon ook gekozen worden voor de laatste categorie waarin aangegeven werd dat verschillende tonen aanwezig waren (=5).

### 2.2.2.8 Frames

**Framing.** In navolging van Aubrey(2010) werd bij de laatste variabele op scèneniveau nog gepeild naar de manier waarop seksuele objectivering geframed werd ( $\alpha=.80$ ). Ten eerste konden visuele of verbale vormen van seksuele objectivering in beeld worden gebracht vanuit een *appearance frame* (=1). De seksueel objectiverende act had dan betrekking op iemand uiterlijk en bevatte standaarden over hoe men er moet uit zien om mooi te zijn. Daarnaast kon er in de scène ook een *body ideal frame* (=2) aanwezig zijn. De seksuele objectiverende act had dan betrekking op iemands lichaam of individuele lichaamsdelen en bevatte standaarden over hoe deze er moeten uitzien. Indien de seksuele objectiverende act betrekking had op iemands gewicht en standaarden bevatte over welk gewicht al dan niet ideaal is, was er sprake van een *weight frame* (=3). Het *sexual frame* (=5) werd in dit onderzoek toegevoegd om seksuele objectivering die plaatsvindt in een seksuele context eveneens te onderzoeken. Tot slot kon er ook gekozen worden voor de optie ‘ander frame’ (=6) indien voorgaande frames niet van toepassing waren, of voor de optie ‘verschillende frames’(=7) wanneer meerdere seksuele objectiverende acts aanwezig waren in de scène.

### 2.2.3 Karakterniveau

**Observatienummer.** Eerst werd aan elk karakter een nummer toegekend. Personages uit FC De Kampioenen kregen een nummer van 1 tot 10 toegekend, de personages van de The Big Bang Theory van 11 tot 20, die van House van 21 tot 30, van De Rodenburgs van 31 tot 40, van Flikken van 41 tot 50, van Las Vegas van 51 tot 60, van Friends van 61 tot 70, van CSI Miami van 71 tot 80, van Voetbalvrouwen van 81 tot 90 en tenslotte kregen de personages van The Fresh Prince of Bel Air een nummer van 91 tot 100.

**Programma.** Hierna werd opnieuw het programma waarin het karakter een rol vervuld genoteerd. Dit was hetzelfde nummer van 1



tot en met 10, zoals dat eerder genoteerd werd op het programmaniveau en het scèneniveau.

**Aantal seksueel objectiverende scènes waarbij het personage betrokken is.** Vervolgens werd het aantal seksueel objectiverende scènes waarbij het personage betrokken was gecodeerd. Hetzelfde gebeurde daarna voor het aantal niet seksueel objectiverende scènes waarbij het personage betrokken was.

**Aantal scènes waarin het personage voorkomt als seksueel geobjectiverde.** Indien het personage voorkwam in een seksueel objectiverende scène(s) werd het aantal scènes waarin het personage voorkwam als seksueel geobjectiverde gecodeerd. Ook het aantal scènes waarin het personage voorkwam als seksueel objectiveerder werd hierna gecodeerd.

**Geslacht.** In deze variabele werd het geslacht van het karakter nagegaan. Vanzelfsprekend kon er gekozen worden tussen een man(=1) en vrouw(=2).

**Leeftijd.** Ook de leeftijd van het personage bevroegd. Er kon een keuze gemaakt worden tussen de categorieën 1=kind (<12 jaar), 2=tiener (12-18 jaar), 3=jong volwassene (19-24 jaar) of 4=volwassene (> 24 jaar).

**Lichaamsbouw man.** Indien het karakter een man was, werd de lichaamsbouw van het mannelijk personage in kwestie gecodeerd. Er kon gekozen worden tussen 1=zeer gespierd, 2=middelmatig gespierd, 3=niet gespierd, 4=normaal, 5=te dik of 6=te mager. Indien het ging over een vrouwelijk personage en niet over een mannelijk, werd er gekozen voor niet van toepassing (=99).

**Lichaamsbouw vrouw.** Indien het karakter een vrouw was, werd hetzelfde gedaan voor de lichaamsbouw van een vrouwelijk personage. Er kon gekozen worden tussen 1=zeer slank, 2=slank, 3=te mager, 4=normaal, 5=mollig of 6=te dik. Was het personage een man, werd bij deze variabele eveneens niet van toepassing aangeduid (=99).

### **3 Resultaten**

#### **3.1 Seksuele objectivering in populaire televisieprogramma's**

In dit eerste deel van de resultatensectie wordt een beeld geschetst van seksuele objectivering in populaire televisieprogramma's. Eerst en vooral wordt beschreven hoe vaak seksuele objectivering voorkomt in de onderzochte programma's, daarna wordt de context van seksueel objectiverende scènes in kaart gebracht. Tenslotte wordt ook beschreven hoe seksuele objectivering zich op een visuele en/of verbale manier manifesteert in deze programma's.

##### **3.1.1 Programma's**

In totaal kwam seksuele objectivering in alle tien programma's die geanalyseerd werden minstens één keer voor. In FC De Kampioenen, The Big Bang Theory, De Rodenburgs, Las Vegas, Friends, Voetbalvrouwen en The Fresh Prince of Bel Air kwam seksuele objectivering voor in alle geanalyseerde afleveringen. Bij CSI Miami en House MD kwam seksuele objectivering voor in zes van de zeven onderzochte afleveringen. In de meerderheid (90%) van de programma's kwamen dus meer afleveringen met seksuele objectivering voor dan afleveringen zonder seksuele objectivering. Zo wijst een dependent t-test ( $t(9) = -5.610, p < 0.01$ ) uit dat in gemiddeld 6,3 van de onderzochte afleveringen seksuele objectivering aanwezig was. Enkel in Flikken ligt het aantal afleveringen met seksuele objectivering beduidend lager dan het gemiddelde. Met amper twee afleveringen waarin seksuele objectivering voorkwam, was Flikken het enige programma waarin het aantal afleveringen zonder seksuele objectivering hoger lag.

Van alle programma's waren er in The Fresh Prince of Bel Air de meeste seksueel objectiverende scènes aanwezig. In 32,1 % ( $n=27$ ) van de geanalyseerde scènes ( $n=84$ ) van dit programma werd seksuele objectivering als aanwezig gecodeerd. Het programma wordt daarmee op de voet gevolgd door Las Vegas (27,8%), Friends (27,4%) en FC De kampioenen (26,1%). In deze programma's was

ongeveer 30% van alle geanalyseerde scènes seksueel objectiverend. The Big Bang Theory (20,9%) en Voetbalvrouwen (20%) vullen dit lijstje aan met één op vijf seksuele objectiverende scènes. De Rodenburgs (9,4%), CSI Miami (7,8) en House MD (4,4%) volgen met minder dan één scène op tien waarin seksueel objectivering aanwezig was. Flikken staat tenslotte opnieuw laatst met slechts 0,8% of twee scènes die seksuele objectivering bevatten.

### 3.1.2 Scènes

#### 3.1.2.1 Context

In totaal werden 1560 scènes geanalyseerd. Van deze scènes was 15,1% (n=280) seksueel objectiverend. Wanneer gekeken wordt naar de context van deze scènes waren er gemiddeld drie à vier personen aanwezig in seksueel objectiverende scènes. In niet objectiverende scènes waren gemiddeld drie personen aanwezig.

Wat betreft de samenstelling qua geslacht blijkt dat seksueel objectiverende scènes zich voornamelijk afspelen tussen meerdere mannen en meerdere vrouwen (21,8%) of tussen een man en een vrouw (24,6%). Deze samenstelling wordt gevolgd door meerdere mannen en een vrouw (16,1%) en meerdere vrouwen en een man (14,6%). In scènes met enkel meerdere mannen (12,1%) of enkel meerdere vrouwen (10%) kwam seksuele objectivering het minst voor. De samenstelling van seksueel objectiverende scènes verschilt bovendien van die van niet seksueel objectiverende scènes. Een chi-kwadraattest ( $X^2(7) = 49.624, p < 0.01$ ) toont aan dat er samenhang is tussen de aanwezigheid van seksuele objectivering en de samenstelling qua geslacht. Zo spelen niet seksueel objectiverende scènes zich voornamelijk af tussen een man en een vrouw (26,3%) of tussen meerdere mannen (21,3%), gevolgd door meerdere mannen en een vrouw (18,4%), meerdere mannen en meerdere vrouwen (12,9%), meerdere vrouwen (8,5%) en een man en meerdere vrouwen (7,2%).

Daarenboven wijst een test ( $X^2(2) = 26.776, p < 0.01$ ) ook uit dat er samenhang is tussen seksueel objectiverende scènes en het voldoen van personages aan het schoonheidsideaal. Zo toont een

analyse aan dat mannelijke personages die te zien zijn in seksueel objectiverende scènes vaker voldoen aan het schoonheidsideaal (32,9%) dan mannelijke personages die te zien zijn in niet seksueel objectiverende scènes (19,2%). Hetzelfde geldt overigens voor vrouwelijke personages. Van de vrouwelijke personage die te zien waren in seksueel objectiverende scènes voldeed 64,3% aan het schoonheidsideaal. In scènes waarin geen seksuele objectivering voorkwam daarentegen voldeed 49,7% aan dit ideaal. Dit verschil tussen vrouwelijke personages was opnieuw significant ( $X^2(3)=28.749, p<0.01$ ).

Als gekeken wordt naar de omgeving waarin seksueel objectiverend scènes zich afspelen, blijkt dat deze scènes zich in de eerste plaats afspelen in de living (23,8%). De tweede omgeving waarin seksuele objectivering zich frequent voordoet is op een andere locatie. Op de derde en vierde plaats staan de categorieën kantoor/werk (17,3%) en café/bar/restaurant/disco. In minder dan één op tien scènes komt seksuele objectivering voor in de slaapkamer (7,6%) of in de keuken (6,5%). Minder dan 3% van de seksueel objectiverende scènes speelt zich af op straat (2,5%), in de wagen (1,1%) of in de badkamer (0,7%).

Het thema waarin seksuele objectivering zich het vaakst in afspeelt is vriendschap. Bijna de helft (45%) van de seksueel objectiverende acts speelt zich af tussen vrienden. Het tweede thema waarin seksuele objectivering zich eveneens vaak voordoet is werk (25%), gevolgd door liefde (23,6%). Bijna één op vier seksueel objectiverende acts speelt zich af tussen werknemer en/of werkgevers of tussen partners in een liefdesrelatie. In één op vijf gevallen (20%) doet seksuele objectivering zich dan weer voor onder vreemden of kennissen (thema ander). Verleiding (12,5%) en familie (18,2%) zijn tenslotte thema's die minder vaak voorkomen in seksueel objectiverende scènes.

### **3.1.2.2 Visuele vormen van seksuele objectivering**

Zoals eerder vermeld kwam seksuele objectivering voor in iets minder dan één op vijf scènes (15,1%). Van deze seksueel

objectiverende scènes (n=280) bevatte 105 scènes of 37,5% een visuele vorm van seksuele objectivering. Dit cijfer ligt iets lager dan het aantal scènes (n=119) waarin een verbale vorm van seksuele objectivering voorkwam. Het verschil tussen beide vormen is echter niet significant ( $t(280)=1$ ,  $p>0.05$ ). Zo komen verbale vormen van seksuele objectivering ( $M= 0.627$ ,  $SD= 0.485$ ) niet significant vaker voor dan visuele vormen ( $M=0.573$ ,  $SD=0.496$ ) van seksuele objectivering. In 20% van de seksueel objectiverende scènes kwam zowel een visuele als verbale vorm van seksuele objectivering voor.

Wanneer er gekeken wordt naar *gaze*, een eerste visuele vorm van seksuele objectivering blijkt dat deze vorm aanwezig is in 167 scènes ofwel in 59,6% van alle seksueel objectiverende scènes. Van deze scènes waarin een *gaze* aanwezig is, komt de categorie man staart naar een vrouw het vaakst (22,5%) voor, gevolgd door de categorie camera naar vrouw (11,4%). De categorie vrouw naar man (6,1%) komt in minder dan één op tien seksueel objectiverende scènes met een *gaze* voor. Overige vormen van *gaze* zoals meerdere mannen naar vrouw (4,3%), *gaze* naar zichzelf (2,9%), man(nen) naar man(nen) (3,2%) of vrouwen naar vrouw(en) komen in minder dan 5% van deze scènes voor. Een *gaze* van meerdere vrouwen naar een man (0,7%) of van de camera naar een man (0,7%) komt tenslotte amper voor.

Naast *gaze*, komt een personage als verzameling als lichaamsdelen dan weer voor in 54,6% van de seksueel objectiverende scènes. Uit een bijkomende analyse blijkt dat bij vrouwelijke personages voornamelijk gefocust wordt op het volledig lichaam met hoofd (24,6%). Dit is bijvoorbeeld wanneer het volledige lichaam van personage in beeld wordt gebracht en dit visueel geïnspecteerd wordt door een ander personage of de camera. Naast het volledig lichaam met hoofd, worden ook vrouwen hun borsten frequent (16,4%) benadrukt. Andere mogelijke lichaamsdelen zoals het middenrif (1,4%), achterwerk (4,6%), benen (2,9%), heupen of dijnen (0,7%) worden echter niet zo vaak benadrukt. Wanneer gekeken wordt naar mannelijke personages blijkt eveneens dat op het volledig lichaam met hoofd het vaakst (8,2%) wordt gefocust. Dit wordt gevolgd door de borstkas (2,9%),

het middenrif (1,1%), het achterwerk (0,7) en de armen en/of schouders (0,4%).

### **3.1.2.3 Verbale vormen van seksuele objectivering**

Indien gekeken wordt naar verbale vormen van seksuele objectivering blijkt dat opmerkingen over het uiterlijk, meer bepaald opmerkingen die gaan over schoonheid (mooi/lelijk), voorkomen in 18,3% van de seksueel objectiverende scènes. In 16,5% van deze scènes maakte een personage een opmerking over een ander personage zijn/haar uiterlijk en in 1,1% maakte een personage een opmerking over zijn eigen schoonheid. In 0,7% maakt een personage zowel over een ander personage als over zichzelf een opmerking over zijn/haar schoonheid.

Verbale opmerkingen over het gewicht kwamen daarnaast voor in 10,4% van de seksueel objectiverende scènes. Minder dan 10% van deze scènes bevatten een opmerking over een ander personage zijn gewicht (7,5%), een personage zijn eigen gewicht (1,8%) of beiden (1,1%).

Verbale opmerkingen over het lichaam of bepaalde lichaamsdelen komen tenslotte voor 33,6% van de scènes waarin seksuele objectivering aanwezig was. In bijna 3 op 10 (30%) van deze scènes maakte een personage een opmerking over een lichaamsdeel van een ander personage, in 3,2% maakte een personage een opmerking over een eigen lichaamsdeel en in 0,4% waren beiden aanwezig. De opmerkingen die gaan over een lichaamsdeel gaan bij vrouwelijke personage voornamelijk over het volledig lichaam (19,6%), gevolgd door borsten (8,2%), hoofd (7,1%), achterwerk (2,9%), middenrif (0,7%), benen (0,7%) en heupen of dijen (0,7%). Bij mannen gaan deze opmerkingen in eerste plaats ook over het volledig lichaam (7,9%) of in andere gevallen over het hoofd (3,6%), borstkas (2,1%), middenrif (1,1%), achterwerk (0,4%) en over armen of schouders (1,1%).

## **3.2 Gendersverschillen in seksuele objectivering in populaire televisieprogramma's**

In dit tweede deel van de resultatensectie zal verder ingegaan worden op de verschillende manieren waarop mannen en vrouwen seksueel geobjectiveerd worden. Een tweede doel in dit onderzoek was namelijk een inzicht te krijgen in de verschillen tussen mannen en vrouwen wat betreft seksuele objectivering. Eerst wordt er gekeken naar de verschillen tussen mannen en vrouwen wat betreft hun rol als seksueel geobjectiveerde en seksueel objectiverende. Daarna worden beide geslachten vergeleken in het kader van visuele en verbale vormen van seksuele objectivering.

### **3.2.1 Seksueel geobjectiveerde en seksueel objectiverende**

Uit een eerste analyse naar de gendersverschillen blijkt dat het voornamelijk vrouwen zijn die in populaire televisieprogramma's seksueel geobjectiveerd worden. De variabele 'seksueel geobjectiveerde: geslacht' werd gehercodeerd in twee dummy variabelen: een variabele 'vrouw' en 'man' en een vergelijkende t-test van deze variabelen wijst uit dat in 60% van alle seksueel objectiverende scènes de seksueel geobjectiveerde een vrouw was, terwijl dit in slechts 25,4% een man was. Indien een man en vrouw of meerdere mannen en vrouwen samen seksueel geobjectiveerd werden daalt dit percentage naar respectievelijk 2,5% en 1,8% van alle seksueel objectiverende scènes. Daarnaast werden in seksueel objectiverende scènes ook meerdere vrouwen (8,9%) vaker als seksueel geobjectiveerde afgebeeld dan meerdere mannen (1,4%). Deze hogere frequenties van vrouwen die seksueel geobjectiveerd worden, worden niet alleen bevestigd in de uitgevoerde analyses maar zijn ook consistent met hypothese 1 van dit onderzoek. Een dependent t-test ( $t(279) = -7.973, p < 0.01$ ) van deze hypothese wijst namelijk uit dat vrouwen ( $M = 0.73, SD = 0.444$ ) in seksueel objectiverende scènes significant vaker in de rol van seksueel geobjectiveerde worden afgebeeld dan mannen ( $M = 0.31,$

$SD=0.464$ ). Zo verschijnen vrouwen gemiddeld meer dan twee keer zo veel als mannen in de rol van seksueel geobjectiveerde.

Analyses tonen daarnaast ook aan dat wanneer vrouwen seksueel geobjectiveerd worden, zij in een hogere staat van ontkleding verschijnen dan mannen. Van de seksueel geobjectiveerde vrouwen bijvoorbeeld droeg maar liefst 35,9% kledij die de aandacht trok naar bepaalde lichaamsdelen. Bij mannen daarentegen lag dit cijfer een stuk lager en droeg slechts 4,2% van de mannelijke personages die seksueel geobjectiveerd werden kledij die de nadruk vestigde op bepaalde lichaamsdelen. Een Chi-kwadraattest wijst dan ook uit dat er samenhang is tussen het geslacht van de geobjectiveerde en de staat van ontkleding ( $X^2(2)=35.854, p<0.01$ ). Omdat de oorspronkelijk chi-kwadraattest echter wel aangaf dat meerdere cellen een verwachte waarde kleiner dan 5 hadden, werd de variabele 'staat van ontkleding' gehercodeerd. Zo werden de categorieën 'naakt' en 'gedeeltelijk naakt: lingerie of zwemkledij' samengenomen en werden ook de categorieën 'bedekt maar spannende kledij' en 'bedekt' samengevoegd. Na deze aanpassing bleek dat 14,7% van de seksueel geobjectiveerde vrouwen in naakte of gedeeltelijk naakte toestand verschenen omdat ze lingerie of zwemkledij droegen. Dit in tegenstelling tot seksueel geobjectiveerde mannen die in amper 5,6% van de gevallen in naakte of gedeeltelijk naakte toestand werden afgebeeld. Wat overigens opvallend is aan de resultaten van deze test, is dat mannen bijna 2 keer zo vaak als vrouwen afgebeeld werden in verhullende of verhullende maar spannende kledij. Zo verscheen ongeveer 90% van de mannen in verhullende kledij, terwijl net geen 50% van de seksueel geobjectiveerde vrouwen in bedekkende of spannende kledij werden afgebeeld.

Wanneer er tenslotte gekeken wordt naar de rol van seksueel objectieverder, blijkt dat mannen ( $M=0.72, SD=0.48$ ) in seksueel objectiverende scènes significant vaker dan vrouwen ( $M=0.36, SD=0.449$ ) worden afgebeeld in de rol van seksueel objectieverder. De variabele 'seksuele objectieverder: geslacht' werd gehercodeerd in twee dummy variabelen: een variabele 'vrouw' en een variabele 'man' en nadien werden deze variabelen vergeleken in een t-test ( $t(247)=-6.703, p<0.01$ ). Deze analyse kon de tweede



hypothese uit dit onderzoek eveneens bevestigen. Zo blijkt dat in 51,4 % van de seksueel objectiverende scènes een man wordt afgebeeld als seksueel objectiveerder. In 23,9% van de gevallen daarentegen is een vrouw betrokken als seksueel objectiveerder. Verder blijkt ook dat meerdere mannen (11,4%) samen vaker in de rol van seksueel objectiveerder worden afgebeeld dan meerdere vrouwen (3,6%) samen. Een man en een vrouw en meerdere mannen en vrouwen tenslotte verschenen in 4,3% en in 3,2% van de seksueel objectiverende scènes als seksueel objectiveerder.

### 3.2.2 Visuele vormen van seksuele objectivering

In dit onderzoek werden twee hypothesen met betrekking tot visuele vormen van seksuele objectivering getest om mannen en vrouwen vergelijken. Allereerst werd de hypothese dat *male gaze* de meest voorkomend vorm van *gaze* is getest. Een beschrijvende analyse van de verschillende vormen van *gaze* wees reeds uit dat de categorie man staart naar een vrouw het vaakst (22,5%) voorkomt in seksueel objectiverende scènes waarin een *gaze* aanwezig is, gevolgd door de categorie camera naar vrouw (11,4%). Om te testen of deze verschillen tussen de verschillende vormen van *gaze* significant zijn werden 3 afzonderlijke dummy variabelen gemaakt: een variabele ‘*male gaze*’ met de categorieën man(en) staren naar vrouw(en), een variabele ‘*female gaze*’ met de categorieën vrouw(en) staren naar man(nen) en een variabele ‘*camera gaze*’ met de categorieën camera staart naar man(nen) of vrouw(en) . Nadien werd een one-way repeated-measures ANOVA uitgevoerd om te testen welk van deze drie vormen van *gaze* het meest frequent voorkwam in seksueel objectiverende scènes waarin een *gaze* aanwezig was. De resultaten tonen aan dat de *male gaze* inderdaad significant vaker voorkomt dan de andere vormen van *gaze* ( $F(2,254)=23.095, p<0.01$ ). Zo komt de *male gaze* ( $M=0.586, SD=0.004$ ) significant vaker voor dan de *female gaze* ( $M=0.148, SD=0.032$ ) en de *camera gaze* ( $M=0.266, SD=0.039$ ). De verschillen tussen een *female gaze* en een *camera gaze* waren niet significant. De hypothese dat mannen vrouwen vaker

aan een visuele inspectie van het lichaam onderwerpen dan omgekeerd wordt dus bevestigd.

Vervolgens werd getest of vrouwen vaker dan mannen als een verzameling van lichaamsdelen werden afgebeeld. Hiervoor werd de variabele 'seksueel geobjectiveerde: geslacht' gehercodeerd en herleid tot de categorieën man en vrouw. De categorieën waarin beide geslachten voorkomen werden weggelaten. Daarna werd om de hypothese te testen een chi-kwadraattoets uitgevoerd. Uit de analyse blijkt dat 84,8% van de seksueel geobjectiveerde mannen werd afgebeeld als een verzameling als lichaamsdelen. Bij de vrouwelijke seksueel geobjectiveerden bedroeg dit percentage 92%. In tegenstelling tot wat verwacht wordt in de hypothese, wijst de test ( $X^2(2) = 1.554, p > 0.05$ ) dan ook uit dat er geen significant verschil tussen mannen en vrouwen wat betreft het benadrukken van bepaalde lichaamsdelen. De resultaten van deze test moet echter wel genuanceerd worden. De chi-kwadraattest wijst namelijk uit dat in één enkele cel de verwachte waarde kleiner is 5. De test is bijgevolg niet geheel betrouwbaar.

### **3.2.3 Verbale vormen van seksuele objectivering**

Naast visuele vormen van seksuele objectivering, werden in dit onderzoek ook verbale vormen van seksuele objectivering vergeleken voor mannen en vrouwen. Allereerst werd er getest of vrouwen vaker dan mannen opmerkingen krijgen over hun schoonheid wanneer zij verbale seksuele objectivering plaatsvindt. Uit de analyse blijkt dat vrouwen (27,8%) wel iets vaker dan mannen (22,2%) opmerkingen krijgen over hun schoonheid wanneer zij verbaal seksueel geobjectiveerd worden maar dat dit verschil niet significant is ( $X^2(2) = 0.599, p > 0.05$ ). Een chi-kwadraattest bevestigd bijgevolg de hypothese niet.

Naast opmerkingen over schoonheid werd ook onderzocht of vrouwen vaker dan mannen opmerkingen krijgen over hun lichaam of individuele lichaamsdelen. In tegenstelling tot voorgaande hypothese, wijst een chi-kwadraattest ( $X^2(2) = 2.769, p > 0.01$ ) hier wel op samenhang tussen het geslacht van de seksueel

geobjectiveerde en opmerkingen over het lichaam of bepaalde lichaamsdelen. Zo kregen vrouwen (52,6%) vaker dan mannen (38,9%) opmerkingen over hun lichaam of lichaamsdelen wanneer verbale seksuele objectivering plaatsvond, kregen. Het verschil tussen beiden geslachten is volgens een chi-kwadraattest bovendien ook significant.

Vervolgens werd de hypothese getest of mannen vaker dan vrouwen negatieve opmerkingen maken over mannen hun uiterlijk. Een chi-kwadraattest wijst uit dat er samenhang is tussen het geslacht van de seksueel objectiveerder en de aard van de opmerking wanneer opmerkingen over het uiterlijk van man(nen) worden gemaakt ( $X^2(1)=10.529$ ,  $p<0,01$ ). Zo werden 76,5% van de negatieve opmerkingen die gingen over het uiterlijk van mannen gemaakt door een andere man of mannen. Vrouwen daarentegen maakten slechts in 29,4% negatieve opmerkingen over het uiterlijk van mannen. Opvallend is dat wanneer de opmerkingen gingen over vrouwen hun uiterlijk, er echter geen significant is tussen beiden geslachten. Een chi-kwadraattest wijst uit dat er geen samenhang is tussen het geslacht van het personage dat een opmerking maakt en de aard van de opmerking wanneer opmerkingen over vrouwen hun uiterlijk worden gemaakt ( $X^2(1)=2.528$ ,  $p>0.05$ ). Zo maakten mannen (75%) wel meer positieve opmerkingen over vrouwen hun uiterlijk dan andere vrouwen (60%), maar was dit verschil niet significant. De hypothese dat mannen vaker dan vrouwen negatieve opmerkingen maken over het uiterlijk van andere mannen en meer positieve opmerkingen maken over het uiterlijk van vrouwen wordt bijgevolg niet volledig bevestigd. De analyses wijzen uit dat het effectief zo is dat mannen vaker dan vrouwen negatieve opmerkingen maken over het uiterlijk van andere mannen maar dat mannen niet significant vaker positieve opmerkingen maken over het uiterlijk van vrouwen dan andere vrouwen.

Tenslotte trachtte een laatste onderzoeksvraag te onderzoeken of er een verschil is tussen mannen en vrouwen wat betreft opmerkingen over het gewicht. Een chi-kwadraattest werd daarvoor uitgevoerd. Uit de analyse blijkt dat zowel vrouwen als mannen niet vaak opmerkingen kregen over hun gewicht wanneer ze verbaal seksueel geobjectiveerd werden. Slechts 7,5% van de seksueel

geobjectiveerde mannen kreeg een opmerking over het gewicht, bij seksuele geobjectiveerde vrouwen was dit 14,7%. Het verschil tussen beide geslachten is ook niet significant ( $X^2(1) = 1.689, p > 0.05$ ).

## 4 Discussie

Dit onderzoek is ontstaan uit de nood aan inhoudsanalyses die de seksuele objectivering in populaire televisieprogramma's onder jongeren bestuderen. Verschillende studies bestudeerden seksuele objectivering reeds binnen verschillende media zoals magazines en videoclips, weinig studies besteden echter aandacht aan televisieprogramma's (Aubey, 2011; Unger & Crawford, 1996). Daarnaast was ook het aantal studies dat zich specifiek richt op het bestuderen van seksuele objectivering binnen het medium televisie beperkt (APA, 2007). Verscheidene inhoudsanalyses richten zich al op het bestuderen van seksuele en genderstereotiepe content op televisie, maar zo goed als geen studies richten zich specifiek op het bestuderen van seksuele objectivering op zich (Lindner, 2004; Ward, 1995). Het doel van deze masterproef was dan ook deze leemten in onderzoek op te vullen. Een kwantitatieve inhoudsanalyse van tien populaire televisieprogramma's werd hiervoor als methode gebruikt.

Een eerste doel in dit onderzoek was te onderzoeken of seksuele objectivering aanwezig is in populaire televisieprogramma's onder jongeren, in welke mate dit aanwezig is en hoe dit zich manifesteert? Uit de resultaten van de analyse blijkt dat seksuele objectivering aanwezig was in alle onderzochte programma's en dat het aantal afleveringen met seksuele objectivering het aantal afleveringen zonder seksuele objectivering overstijgt. Zo wijst een test uit dat seksuele objectivering gemiddeld in 6,3 afleveringen voorkwam. Daarnaast was seksuele objectivering aanwezig in 280 ofwel in 15,1% van de geanalyseerde scènes (n=1560). Het programma *The Fresh Prince of Bel Air* bevatte het meeste seksueel objectiverende scènes, het programma *Flikken* de minste.

Een ander resultaat dat naar voren kwam was dat seksuele objectivering zich voornamelijk voordoet in scènes met drie à vier personages, scènes met een man en een vrouw en in scènes met als locatie een living of leefruimte. Daarnaast blijkt ook dat seksuele objectivering zich vaak voordoet in scènes waarin de personages voldoen aan het schoonheidsideaal. Een test wees uit dat mannen en vrouwen in seksueel objectiverende scènes vaker voldoen aan het schoonheidsideaal dan mannen en vrouwen in niet objectiverende scènes. Deze bevindingen bevestigen nogmaals dat jongeren op

televisie frequent worden geconfronteerd met personages die voldoen aan schoonheidsidealen en dat deze idealen jongeren een beeld kunnen voorhouden van hoe zij er zouden moeten uitzien. Deze studie kan bijgevolg andere onderzoekers inspireren om het verband tussen schoonheidsidealen op televisie en het streven naar deze schoonheidsidealen via het manipuleren van het eigen lichaam, te onderzoeken. Onderzoek heeft namelijk reeds uitgewezen dat deze schoonheidsidealen uit de media geïnternaliseerd kunnen worden en ervoor kunnen zorgen dat iemand zichzelf als een object gaat zien dat hij of zij kan veranderen (Morry & Staska, 2001).

Verder blijkt uit dit onderzoek dat seksuele objectivering zich iets vaker voordoet op een verbale manier dan op een visuele manier. Vooral verbale opmerkingen over het lichaam of lichaamsdelen (33,6%) waren frequent aanwezig in seksueel objectiverende scènes. Een aanbeveling voor toekomstig onderzoek kan bijgevolg zijn om meer aandacht te schenken aan verbale vormen van seksuele objectivering. Vele van de studies rond seksuele objectivering richten zich namelijk uitsluitend op visuele vormen van seksuele objectivering en vergeten verbale manifestaties hiervan (Aubrey, 2004, 2011). Onderzoek heeft echter uitgewezen dat ook verbale vormen van seksuele objectivering invloed kunnen uitoefenen (Roberts & Gettman, 2004). Het is dan ook aangewezen om in de toekomst ook meer aandacht te besteden aan verbale vormen van seksuele objectivering.

Het feit dat dit onderzoek heeft uitgewezen dat verbale vormen van seksuele objectivering iets vaker aanwezig waren in populaire televisieprogramma's onder jongeren neemt echter niet weg dat er ook nog steeds aandacht moet besteed worden aan visuele vormen van seksuele objectivering. Een t-test wijst namelijk uit dat het verschil tussen beide vormen niet significant is. Daarnaast wijst dit onderzoek uit dat visuele vormen van seksuele objectivering prominent aanwezig zijn op televisie. In maar liefst 59,6% van de seksueel objectivering was een *gaze* aanwezig en in 54,6% van deze scènes werden één of meerdere lichaamsdelen van een personage benadrukt. Deze visuele vormen van seksuele objectivering waarin een *gaze* plaatsvond of waarin de borsten of borstkas van een man of vrouw benadrukt wordt, kunnen dan ook veronderstelt worden bij te

dragen aan het seksueel objectiveren van mannen en vrouwen in onze maatschappij. Onderzoekers en wetenschappers dienen de samenhang tussen deze seksueel objectiverende beelden en het seksueel objectiveren van mannen en vrouwen in het dagelijkse leven dus nog steeds verder te onderzoeken. Onderzoek heeft namelijk al meerdere malen uitgewezen dat seksuele objectiverende beelden geïnternaliseerd kunnen worden en kunnen bijdragen tot het seksuele objectiveren van bepaalde groepen in onze samenleving (Myers & Crowther, 2007). Daarenboven is het zien van zulke beelden ook vaak verbonden met allerlei gezondheidsproblemen zoals anorexia of depressies (Frederickson & Roberts, 1997). Het verband tussen het zien van zulke seksueel objectiverende beelden en hun gevolgen in het dagelijks leven blijven dan ook nog steeds een maatschappelijk punt van debat en iets wat onderzocht moet blijven worden.

Naast een exploratief onderzoek rond de seksuele objectivering in populaire televisieprogramma's, was een tweede doel in dit onderzoek te bestuderen op welke manier mannen en vrouwen anders seksueel geobjectiveerd worden. De literatuur wees namelijk uit dat er aanwijzingen waren dat mannen en vrouwen op verschillende wijzen geobjectiveerd worden. In dit onderzoek werden dan ook enkele hypothesen hierrond getest.

Allereerst werd de hypothesen getest of vrouwen in seksueel objectiverende scènes vaker dan mannen als seksueel geobjectiveerde worden afgebeeld. Uit de resultaten van de analyse blijkt dat deze hypothesen bevestigd wordt. Vrouwen worden significant vaker dan mannen in de rol van seksueel objectieverder afgebeeld. Daarnaast wezen de analyses ook uit dat vrouwen in een hogere staat van ontkleding verschenen wanneer zij seksueel geobjectiveerd werden. Vrouwen werden significant vaker dan mannen in kledij die de aandacht trekt naar bepaalde lichaamsdelen (bijvoorbeeld diepe decolleté, minirok) of in (gedeeltelijk) naakte toestand afgebeeld. Vervolgens werd ook de hypothesen of mannen vaker dan vrouwen in seksuele objectiverende scènes als seksueel geobjectiveerde worden afgebeeld. Ook deze hypothesen bleek in dit onderzoek bevestigd te worden. Hoewel de bevestiging van deze hypothesen in lijn ligt met de resultaten van andere onderzoekers (Kolbe & Albanese, 1996; Krassas e.a., 2003; Seidman, 1992), mag

echter niet zomaar geconcludeerd worden dat enkel en alleen vrouwen seksuele geobjectiveerd worden en dat enkel mannen afgebeeld worden als seksueel objectieverder. De analyses vertonen wel duidelijk aanwijzingen dat ook mannen seksueel geobjectiveerd worden en dat ook vrouwen in beeld worden gebracht als seksueel objectieverder. In de toekomst dient er dan ook nog steeds aandacht besteed te worden aan deze genderstereotiepe rolverdeling. Verschillende onderzoekers hebben namelijk al bewijs gevonden voor de media als een *equal opportunity objectifier* (Aubrey, 2011; Rohlinger, 2002).

Naast deze eerste drie hypothesen werden ook enkele hypothesen met betrekking tot visuele en verbale vormen van seksuele objectivering getest. Zo werd onderzocht of de *male gaze* de meest voorkomende vorm van *gaze* is in seksueel objectiverende scènes waar een *gaze* aanwezig is. Deze hypothese werd door het onderzoek eveneens bevestigd. De *male gaze* waarbij man(nen) staren naar vrouw(en) kwam significant vaker voor dan de *female gaze* waarbij vrouw(en) staren naar man(nen), en de *camera gaze*. De steun voor deze hypothese is bijgevolg niet alleen consistent met voorgaand onderzoek (Lampman e.a, 2002), maar wijst er ook op dat de media nog altijd de boodschap uitzenden dat mannen actief moeten zijn en het initiatief moeten nemen in seksuele situaties, terwijl vrouwen geacht worden zich passief te gedragen en zich op te stellen als een object dat dient om bekeken te worden.

Verder werd ook onderzocht of vrouwen vaker dan mannen worden afgebeeld als een verzameling van lichaamsdelen. In tegenstelling tot wat Seidman (1992) eerder aantoonde, werd deze hypothese niet bevestigd. Het resultaat moet echter wel genuanceerd worden aangezien de chi-kwadraattest rond deze hypothese niet geheel betrouwbaar was. Daarnaast werd ook de hypothese dat vrouwen vaker dan mannen opmerkingen kregen over hun schoonheid niet bevestigd. Dit kan te verklaren zijn door het feit dat ook mannen in toenemende mate worden geobjectiveerd en dat ook meer aandacht wordt besteed aan hun afzonderlijke lichaamsdelen en/of schoonheid. Vrouwen kregen echter wel vaker dan mannen opmerkingen hun lichaam of afzonderlijke lichaamsdelen. Deze hypothese bleek dus eveneens te kloppen.



Tenslotte bleek de hypothese dat mannen vaker dan vrouwen negatieve opmerkingen over mannen hun uiterlijk en positieve opmerkingen maken over vrouwen hun uiterlijk slechts gedeeltelijk bevestigd te worden. Mannen gaven inderdaad meer negatieve opmerkingen over andere mannen hun uiterlijk maar mannen maakten niet vaker dan vrouwen positieve opmerkingen over het uiterlijk van vrouw. Deze resultaten zijn dus tegengesteld aan het onderzoek van Lauzen & Dozier (2002).

Als laatste werd er ook de onderzoeksvraag gesteld of er genderverschillen zijn wat betreft opmerkingen over het gewicht wanneer mannen en vrouwen seksuele geobjectiveerd worden. De analyses hierrond wijzen uit dat er geen verschil is tussen beiden. Er moet echter wel opgemerkt worden dat opmerkingen over het gewicht in dit onderzoek zelden geregistreerd werden in deze analyse populaire televisieprogramma's. Onderzoek dat zich hier specifiek op richt en waarin een grotere steekproef wordt onderzocht kan bijgevolg tot andere resultaten leiden.

Concluderend kan gesteld worden dat dit onderzoek heeft aangewezen dat seksuele objectivering in populaire programma's onder jongeren voorkomt. Zo blijkt dat gemiddeld iets minder dan één op vijf van de scènes die in deze programma's verschijnen seksueel objectiverend zijn. Vooral een visuele focus op het lichaam of het uiterlijk van mannen en vrouwen wordt gebruikt om hen seksueel te objectiveren. Zo tonen de resultaten in dit onderzoek aan dat personages die in seksueel objectiverende scènes aanwezig zijn significant vaker voldoen aan het schoonheidsideaal dan personage in niet seksuele objectiverende scènes. Daarnaast wijzen de bevindingen uit dat *gaze*, gevolgd door een personage als een verzameling nog steeds de vaakst voorkomende types van seksuele objectivering zijn. Visuele vormen van seksuele objectivering nemen het dus duidelijk over van verbale vormen van seksuele objectivering.

Daarenboven wijzen de analyses uit dat vooral vrouwen hun lichaam aan een visuele inspectie wordt onderwerpen of dat hun lichaamsdelen worden benadrukt. De resultaten tonen dus aan dat voornamelijk vrouwen in populaire televisieprogramma afgebeeld worden in de rol van seksueel geobjectiveerde. Mannen daarentegen

verschijnen vaker in de rol van seksueel objectiveerder. De genderstereotiepe rollen waarin mannen en vrouwen in de media verschijnen worden dus nogmaals bevestigd en dienen in toekomstig onderzoek nog steeds bestudeerd te worden. Deze stereotiepe beelden van vrouwen als passieve objecten en mannen als actieve initiators van seksuele gedrag worden namelijk veronderstelt socialiserende boodschappen uit te dragen over de rollen van mannen en vrouwen in het dagelijks leven. Zo kunnen beelden van een *male gaze* de gedachte dat vrouwen hun enige functie is om gezien en bekeken te worden door anderen versterken. Een aanbeveling voor toekomstig onderzoek is bijgevolg deze stereotiepe rolpatronen die op televisie opgehangen worden, verder te onderzoeken.

Wat betreft effectenonderzoek is het dan weer noodzakelijk de vraag te stellen of deze seksuele objectivering in populatie televisieprogramma's onder jongeren problematisch is? Enerzijds klinkt het van wel. Seksueel objectiverende promoten namelijk vaak schoonheidsidealen. Jongeren kunnen deze beelden of boodschappen internaliseren en kunnen hierdoor zichzelf als een object gaan zien (zelfobjectivering), wat op zijn beurt kan leiden tot allerlei gezondheidsproblemen (Frederickson & Roberts, 1997). Daarnaast zijn deze seksueel objectiverende beelden en boodschappen vaak genderstereotiep en seksualiserend (Ward, 2003). Jongeren die zich richten tot televisie om te leren over seksualiteit kunnen hierdoor een vertekend beeld krijgen van seks en relaties in realiteit (Ward en Rivadeneira, 1999). Onderzoek is hier echter niet uitsluitend over. De tegenstrijdige gevoelens en meningen rond dit thema wijzen er dan ook op dat nog steeds aandacht besteed moet worden aan de relatie tussen seksueel objectiverende beelden en boodschappen in de media enerzijds en seksuele objectivering en allerlei (gezondheids)problemen in het dagelijks leven anderzijds.

## Referenties

- American Psychological Association, Task Force on the Sexualization of Girls. (2007). Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls. [13.12.2011, APA: <http://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf>]
- Aubrey, J.S. (2004). Sex and punishment: An examination of sexual consequences and the sexual double standard in teen programming. *Sex Roles*, 50(7-8), pp. 505-514.
- Aubrey, J. S. (2006). Effects of sexually objectifying media on selfobjectification and body surveillance in undergraduates: Results of two-year panel study. *Journal of Communication*, 56, 1–21.
- Aubrey, J. S., & Frisby, C. (2011). Sexual objectification in music videos: A content analysis comparing gender and genre. *Mass Communication & Society*, 14, 475-501.
- Archer, D., Iritani, B., Kimes, D. D., Barrios, M. (1983). Face-ism: Five studies of sex difference in facial prominence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 725-735.
- Arnett, J.J. (1995). Adolescents' uses of media for self-socialization. *Journal of Youth and Adolescence*, 24(5), pp. 519-534.
- Baker, C. N. (2005). Images of women's sexuality in advertisements: A content analysis of Black- and White-oriented women's and men's magazines. *Sex Roles*, 52, 13–27.
- Beentjes, J., d'Haenens, L., Voort, T. van der & Koolstra, C. (1999). Dutch and Flemish children and adolescents as users of interactive media, *Communications: the European Journal of Communication Research*, 24 (2): 145-66.
- Brown, J.D., Halpern, C.T., & L'Engle, K.L. (2005). Mass media as a sexual super peer for early maturing girls. *Journal of Adolescent Health*, 36(5), pp. 420–427.

- Brown, J.D., Walsh-Childers, K., & Waszak, C.S. (1990). Television and adolescent sexuality. *Journal of Adolescent Health Care*, 11(1), pp. 62-70.
- Carr, E. R., & Szymanski, D. M. (2011). Sexual objectification and substance abuse among young adult women (Major Contribution). *The Counseling Psychologist*, 39, 39-66.
- Calogero, R.(2004). A Test Of Objectification Theory: The Effect Of The Male Gaze On Appearance Concerns In College Women. *Psychology of Women Quarterly*, 28(1), 16-21.
- Calogero, R. M., Davis, W. N., & Thompson, J. K. (2005). The role of self-objectification in the experience of women with eating disorders. *Sex Roles*, 52, 43–50.
- Calogero, R. M. (2009). Objectification processes and disordered eating in British women and men. *Journal of Health Psychology*, 14, 394–402.
- Calogero, R. M., Herbozo, S., & Thompson, J. K. (2009). Complimentary weightism: The potential costs of appearance-related commentary for women's self-objectification. *Psychology of Women Quarterly*, 33, 120-132.
- Calogero, R. M., & Thompson, J. K. (2009). Sexual self-esteem in American and British college women: Relations with selfobjectification and eating problems. *Sex Roles*, 60, 160–173.
- Capitain M., Rodger R.F., Chabrol H. (2010) Unwanted sexual experiences, depressive symptoms and disordered eating among college students. *Eating Behaviors* 12 (1),86-89
- Cowan, G., Lee, C., Levy, D., & Snyder, D. (1988). Dominance and inequality in X-rated videocassettes. *Psychology of Women Quarterly*, 12, 299–311.
- Daniel S.,& Bridges S.K. (2009) The drive for muscularity in men: Media influences and objectification theory. *Body Image*,7(1), 32-38

- De Graaf, H., Nikken, P., Felten, H., Janssens, K., & van Berlo, W. (2008). *Seksualisering: Reden tot Zorg? Een verkennend onderzoek onder jongeren*. Utrecht: Rutgers Nisso Groep.
- Durham, M.G (1998). Dilemmas of desire-Representation of adolescent sexuality in two teen magazines. *Youth & Society*, 29, 369-389
- Driessen M. (2011).Geestelijke ongezondheid in Nederland in kaart gebracht. [20.12.2011, Centraal Bureau voor de Statistiek: <http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/EF66D80A-C019-4EF0-8D1354999C37EE/0/2011geestelijkeongezondheidinNederlandinkaartgebrachtart.pdf>]
- Engeln-Maddox, R., Miller, S. A., & Doyle, D. M. (2011). Tests of objectification theory in gay and lesbian samples: Mixed evidence for proposed pathways. *Sex Roles*, 65(7-8), 518-532.
- Eyal, K., Kunkel, D., Biely, E.N., & Finnerty, K.L. (2007). Sexual socialization messages on television programs most popular among teens. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51(2), pp. 316-336
- Eggermont, S. (2006) Developmental Changes in Adolescents' Television Viewing Habits: Longitudinal Trajectories in a Three-Wave Panel Study. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50 (4), pp.742-764
- Fairchild, K., & Rudman, L. A. (2008). Everyday stranger harassment and women's objectification. *Social Justice Research*, 21, 338-357.
- Farrar, K., Kunkel, D., Biely, E., Eyal, K., Fandrich, E. & Donnerstein, E. (2003). Sexual messages during prime-time programming. *Sexuality & Culture*, 7 (3), pp. 7-37
- Fouts, G., & Burggraf, K. (1999). Television situation comedies: Female body images and verbal reinforcements. *Sex Roles*, 40, 473-481.

- Fouts, G., & Burggraf, K. (2000). Television situation comedies: Female weight, male negative comments, and audience reactions. *Sex Roles*, 42, 925–932.
- Fouts G, Vaughan K. Television situation comedies: male weight, negative references, and audience reactions. *Sex Roles*. 2002;46:439–42.
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 73-206.
- Fredrickson, B. L., Roberts, T., Noll, S.M., Quinn, D.M., & Twenge, J.M. (1998). That swimsuit becomes you: Sex differences in selfobjectification, restrained eating, and math performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 7(1)5, 269-284.
- Ferguson, J. H., Kreshel P. J, & Tinkham S.F (1990).. In the Pages of Ms.: Sex Role Portrayals of Women in Advertising. *Journal of Advertising*, 19 (1) 40-51.
- Gill, R. (2008) Empowerment/Sexism: Figuring female sexual agency in contemporary advertising. *Feminism and Psychology*, 18, 35-60.
- Goffman, Erving (1979): *Gender Advertisements*. New York: Harper & Row/London: Macmillan
- Götz, M., Hofmann, O., Brosius, H.B., Carter, C., Chan, K., Donald, S.H., Fischerkeller, J., Frenette, M., Kolbjørnsen, T., Lemish, D., Lustyik, K., McMillin, D.C.; van der Molen, J.H., Pecora, N., Prinsloo, J., Pestaj, M., Ramos Rivero, P., Mereilles Reis, A.H., Saeys, F., Scherr, S., & Zhang, H. (2008). Gender in television worldwide: Results from a media analysis in 24 countries. *Television*, 21(X), pp. 4-9.
- Grauerholz & King (1997). Primetime sexual harassment. *Violence Against Women*, 3, 129-148.
- Greenberg, B. S., Siemicki, M., Dorfman, S., Heeter, C., Stanley, C., Soderman, A., & Linsangan, R. (1993). Sex content in Rated films viewed by adolescents. In B. S.Greenberg, J. D.

- Brown, & N. Buerkel-Rothfuss (Eds.), *Media, sex, and the adolescent* (pp. 45-58). Cresskill, NJ:Hampton Press.
- Greenleaf, C. (2005). Self-Objectification Among Physically Active Women. *Sex Roles*, 52 (1/2), 51-61.
- Hatton & Trautner (2011) Equal Opportunity Objectification? The Sexualization of Men and Women on the Cover of Rolling Stone. *Sexuality & Culture* (2011) 15:256–278
- Hayes, A. F., & Krippendorff, K. (2007). Answering the call for a standard reliability measure for coding data. *Communication Methods and Measures*, 1, 77-89.
- Hebl, M. R., King, E. G., & Lin, J. (2004). The swimsuit becomes us all: Ethnicity, gender, and vulnerability to self-objectification. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 1322-1331.
- Heimerdinger-Edwards S.R., Vogel D.L., & Hammer J.H (2011). Extending Sexual Objectification Theory and Research to Minority Populations, Couples, and Men. *The Counseling psychologist*, 39 (1), 140 -152
- Hill, M. S., & Fischer, A. R. (2008). Examining objectification theory: Lesbian and heterosexual women's experiences with sexual- and self-objectification. *Counseling Psychologist*, 36(5), 745-776.
- Jahly, S. & Killoy, A. (Prods.) & Jahly, S. (Regs.). (2010). *Killing us softly 4* [film]. Northampton: Media Education Foundation.
- Johnson-Smaragdi, U., d'Haenens, L., Krotz, F., & Hasebrink, U. (1998). Patterns of old and new media use among young people in Flanders, Germany and Sweden. *European Journal of Communication*, 13, 479-501
- Kaiser Family Foundation. (2001, December). *Generation Rx.com: How young people use the internet for health information*. Menlo Park, CA: Kaiser Family Foundation.
- Kang, M-E. (1997). The portrayal of women's images in magazine advertisements: Goffman's gender analysis revisited. *Sex Roles*, 37, 979-996.

- Klaï, T. (2005). Intergenerationele communicatie over seksualiteit. Symposium Seksuologisch Onderzoek, Nederlandse Vereniging voor Seksuologie
- Kolbe & Albanese (1996) Man to Man: A Content Analysis of Sole-Male Images in Male-Audience Magazines. *Journal of Advertising*; Winter96, Vol. 25 Issue 4, p1-20
- Kozee, H.B., & Tylka, T.L. (2006). A test of objectification theory with lesbian women. *Psychology of Women Quarterly*, 30, 348-357.
- Kozee, H. B., Tylka, T. L., Augustus-Horvath, C. L., & Denchik, A. (2007). Development and psychometric evaluation of the interpersonal sexual objectification scale. *Psychology of Women Quarterly*, 31(2), 176-189.
- Krassas, N. R., Blauwkamp, J. M., & Wesselink, P. (2003). "Master your Johnson": Sexual rhetoric in Maxim and Stuff magazines. *Sexuality & Culture*, 7, 98-119
- Kunkel, D., Cope-Farrar, K., Biely, E., Farinola, W., & Donnerstein, E. (2001). *Sex on TV2: A biennial report to the Kaiser Family Foundation*. Menlo Park, CA: Kaiser Family Foundation
- Kunkel, D., Eyal, K., Finnerty, K., Biely, E., & Donnerstein, E. (2005). *Sex on TV4: 2005*. Menlo Park, CA: Kaiser Family Foundation.
- Kunkel, D., Biely, E., Eyal, K., Cope-Farrar, K., Donnerstein, E., & Fandrich, R. (2003). *Sex on TV 3: A biennial report to the Kaiser Family Foundation*. Menlo Park, CA: Kaiser Family Foundation.
- Kunkel, D., Cope, K., & Biely, E. (1999). Sexual messages on television. Comparing findings from three studies. *Journal of Sex Research*, 36(3), pp. 230-236
- Lambiase J. & Reichert T. (2003). Is there a maxim effect? Men's magazines covers "sexed-up" for sales.
- Lampman, C., Rolfe-Maloney, B., David, E. J., Yan, M., McCermott, N., Winters, S., et al. (2002, Fall). Messages about sex in the



- workplace: A content analysis of primetime television. *Sexuality & Culture*, 6, 3-21
- Lauzen, M.M, & Dozier D.M (2002). You Look Mahvelous: An Examination of Gender and Appearance Comments in the 1999–2000 Prime-Time Season. *Sex Roles*, 49, 426-439
- Lin, C. (1998). Use of sex appeals in prime-time television commercials. *Sex Roles*, 38, 461-475.
- Lindner, K. (2004). Images of women in general interest and fashion advertisements from 1955 to 2002. *Sex Roles*, 51, 409-421
- Manganello JA, Franzini A, & Jordan A. (2008). Sampling television programs for content analysis of sex on TV: How many episodes are enough? *Journal of Sex Research*, 45(1), 9-16.
- Martins, Y., Tiggemann, M., & Kirkbride, A. (2007). Those speedos become them: The role of self-objectification in gay and heterosexual men’s body image. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 33, 634–647.
- McKinley, N. M., & Hyde, J. S. (1996). The objectified body consciousness scale: Development and validation. *Psychology of Women Quarterly*, 20, 181–215.
- Montemurro, B. (2003). Not a laughing matter: Sexual harassment as “material” on workplace-based situation comedies. *Sex Roles*, 48, 433-445.
- Moradi, B., Dirks, D., & Matteson, A. V. (2005). Roles of sexual objectification experiences and internalization of standards of beauty in eating disorder symptomology: A test and extension of objectification theory. *Journal of Counseling Psychology*, 52(3), 420-428.
- Moradi B., Huang (2008). Objectification theory and psychology of women: a decade of advances and future directions. *Psychology of women quarterly*, 32 (4), 377-398
- Morry, M.M., & Staska, S.L. (2001). Magazine exposure: Internalization, self-objectification, eating attitudes, and body

- satisfaction in male and female university students. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 33, 269-279.
- Myers, T. A., & Crowther, J. H. (2007). Sociocultural pressures, thinideal internalization, self-objectification, and body dissatisfaction: Could feminist beliefs be a moderating factor? *Body Image*, 4, 296–308.
- Nichter M. (2000). *Fat Talk: What Girls and Their Parents Say About Dieting*, Cambridge, MA: Harvard University Press, 2000. 263
- Noll, S. M., & Fredrickson, B. L. (1998). A mediational model linking self-objectification, body shame, and disordered eating. *Psychology of Women Quarterly*, 22, 623–636.
- Reichert, J., Lambiase, S., Carstarphen, M., & Zavoina, S. (1999). Cheesecake and beefcake: No matter how you slice it, sexual explicitness in advertising continues to increase. *Journalism and Mass Communications Quarterly*, 76(1), 7–20
- Roberts, D.F. (2000). Media and Youth: Access, Exposure, and Privatization. *Journal of adolescent health*, 27, pp. 8–14
- Roberts, D.F., Foehr, U.G., & Rideout, V. (2005). *Generation M: Media in the lives of 8-18 year-olds*. Menlo Park, CA: Kaiser Family Foundation.
- Roberts, T. A., & Gettman, J. Y. (2004). Mere exposure: Gender differences in the negative effects of priming a state of self-objectification. *Sex Roles*, 51, 17-27.
- Rohlinger, D. (2002). Eroticizing men: Cultural influences on advertising and male objectification. *Sex Roles*, 46, 61–74
- Rudman, W. J., & Verdi, P. (1993). Exploitation: Comparing sexual and violent imagery of females and males in advertising. *Women & Health*, 20, 1-14
- Rudman, W. J., & Hagiwara, A. S. (1992). Sexual exploitation in advertising health and wellness products. *Women and Health*, 18, 77-89.

- Sanchez D.T., & Kiefer A.K. (2007). Body Concerns In and Out of the Bedroom: Implications for Sexual Pleasure and ProblemsSource. *Archives of Sexual Behavior*, 36(6),808 - 820.
- Sapolsky, B.S., & Tabarlet, J.O. (1991). Sex in primetime television: 1979 versus 1989. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 35(4), pp. 505-516.
- Seidman, S.A. (1992). An investigation of sex-role stereotyping in music videos. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 36(2), pp.209-216.
- Shidler, J.A., & Lowry, D.T. (1995). Network TV sex as counterprogramming strategy during a sweeps period - An analysis of content and ratings. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 72(1), pp. 147-157.
- Signorielli, N. (1997). Reflections of girls in the media: A two-part study on gender and media. Kaiser Family foundation and Children NOW
- Sommers-Flanagan, R., Sommers-Flanagan, J., & Davis, B. (1993). What's happening on music television? A gender role content analysis. *Sex Roles*, 28(11-12), pp. 745-753.
- Slater, A., & Tiggemann, M. (2002). A test of objectification theory in adolescent girls. *Sex Roles*, 46(9), 343 – 349.
- Stankiewicz J.M & Rosselli F. (2007). Women as Sex Objects and Victims in Print Advertisements .*Sex Roles*,58 (7-8), 579-589.
- Steer, A., & Tiggeman, M. (2008). The role of self-objectification in women's sexual functioning. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 27(3), 205-225.
- Sternglanz, S.H. & Serbin, L.A. (1974) Sex role stereotyping in children's television programs. *Developmental Psychology*, 10(5), pp. 710-715

- Strasburger, V. & Donnerstein, E. (1999) Children, adolescents, and the media: Issues and solutions. *Pediatrics*; 103(1), pp. 129-140
- Strelan, P. & Hargreaves, D. (2005). Women who objectify other women: The vicious circle of objectification? *Sex Roles*, 52, 708-712.
- Swim, J. K., Hyers, L. L., Cohen, L. L., & Ferguson, M. J. (2001). Everyday sexism: Evidence for its incidence, nature, and psychological impact from three daily diary studies. *Journal of Social Issues*, 57, 31-53.
- Szymanski, D.M., & Henning, S.L. (2007). The role of Self-objectification in Women's Depression: A Test of Objectification Theory. *Sex Roles*, 56(1), 45-53.
- Tiggemann, M., & Kuring J.K. (2004) The role of body objectification in disordered eating and depressed mood. *British Journal of Clinical Psychology*, 43 (3), 299-311.
- Tylka, T. L., & Hill, M. S. (2004). Objectification theory as it relates to disordered eating among college women. *Sex Roles*, 51(11/12), 719-730.
- Unger, R. K. y Crawford, M. (1992): *Women and Gender. A feminist psychology*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Wagner Oehlhof, M. E., Musher-Eizenman, D. R., Neufeld, J. M., & Hauser, J. C. (2009). Self-objectification and ideal body shape for men and women. *Body Image*, 6, 308-310.
- Ward, L. M. (1995). Talking about sex: Common themes about sexuality in the prime-time television programs children and adolescents view most. *Journal of Youth & Adolescence*, 24, 595-615.
- Ward, L. M. (2002). Does television exposure affect emerging adults' attitudes and assumptions about sexual relationships? Correlational and experimental confirmation. *Journal of Youth & Adolescence*, 31, 1-15

- Ward, L.M. (2003). Understanding the role of entertainment media in the sexual socialization of American youth: A review of empirical research. *Developmental Review*, 23(1), pp. 347-388
- Ward, L. M., Merriwether, A., & Caruthers, A. (2006). Breasts are for men: Media use, masculinity ideology, and men's beliefs about women's bodies. *Sex Roles*, 55, 703-744
- Ward, L.M., & Rivadeneyra, R. (1999). Contributions of entertainment television to adolescents' sexual attitudes and expectations: The role of viewing amount versus viewer involvement. *Journal of Sex Research*, 36(3), pp. 237-249.
- Wiederman, M. W. (2000). Women's body image self-consciousness during physical intimacy with a partner. *Journal of Sex Research*, 37, 60-68.
- Zurbriggen, E. L., & Morgan, E. M. (2006). Who wants to marry a millionaire? Reality dating television programs, attitudes toward sex, and sexual behaviors. *Sex Roles*, 54, 1-17.

## **Bijlagen**

## 1. Programmaniveau

**CodeurP:** 1= Vicky; 2 = Kirsten

**V1\_id Observatienummer:**

**V1\_1 Naam programma:**

- 1= FC De Kampioenen
- 2 = The Big Bang Theory
- 3 = House MD
- 4 = De Rodenburghs
- 5 = Flikken
- 6 = Las Vegas
- 7 = Friends (seizoen 10)
- 8 = CSI Miami
- 9 = Voetbalvrouwen
- 10 = Fresh Prince of Bel Air

**V1\_2 Seksuele objectivering**

0 = Nee

1 = Ja

**V1\_3 Aantal afleveringen van het programma met seksuele objectivering:**

**V1\_4 Aantal afleveringen van het programma zonder seksuele objectivering:**

## 2. Scèneniveau

*Een scène wordt gedefinieerd als een verbale of non-verbale interactie tussen een aantal levende personen die zich afspeelt (op één locatie) op een bepaald moment (Ward, 1995)*

**CodeurS:** 1= Vicky; 2 = Kirsten

**V2\_id Observatienummer:**

**V2\_scene Scènenummer (nummer binnen programma):**

**V2\_1 Duur scène (in seconden):**

**V2\_2 Programma:**

**V2\_3 Aflevering (in overeenstemming met nr seizoen):**

### CONTEXT

**V2\_4 Aantal personages aanwezig in de scène:**

**V2\_5 Samenstelling personages: geslacht**

- 1 = Scène speelt zich af tussen een man en vrouw
- 2 = Scène speelt zich af tussen meerdere mannen en een vrouw
- 3 = Scène speelt zich af tussen meerdere vrouwen en een man
- 4 = Scène speelt zich af tussen meerdere mannen en vrouwen
- 5 = Scène speelt zich af tussen meerdere mannen
- 6 = Scène speelt zich af tussen meerdere vrouwen
- 7 = Scène met enkel een man
- 8 = Scène met enkel een vrouw

**V2\_6 Samenstelling personages: leeftijd (kind = <12jaar;  
tiener = 12-18jaar ; jongvolwassene = 19-24jaar ;  
volwassene = >24jaar)**

- 1 = scène speelt zich af tussen kind(eren) – kind(eren)
- 2 = scène speelt zich af tussen tiener(s) – kind(eren)



- 3 = scène speelt zich af tussen jongvolwassene(n) – kind(eren)
- 4 = scène speelt zich af tussen volwassene(n) – kind(eren)
- 5 = scène speelt zich af tussen tiener(s) – tiener(s)
- 6 = scène speelt zich af tussen tiener(s) – jongvolwassene(n)
- 7 = scène speelt zich af tussen tiener(s) – volwassene(n)
- 8 = scène speelt zich af tussen jongvolwassene(n) – jongvolwassene(n)
- 9 = scène speelt zich af tussen jongvolwassene(n) – volwassene(n)
- 10 = scène speelt zich af tussen volwassene(n) – volwassene(n)
- 11 = scène speelt zich af met enkel één personage

**Samenstelling personages: schoonheidsideaal:** (Mannen met gespierde lichamen (waarvan de borstspieren goed zichtbaar zijn) worden gezien als ideaal. Een smalle borst en overvloedig vet rond de heupen, billen, benen en borst worden gezien als niet ideaal. Vrouwen met een mager lichaam of een slank lichaam met juiste rondingen (grote borsten en goed gevormde heupen) worden gezien als ideaal. Teveel vet rond heupen, benen en borsten wordt gezien als niet ideaal)

**V2\_7 Man(nen) voldoet aan schoonheidsideaal**

0 = Nee

1 = Ja

2 = Sommige personages voldoen aan het schoonheidsideaal

99 = Niet van toepassing

**V2\_8 Vrouw(en) voldoet aan schoonheidsideaal**

0 = Nee

1 = Ja

2 = Sommige personages voldoen aan het schoonheidsideaal

99 = Niet van toepassing

**V2\_9 Kind(eren) voldoet aan schoonheidsideaal**

0 = Nee

1 = Ja

2 = Sommige personages voldoen aan het schoonheidsideaal

99 = Niet van toepassing

### **V2\_10 Tiener(s) voldoet aan schoonheidsideaal**

0 = Nee

1 = Ja

2 = Sommige personages voldoen aan het schoonheidsideaal

99 = Niet van toepassing

### **V2\_11 Jongvolwassene(n) voldoet aan schoonheidsideaal**

0 = Nee

1 = Ja

2 = Sommige personages voldoen aan het schoonheidsideaal

99 = Niet van toepassing

### **V2\_12 Volwassene(n) voldoet aan schoonheidsideaal**

0 = Nee

1 = Ja

2 = Sommige personages voldoen aan het schoonheidsideaal

99 = Niet van toepassing

### **V2\_13 Locatie**

1 = Living

2 = Keuken

3 = Slaapkamer

4 = Badkamer

5 = Tuin

6 = Op Straat

7 = Wagen

9 = Kantoor/werk

10 = School

11 = Café/bar/restaurant/disco

12 = Weet niet

98 = Ander

## Thema's

**V2\_14 Werk** (interactie speelt zich af tussen werknemers en/of werkgevers)

0 = Nee

1 = Ja

**V2\_15 Liefde** (interactie speelt zich af tussen partners die een liefdesrelatie hebben en een diepe genegenheid en toewijding voor elkaar voelen)

0 = Nee

1 = Ja

**V2\_16 Verleiding** (interactie waarbij een personage een ander probeert te verleiden dmv aanrakingen, verbale opmerkingen, flirten)

0 = Nee

1 = Ja

**V2\_17 Vriendschap** (interactie speelt zich af tussen personages die elkaar kennen, een vriendschapsband hebben opgebouwd, elkaar vertrouwen en steunen)

0 = Nee

1 = Ja

**V2\_18 Romantiek** (interactie tussen personages speelt zich af in een romantische setting waarbij de personages exclusieve aandacht aan elkaar schenken en elkaar proberen te behagen bv: kaarslicht, strandwandeling, diner, haardvuur)

0 = Nee

1 = Ja

**V2\_19 Familie** (interactie tussen personages die met elkaar verbonden dmv familieband bv: moeder-dochter, broer-zus)

0 = Nee

1 = Ja

**V2\_20 Ander** (Een ander thema dan bovenstaande thema's is van toepassing, dit wordt gaandeweg aangevuld bv. Kennissen of vreemden)

0 = Nee

1 = Ja

## **SEKSUELE OBJECTIVERING**

**V2\_21 Seksualisering** (op basis van definitie APA = De waarde van een personage wordt bepaald door zijn/haar seksappeal of seksueel gedrag, zonder rekening te houden met andere karakteristieken; een personage wordt al dan niet als sexy beschouwd op basis van algemene standaarden omtrent fysieke aantrekkelijkheid; een personage wordt ongewild verbonden met zijn/haar seksualiteit; en/of een personage wordt seksueel geobjectiveerd, dwz wordt gezien als een object voor andermans seksueel gebruik en niet als een persoonlijkheid die een eigen capaciteit heeft om zelf beslissingen te maken en/of acties te ondernemen)

0 = Niet aanwezig

1 = Eén of meerdere principes zijn aanwezig

## **KENMERKEN SEKSUEEL GEOBJECTIVEERDE/OBJECTIVEERDER**

**V2\_22 Seksueel geobjectiveerde: geslacht**

1 = Man

2 = Meerdere mannen

3 = Vrouw

4 = Meerdere vrouwen

5 = Man en vrouw

6 = Meerdere mannen en vrouwen

98 = Er is geen SO

**V2\_23 Seksueel geobjectiveerde: leeftijd**

- 1 = Kind (< 12 jaar)
- 2 = Tiener (12-18 jaar)
- 3 = Jongvolwassene (19-24 jaar)
- 4 = Volwassene (> 24 jaar)
- 98 = Er is geen SO

**V2\_24 Seksueel objectiveerder: geslacht**

- 1 = Man
- 2 = Meerdere mannen
- 3 = Vrouw
- 4 = Meerdere vrouwen
- 5 = Man en vrouw
- 6 = Meerdere mannen en vrouwen
- 98 = Er is geen SO
- 99 = Niet van toepassing (bv wanneer camera seksueel objectiveerder is)

**V2\_25 Seksueel objectiveerder: leeftijd**

- 1 = Kind (< 12 jaar)
- 2 = Tiener (12-18 jaar)
- 3 = Jongvolwassene (19-24 jaar)
- 4 = Volwassene (> 24 jaar)
- 5 = Camera
- 98 = Er is geen SO
- 99 = Niet van toepassing (bv wanneer camera seksueel objectiveerder is)

**V2\_26 Staat van ontkleding** (variabele wordt ingevuld voor het personage dat seksueel geobjectiveerd wordt)

- 1 = Personage is naakt/onbedekt ( bv: naakte vrouw)
- 2 = Personage is gedeeltelijk naakt, draagt lingerie of bikini
- 3 = Personage is gedeeltelijk naakt, draagt kledij die de aandacht trekt naar bepaalde lichaamsdelen (bv: diepe decolleté, minirok)

4 = Personage is volledig bedekt maar draagt spannende kledij die de seksualiserende lichaamsvormen benadrukt (bv: strak t-shirt)

5 = Personage is volledig bedekt en draagt kledij die de seksualiserende lichaamsvormen niet benadrukt (bv: lange broek, lange trui )

6 = Wordt niet getoond

7 = Verschillende combinaties van staten van ontkleding bij verschillende geobjectiveerde personages

98 = Er is geen SO

## **TYPES SEKSUELE OBJECTIVERING**

### **V2\_27 Niveau seksuele objectivering**

1 = Visueel

2 = Verbaal

3 = Beiden

98= Er is geen SO

## **VISUELE VORMEN VAN SEKSUELE OBJECTIVERING**

### **V2\_28 Gaze (De visuele inspectie van het lichaam van een personage)**

0 = Nee (maar wel andere vorm van visuele objectivering)

1 = Ja

98 = Er is geen SO

99 = Andere vorm van SO (verbaal)

### **V2\_29 Vorm van gaze (variabele wordt ingevuld indien er gaze is in de scène)**

1 = Man staart naar vrouw(en)

2 = Meerdere mannen staren naar vrouw(en)

3 = Vrouw staart naar man(nen)

4 = Meerdere vrouwen staren naar man(nen)

- 5 = Camera als seksueel objectieverder naar vrouw(en)
- 6 = Camera als seksueel objectieverder naar man(nen)
- 7 = Meerdere vormen van gaze: A = bv... ; B = bv...
- 8 = Personage staart naar zichzelf
- 9 = Man(nen) staren naar man(nen)
- 10 = Vrouw(en) staren naar vrouw(en)
- 98 = Er is geen SO
- 99 = Andere vorm van SO

### **V2\_30 Personage als verzameling van lichaamsdelen**

- 1 = Eén of meerdere lichaamsdelen van een personage worden benadrukt
- 2 = Het lichaam van een personage wordt getoond zonder hoofd
- 98 = Er is geen SO
- 99 = Andere vorm van SO

**Vrouwelijke lichaamsde(e)l(en) waarop gefocust wordt** (onderstaande variabelen worden ingevuld voor vrouwelijke personages die als een verzameling van lichaamsdelen worden afgebeeld):

### **V2\_31 Volledig lichaam met hoofd** (zowel aangezicht als achterhoofd)

- 0 = Nee
- 1 = Ja
- 98 = Er is geen SO
- 99 = Andere vorm van SO

### **V2\_32 Volledig lichaam zonder hoofd**

- 0 = Nee
- 1 = Ja
- 98 = Er is geen SO
- 99 = Andere vorm van SO

### **V2\_33 Borsten**

0 = Nee

1 = Ja

98 = Er is geen SO

99 = Andere vorm van SO

### **V2\_34 Middenrif (=buik)**

0 = Nee

1 = Ja

98 = Er is geen SO

99 = Andere vorm van SO

### **V2\_35 Achterwerk**

0 = Nee

1 = Ja

98 = Er is geen SO

99 = Andere vorm van SO

### **V2\_36 Benen**

0 = Nee

1 = Ja

98 = Er is geen SO

99 = Andere vorm van SO

### **V2\_37 Ander (heupen, dijen)**

0 = Nee

1 = Ja

98 = Er is geen SO

99 = Andere vorm van SO

**Mannelijke lichaamsde(e)l(en) waarop gefocust wordt** (onderstaande variabelen worden ingevuld voor mannelijke personages die als een verzameling van lichaamsdelen worden afgebeeld):



**V2\_38 Volledig lichaam met hoofd**

0 = Nee

1 = Ja

98 = Er is geen SO

99 = Andere vorm van SO (verbale seksuele objectivering is niet aanwezig, maar wel visuele)

**V2\_39 Volledig lichaam zonder hoofd**

0 = Nee

1 = Ja

98 = Er is geen SO

99 = Andere vorm van SO

**V2\_40 Borstkas**

0 = Nee

1 = Ja

98 = Er is geen SO

99 = Andere vorm van SO

**V2\_41 Middenrif**

0 = Nee

1 = Ja

98 = Er is geen SO

99 = Andere vorm van SO

**V2\_42 Achterwerk**

0 = Nee

1 = Ja

98 = Er is geen SO

99 = Andere vorm van SO

**V2\_43 Ander (armen, schouders)**

0 = Nee

1 = Ja

98 = Er is geen SO

99 = Andere vorm van SO

## **VERBALE VORMEN VAN SEKSUELE OBJECTIVERING**

### **V2\_44 Opmerkingen over het uiterlijk in het algemeen**

(opmerkingen over mooi/niet mooi zijn)

0 = Nee (maar wel een andere vorm van verbale seksuele objectivering is aanwezig)

1 = Ja, één of meerdere personages geven een opmerking over het uiterlijk van een ander personage

2 = Ja, een personage geeft een opmerking over zijn/haar eigen uiterlijk

3 = Ja, een ander personage en het personage zelf geven een opmerking over het uiterlijk

98 = Er is geen SO

99 = Andere vorm van SO (visueel)

### **V2\_45 Opmerkingen over het uiterlijk die gaan over het gewicht van het personage**

0 = Nee

1 = Ja, één of meerdere personages maken een opmerking over het gewicht van een ander personage

2 = Ja, een personage maakt een opmerking over zijn eigen gewicht

3 = Ja, een ander personage en het personage zelf geven een opmerking over het gewicht

98 = Er is geen SO

99 = Andere vorm van SO

### **V2\_46 Opmerkingen die gaan over een lichaamsdeel (bv: zij heeft een grote borsten, hij heeft gespierde armen)**

0 = Nee

1 = Ja, één of meerdere personages maken een opmerking over één of meerdere lichaamsdelen van een ander personage

2 = Ja, een personage maakt een opmerking over één of meerdere eigen lichaamsdelen

3 = Ja, een ander personage en het personage zelf maken een opmerking over een lichaamsdeel

98 = Er is geen SO

99 = Andere vorm van SO

**Opmerkingen over vrouwelijke lichaamde(e)l(en):**  
(onderstaande variabelen worden ingevuld indien er opmerkingen gemaakt worden over de lichaamsdelen van een vrouwelijk personage):

**V2\_46a Volledig lichaam (bv: zij heeft een mooi lichaam)**

0 = Nee

1 = Ja

98 = Er is geen SO

99 = Andere vorm van SO

**V2\_47 Hoofd**

0 = Nee

1 = Ja

98 = Er is geen SO

99 = Andere vorm van SO

**V2\_48 Borsten**

0 = Nee

1 = Ja

98 = Er is geen SO

99 = Andere vorm van SO

**V2\_49 Middenrif**

0 = Nee

1 = Ja

98 = Er is geen SO

99 = Andere vorm van SO

**V2\_50 Achterwerk**

0 = Nee

1 = Ja  
98 = Er is geen SO  
99 = Andere vorm van SO

**V2\_51 Benen**

0 = Nee  
1 = Ja  
98 = Er is geen SO  
99 = Andere vorm van SO

**V2\_52 Ander (heupen, dijen)**

0 = Nee  
1 = Ja  
98 = Er is geen SO  
99 = Andere vorm van SO

**Opmerkingen over mannelijke lichaamde(e)l(en):**  
(onderstaande variabelen worden ingevuld indien er opmerkingen gemaakt worden over de lichaamsdelen van een mannelijk personage):

**V2\_52a Volledig lichaam**

0 = Nee  
1 = Ja  
98 = Er is geen SO  
99 = Andere vorm van SO

**V2\_53 Hoofd**

0 = Nee  
1 = Ja  
98 = Er is geen SO  
99 = Andere vorm van SO

**V2\_54 Borstkas**

0 = Nee  
1 = Ja

98 = Er is geen SO  
99 = Andere vorm van SO

### **V2\_55 Middenrif**

0 = Nee  
1 = Ja  
98 = Er is geen SO  
99 = Andere vorm van SO

### **V2\_56 Achterwerk**

0 = Nee  
1 = Ja  
98 = Er is geen SO  
99 = Andere vorm van SO

### **V2\_57 Ander (armen, schouders)**

0 = Nee  
1 = Ja  
98 = Er is geen SO  
99 = Andere vorm van SO

### **V2\_58 Uiterlijk gerichte roepnamen (er wordt naar een personage verwezen door woorden te gebruiken die te maken hebben met zijn/haar uiterlijk bv: dikkertje, blondje)**

0 = Nee  
1 = Ja, een personage beschrijft een ander personage op basis van zijn/haar uiterlijk  
2 = Ja, een personage beschrijft zichzelf op basis van zijn/haar uiterlijk  
98 = Er is geen SO  
99 = Er is een andere vorm van SO

### **V2\_59 Aard van de verbale opmerking(en)**

1 = Positief (verbale opmerking is bedoeld als compliment)

2 = Negatief (verbale opmerking is niet bedoeld als compliment)

3 = Zowel positieve als negatieve verbale opmerkingen

98 = Er is geen SO

99 = Er is een andere vorm van SO

### **V2\_60 Toon van de verbale opmerking**

1 = Humoristisch/plagend (Een personage maakt een grapje, flauwe of speelse opmerking over het uiterlijk van een ander personage, met de bedoeling om alle personages aanwezig aan het lachen te brengen, zo ook het personage in kwestie)

2 = Flirtend (Een personage maakt een speelse opmerking over het uiterlijk van een ander personage, maar dit keer in een seksuele context)

3 = Denigrerend/beledigend (Een personage maakt een opmerking over het uiterlijk van een ander personage op een kleinerende en neerbuigende manier, de ander neer te halen op een ongepaste manier of te kwetsen)

4 = Vriendschappelijk (Een personage maakt een opmerking met de bedoeling om aardig te zijn)

5 = Meerdere opmerkingen met verschillende tonen

98 = Er is geen SO

99 = Er is een andere vorm van SO

## **FRAMING**

### **V2\_61 Frames die kunnen gebruikt worden bij visuele of verbale vormen van SO**

1 = Appearance frame (SO heeft betrekking op iemand uiterlijk, bevat standaarden over hoe men er moet uit zien om mooi te zijn)

2 = Body ideal frame (SO heeft betrekking op iemands lichaam of individuele lichaamsdelen, bevat standaarden over hoe iemands afzonderlijke lichaamsdelen er moeten uitzien)

- 3 = Weight frame (SO heeft betrekking op iemands gewicht, bevat standaarden over welk gewicht al dan niet ideaal)
- 4 = Ander frame (bv. Mode of fashion frame)
- 5 = Sexual frame
- 6 = Verschillende frames aanwezig
- 98 = Er is geen SO
- 99 = Er is een andere vorm van SO

### 3. Karakterniveau

*Voor elk karakter dat een centrale rol speelt in het programma worden volgende variabelen gemeten. (dus enkel hoofdpersonages)*

**CodeurK:** 1= Vicky; 2 = Kirsten

#### **V3\_id Observatienummer**

V3\_id Observatienummer (nummers toekennen 1, 2, 3, 4.... Per lijn en eenheid in Excel) = Naam personage:

1 = Boma

2 = Pascal

3= Maurice

4= Pol

5= Doortje

6 = Xavier

7 = Carmen

8 = Marc

9 = Bieke



10= Fernand

11 = Penny

12 = Leonard

13 = Howard

14 = Raj

15 = Sheldon

21 = House

22 =Chris Taub

23= Eric Foreman

24 = Robert Chase

25 = Martha Masters

26 = Lisa Cuddy

27 = James Wilson

30 = Stijn

31 = Hanne

32 = Freya

33 = Fred

34 = Maaïke

35 = Marie- Claire

36 = Karel

37 = Bénédicte

38 = Olivier

39 = Claudia

40 = Isabelle

41 = Daniël

42 = Raymond Jacobs

43 = Wilfried Pasmans

44 = John Nauwelaerts

45 = Emma Boon

46 = Cat Reyniers

47 = Michiel De Waele

51= Mike Cannon

52= Danny McCoy

53= Sam Marquez

54= Delinda Deline

55= AJ Cooper

56= Piper Nielsen

61= Rachel Green

62= Monica Geller

63= Phoebe Buffay

64= Ross Geller

65= Joey Tribbiani

66= Chandler Bing

71= Horatio Caine

72= Calleigh Duquesne

73= Eric Delko

74= Ryan Wolfe

75= Frank Trippe

76= Natalia Boa Vista

77= Walter Simmons

81= Solange Ferrero

82= Melanie Woesthoff

83= Oksana Nikolajev

84= Kate Witte

85= Italo Ferrero

86= Danny Doornbos

87= Gio Goudzand

88= Rutger Carolus

91= Will Smith

92= Carlton Banks

93= Hillary Banks

94= Ashley Banks

95= Geoffrey

96= Philip Banks

97= Vivian Banks

### **V3\_1 Programma:**

**V3\_2** Aantal **seksueel objectiverende scènes** waarbij het personage betrokken is:

**V3\_3** Aantal **niet objectiverende scènes** waarbij het personage betrokken is:

**V3\_4** Aantal scènes waarin het personage voorkomt als **seksueel geobjectiveerde**:

**V3\_5** Aantal scènes waarin het personage voorkomt als **seksueel objectiveerder**:

### **V3\_6 Geslacht**

1 = Man

2 = Vrouw

### **V3\_7 Leeftijd**

1 = Kind (<12 jaar)

2 = Tiener (12-18 jaar)

3 = Jong volwassene (19-24 jaar)

4 = Volwassene ( > 24 jaar)

### **V3\_8 Lichaamsbouw man**

1 = Zeer gespierd

2 = Middelmatig gespierd

3 = Niet gespierd

4 = Normaal

5 = Te dik

6 = Te mager

99 = Niet van toepassing

### **V3\_9 Lichaamsbouw vrouw**

1 = Zeer slank

2 = Slank

3 = Te mager

4 = Normaal

5 = Mollig

6 = Te dik

99 = Niet van toepassing