

De invloed van seksualiserende media op de seksualiteitsbeleving van adolescenten

Laura Vandenbosch



Laura Vandenbosch behaalde in 2013 haar doctoraat in de Sociale Wetenschappen en is verbonden aan de Leuven School for Mass Communication Research, KU Leuven. Ze werkte tijdens haar doctoraat als visiting scholar aan de University of Michigan en verblijft momenteel aan de University of Toronto in het kader van haar postdoctoraal onderzoek. Voor haar doctoraat (promotor Prof. Dr. S. Eggermont) verrichtte ze een longitudinale studie bij 1,041 Vlaamse adolescenten om de invloed van seksualiserende media op de seksualiteitsbeleving van adolescenten te onderzoeken. Haar werk is beloond met verschillende awards zoals de Top Dissertation Award van de Kinderen, Adolescenten, en Media divisie van The International Communication Association (2014) en de 2013 Top Article Award van het Tijdschrift voor Communicatiewetenschap.

Naar aanleiding van de voorbije Vrouwendag nam ik aan de universiteit van Toronto deel aan een paneldiscussie over *Miss Representation*, een documentaire over de seksualisering van de maatschappij. Tijdens de discussie spraken studenten hun bezorgdheid uit over de manier waarop de media tieners socialiseren om te focussen op een ideaal lichaam en op seksuele aantrekkelijkheid. Ze maakten zich ook zorgen om het vertekende beeld dat de media geven van (hetero)seksuele interacties en de seksuele rol van mannen en vrouwen. Niet alleen in Canada en de Verenigde Staten maar ook in Europa is er steeds meer aandacht voor deze mediatrend. Kijk in eigen land maar naar krantenkoppen als "Sexy videoclipen verhogen het aantal verkrachtelingen" (Het Laatste Nieuws, 2009) of "School moet waarschuwen voor internetporno" (De Morgen, 2013).

In mijn doctoraatsonderzoek probeerde ik een antwoord te vinden op dit maatschappelijke vraagstuk, en meer specifiek op de vraag hoe seksualiserende mediaboodschappen de seksualiteitsbeleving van adolescente meisjes en jongens beïnvloeden.

Wat zijn seksualiserende mediaboodschappen ?

In haar definitie van 2007 onderscheidt de American Psychological Association (APA) vier types van seksualisering van de mediaboodschap.

Een eerste type verwijst naar het bepalen van iemands waarde op basis van het seksueel gedrag van die persoon. Denk maar aan *Mad Men*, de sitcom waarin een mannelijke baas een secretaresse aanwerft op basis van haar overspelige reputatie in plaats van haar intellectuele kwaliteiten.

Een tweede type van seksualisering treedt op wanneer mensen alleen dan als seksueel aantrekkelijk worden beschouwd wanneer ze voldoen aan de uiterlijke standaard van slanke vrouw of gespierde man. Kijk maar naar tijdschriftartikels over hoe "hot – or not" celebrities zijn op basis van hun slanke lijn of sixpack.

Een derde type van seksualisering is het toewijzen van een seksuele connotatie aan iemands gedrag, zonder dat die dat zo bedoelt of beseft. Een tienerster die in een uitdagende outfit een nieuwe hit presenteert is zich vaak niet bewust van de seksuele uitstraling van dergelijke kledij.

Een vierde type is wanneer iemand wordt voorgesteld als lustobject. Die seksuele objectivering van een individu wordt beschouwd als seksualisering. We kennen allemaal wel een filmfragment waarin een groepje mannen aan de bar de vrouwen punten geven op basis van hun sex appeal, of van vrouwen die dat doen met mannen.

De APA oordeelt dat de media beschouwd kunnen worden als seksualiserend wanneer één of meer dergelijke boodschappen voorkomen. We stellen ons vervolgens de vraag hoe vaak jongeren in contact komen met seksualiserende media.

Hoe populair zijn seksualiserende media ?

Onderzoek van de Kaiser Family Foundation (2010) en Hofferth en Sandberg (2001) heeft aangetoond dat hedendaagse jongeren meer tijd spenderen aan media dan dat ze slapen, met hun ouders praten of naar school gaan.

De media die jongeren het liefst consumeren staan boordenvol seksuele boodschappen. Belgische jongeren kijken dagelijks gemiddeld meer dan twee uur televisie in primetime. Een studie heeft aangetoond dat er in primetime gemiddeld 8 seksuele

boodschappen per uur worden getoond. Dit betekent dat adolescenten tussen de leeftijd van 12 tot 18 jaar gemiddeld aan een totaal van 35 328 seksuele televisieboodschappen worden blootgesteld. Bovendien presenteren deze seksuele mediaboodschappen een sterk vertekend beeld van seksualiteit. Een studie, die ik in het kader van mijn doctoraat samen met Prof. Steven Eggermont en Dorien Vervloessem uitvoerde, toont aan dat het merendeel van de mediaboodschappen op de Vlaamse muziekzenders JIM en TMF seksueel getint zijn. Onze resultaten wijzen op gemiddeld 21 seksualiserende boodschappen per uur. Die zenders worden wekelijks door jongeren bekeken.

Onderzoek heeft ook aangetoond dat pornografische websites, modetijdschriften, roddelbladen en mannenmagazines zoals P-Magazine, Blik en Elle tot het seksualiserende mediadiet van jongeren behoren. Uit een van mijn studies bleek dat bijna de helft van de jongeren aangaf minstens één keer gedurende de laatste zes maanden een pornografische website te hebben bezocht. De aanwezigheid van porno in de leefwereld van jongeren kwam ook sterk naar voren in mijn focusgroeponderzoek (2010) bij adolescenten. Veertienjarige meisjes gaven aan dat ze overtuigd waren dat hun volledige klasgroep porno consumeerde. Eén meisje beweerde zelfs dat “iedereen” in haar leefwereld dergelijke media consumeert.

Wat is de invloed van seksualiserende media?

De populariteit van seksualiserende media bij jongeren doet vragen rijzen over wat de mogelijke gevolgen kunnen zijn. Jongeren bevinden zich namelijk in een cruciale ontwikkelingsfase waarin ze op zoek gaan naar hun eigen seksuele identiteit. Zo stelt ontwikkelingspsychologe Monique Ward van de universiteit van Michigan (2003) dat jongeren in deze fase regelmatig op zoek gaan naar informatie over seksualiteit. Dergelijke informatie wordt frequent aangeboden in de media die ze het liefst consumeren als ontspanning. Jongeren missen echter ervaring met seksuele relaties, waardoor ze zich minder kritisch opstellen tegenover de realiteitswaarde van seksuele mediaboodschappen. Bovendien zijn hun cognitieve vaardigheden nog niet volledig ontwikkeld, waardoor ze zich minder vragen zouden stellen bij de manier waarop media seksualiteit en ideale lichaamsbeelden voorstellen.

Dat alles was voor mij de aanleiding om mijn doctoraal onderzoek te wijden aan de vraag of er bij adolescenten een verhoogde kwetsbaarheid aantoonbaar is voor de invloed van seksualiserende mediaboodschappen.

Om mogelijke media-effecten empirisch te toetsen, heb ik een longitudinale studie georganiseerd in 12 scholen verspreid over Vlaanderen. In totaal werden er 1.041 adolescenten drie keer bevraagd met telkens een tussenperiode van zes maanden. Ik koos voor een longitudinaal onderzoeksdesign, om mogelijke veranderingen te kunnen inschatten in de seksuele attitudes of gedragingen van jongeren over een lange periode.

Mijn centrale vraag was hoe de seksualiteitsbeleving van jongeren beïnvloed wordt door seksualiserende media. Volgens de literatuur worden zowel het lichaamsbeeld als de seksualiteitsbeleving van jongeren erdoor beïnvloed. De objectiveringstheorie, in 1998 ontwikkeld door Fredrickson en Roberts,

veronderstelt dat seksualiserende media de ontwikkeling van een geobjectiveerd zelfbeeld aanmoedigen, namelijk de drang om zichzelf te evalueren vanuit het perspectief van een buitenstaander, met een exclusieve focus op het uiterlijk.

Uit mijn onderzoek bleek dat seksualiserend mediagebruik adolescenten volgens een driestappenproces aanzet tot het ontwikkelen van een geobjectiveerd lichaamsbeeld. In een eerste stap leren ze over de heersende schoonheidsidealen. Ze gaan de sociale regels over deze schoonheidsidealen niet langer beschouwen als van buitenaf opgelegde sociale regels, maar als eigen regels, de zogenaamde *internalisering (of verinnerlijking) van schoonheidsidealen*. In een tweede stap leren adolescenten deze idealen toe te passen op hun eigen lichaam en gaan ze hun uiterlijk veel belangrijker vinden dan competenties. Dit deelproces wordt omschreven als *zelfobjectivering*. In een derde stap leiden de deelprocessen van internalisering en zelfobjectivering tot een gedragspatroon waarin een adolescent voortdurend checkt of zijn of haar lichaam nog steeds voldoet aan de uiterlijke idealen, de zogenaamde *body surveillance*. Het gebruik van seksualiserende media zorgt dus voor het ontwikkelen van een geobjectiveerd zelfbeeld dat bestaat uit de deelprocessen van internalisering van schoonheidsidealen, zelfobjectivering en body surveillance. Belangrijk is dat de relatie tussen mediagebruik en het ontwikkelen van een geobjectiveerd zelfbeeld zowel bij meisjes als bij jongens optrad.

De ontwikkeling van zo'n geobjectiveerd zelfbeeld heeft volgens de objectiveringstheorie allerlei kwalijke gevolgen zoals eetstoornissen en depressies maar ook seksuele risico's. Zo zou een geobjectiveerd zelfbeeld een rem zetten op het ontwikkelen van een positieve attitude ten aanzien van intieme seksuele relaties en risicovol seksueel gedrag bevorderen. Blootstelling aan seksualiserende boodschappen zou niet alleen een geobjectiveerd zelfbeeld veroorzaken maar ook bepaalde seksuele attitudes en gedragspatronen aanmoedigen. Deze veronderstelling heb ik uitgetest. De resultaten toonden aan dat dit inderdaad zo is. Het is wel belangrijk een onderscheid te maken tussen de verschillende deelcomponenten van het geobjectiveerd zelfbeeld en de manier waarop ze bepaalde seksuele attitudes of gedragingen stimuleren. Concreet werd aangetoond dat seksualiserend mediagebruik via de internalisering van schoonheidsidealen stereotype seksuele overtuigingen over geslachtsrollen versterken. Dit betekent dat jongeren de kennis die ze via mediaboodschappen opdoen over het belang van schoonheidsidealen, effectief toepassen wanneer ze de ideale seksuele rol voor mannen en vrouwen omschrijven. Conform met de idealen van slank en gespierd, stellen ze dat vrouwen eerder een onderdanige rol in seksuele relaties zouden moeten aannemen, terwijl mannen een dominante rol moeten opnemen.

Daarnaast bleek dat mediagebruik via body surveillance de initiatie van *petting behavior* of de zogenaamde lichte seksuele gedragingen zoals tongkussen versnelt, terwijl het door zelfobjectivering invloed uitoefent op de initiatie van geslachtsgemeenschap. De component body surveillance is sterk gerelateerd aan gevoelens van schaamte over het lichaam. Dat lijkt adolescenten aan te zetten tot seksueel gedrag waarbij ze hun lichaam niet moeten blootgeven. Zelfobjectivering daarentegen zou adolescenten aanzetten tot meer geavan-

ceerd seksueel gedrag en seksuele initiatie. Zelfobjectivering omvat een sterk fysieke focus op het lichaam, wat mogelijk verklaart waarom adolescenten ook meer bereid zijn over te gaan tot gedrag dat direct gerelateerd is aan fysieke bevrediging.

Samenvattend bleek uit mijn onderzoek dat seksualiserende media de ontwikkeling van een geobjectiveerd zelfbeeld stimuleren, en dat de verschillende componenten van het geobjectiveerd zelfbeeld bepalen hoe de seksualiteit van jongeren er uitziet.

Conclusie

De bevindingen van mijn doctoraat verdienen aandacht, aangezien zowel (1) stereotype seksuele overtuigingen over geslachtsrollen als (2) seksueel gedrag dat is ingegeven door objectivering nefast zijn voor het fysieke en emotionele welzijn van adolescenten. De manifeste aanwezigheid van seksualiserende media in het leven van tieners toont aan hoe belangrijk het is dat ouders, zorgfiguren en beleidsmakers zich bewust zijn van de mogelijke gevolgen van alledaags mediagebruik voor de seksualiteitsbeleving van adolescenten. ■