

MADE IN  
WEST-  
VLAANDEREN

**howest**  
De Hogeschool West-Vlaanderen

## Beautiful no matter what they say?

Kwalitatieve studie over de invloed van de media  
op de lichaamstevredenheid bij adolescente  
meisjes in Vlaanderen.

---

Campus St.-Jorisstraat

**Auteur:** Anaël Duthoy

**Begeleider:** Hannes Verdru

**Bachelorproef voorgedragen tot het behalen van  
het diploma Bachelor in de Toegepaste Psychologie**

**Academiejaar 2013-2014**

# Dankwoord

Na een opleiding Toegepaste Psychologie van 3 jaar is deze Bachelorproef als het ware de kers op de taart. Het onderwerp lag me nauw aan het hart en zorgde ervoor dat ik met veel inzet dit onderzoek heb uitgevoerd. Dit had ik niet gekund zonder de steun, de motivatie en de medewerking van een aantal belangrijke mensen die ik graag wil bedanken.

Eerst en vooral wil ik de deelnemers bedanken die hebben meegewerkt aan mijn onderzoek. Zij hebben telkens twee uur in hun drukke agenda vrijgemaakt om enthousiast hun ervaringen en hun meningen te delen met mij. Hun eerlijkheid en hun openheid, die van essentieel belang waren voor mijn onderzoek, waardeer ik enorm.

Mijn begeleider, de heer Hannes Verdrue, wil ik bedanken voor de inhoudelijke begeleiding van mijn onderzoek. Ik kon steeds bij hem terecht met mijn vragen en ik ben hem dankbaar voor zijn nuttige, waardevolle feedback en voor het delen van zijn ervaring.

Vervolgens wil ik mijn meter Veerle Soyez bedanken voor het beantwoorden van mijn prangende vragen. Ondanks haar drukke agenda stond ze klaar, met haar vele ervaring in het kwalitatief onderzoek, om me raad te geven.

Ook wil ik Catherine Barbez bedanken die me heeft geholpen bij het uitdenken van de leidraad voor de focusgroep.

Vervolgens betuig ik mijn dank aan iedereen die heeft meegeholpen om deelnemers aan mijn onderzoek te vinden. Zo wil ik twee oud-leerkrachten bedanken die mij geholpen hebben bij het contacteren van deelnemers, namelijk Pieter De Pourcq en Mark Devenyns.

Daarnaast wil ik ook, mijn oud-leerkracht Nederlands, Lieven Deswaef en mijn tante Chris Duthoy bedanken voor het nalezen van mijn werk op taalfouten.

Tot slot dank aan mijn vriend omdat hij steeds naar mij wilde luisteren en klaarstond met raad, alsook aan mijn beste vriendin Marijke die steeds in mij bleef geloven.

Om mijn ouders te bedanken heb ik amper woorden, ze hebben me zowel op emotioneel als op financieel vlak gesteund.

Maar ook u, beste lezer, bedank ik voor uw interesse in mijn werk!

Anaël

# Inhoudsopgave

Dankwoord .....	1
Abstract .....	4
Belangrijke afkortingen .....	5
Inleiding.....	6
<b>1 Literatuurstudie .....</b>	<b>8</b>
<b>1.1 Adolescentie.....</b>	<b>8</b>
<b>1.2 Zelfbeeld .....</b>	<b>10</b>
1.2.1 Lichaamsbeeld .....	11
1.2.2 Ideaalbeeld .....	12
1.2.3 Lichaamstevredenheid .....	13
<b>1.3 Sociaal-culturele invloed.....</b>	<b>14</b>
1.3.1 Media.....	14
1.3.2 Sociale vergelijkingstheorie.....	15
1.3.3 Zelfdiscrepantietheorie .....	16
1.3.4 Objectificatie .....	17
1.3.5 Impact van mediabeelden .....	17
<b>1.4 Lichaams(on)tevredenheid en adolescenten.....</b>	<b>18</b>
<b>1.5 Invloed op lichaamstevredenheid .....</b>	<b>20</b>
<b>1.6 Onderzoeksvraag en hypothesen .....</b>	<b>22</b>
<b>2 Methode.....</b>	<b>23</b>
<b>2.1 Kwalitatieve studie .....</b>	<b>23</b>
<b>2.2 Deelnemers .....</b>	<b>23</b>
<b>2.3 Meetinstrumenten/apparatuur.....</b>	<b>24</b>
2.3.1 Focusgroep .....	24
2.3.2 Rosenberg Self-Esteem Scale .....	26
2.3.3 Elicitatietechnieken .....	26
2.3.4 Opnameapparatuur.....	27
2.3.5 Incentive .....	27
<b>2.4 Procedure.....</b>	<b>28</b>
2.4.1 Informeren van de deelnemers.....	28
2.4.2 Leidraad focusgroep.....	28
2.4.3 Dataverzameling.....	29

2.4.4	Data-analyse .....	30
<b>2.5</b>	<b>Betrouwbaarheid en validiteit.....</b>	<b>32</b>
<b>3</b>	<b>Resultaten .....</b>	<b>33</b>
<b>3.1</b>	<b>Uitgevoerde focusgroepen .....</b>	<b>33</b>
<b>3.2</b>	<b>Evaluatie focusgroepen.....</b>	<b>34</b>
<b>3.3</b>	<b>Resultaten.....</b>	<b>35</b>
3.3.1	Lichaamstevredenheid .....	36
3.3.2	Ideaalbeeld .....	42
3.3.3	De media.....	46
3.3.4	Andere .....	56
3.3.5	Opmerkingen nadien .....	63
3.3.6	Resultaten RSES.....	63
<b>4</b>	<b>Discussie.....</b>	<b>64</b>
<b>4.1</b>	<b>Besluit van het onderzoek.....</b>	<b>64</b>
<b>4.2</b>	<b>Kritische bedenkingen .....</b>	<b>68</b>
<b>4.3</b>	<b>Aanbevelingen vervolgonderzoek .....</b>	<b>70</b>
<b>4.4</b>	<b>Conclusie.....</b>	<b>71</b>
<b>5</b>	<b>Referentielijst .....</b>	<b>73</b>
<b>6</b>	<b>Bijlagen .....</b>	<b>80</b>
<b>6.1</b>	<b>Kort overzicht.....</b>	<b>80</b>

## Abstract

Onderzoek toont aan dat er invloed is van de media op de lichaamstevredenheid bij adolescente meisjes. Maar veel onderzoek naar de beleving van die invloed is er niet te vinden. Het onderzoek naar de lichaamstevredenheid bij adolescenten focust zich vaak op kwantitatief onderzoek, waardoor er niet altijd zicht is op de complexiteit van attitudes en belevingen.

In dit onderzoek werd er gewerkt met focusgroepen om de beleving van de invloed van de media op de lichaamstevredenheid in kaart te brengen. Er werden drie focusgroepen georganiseerd waar in totaal veertien adolescente meisjes, met een leeftijd tussen zeventien en negentien jaar, aan hebben deelgenomen. Om het gesprek te stimuleren werd er gebruik gemaakt van associatieve technieken, zoals het maken van een collage en het gebruik van mediabeelden. Daarnaast werd de Rosenberg Self-Esteem Scale afgenomen om zicht te krijgen op de grootte van het zelfvertrouwen bij de deelnemers.

De kwalitatieve analyse onthulde individuele verschillen in beleving van de invloed door de media. Dit onderzoek toonde de ambivalentie en de meningen aan van adolescente meisjes die dagelijks geconfronteerd worden met ideaalbeelden. Niet alleen de media, maar ook andere factoren zoals familie, vrienden en leeftijdsgenoten, hebben een invloed op het zelfbeeld van die adolescente meisjes. Gezien de kleine omvang van de steekproef kunnen de bevindingen niet gegeneraliseerd worden naar de totale populatie. Er worden wel meningen, gevoelens en standpunten weergegeven die kunnen voorkomen in de hele populatie.

*Sleutelwoorden: adolescentie, zelfbeeld, lichaamstevredenheid, media, The Rosenberg Self-Esteem Scale, focusgroepen.*

## **Belangrijke afkortingen**

RSES	The Rosenberg Self-Esteem Scale
ASI	The Appearance Schemas Inventory
BMI	Body Mass Index
GTA	Grounded Theory Approach

## Inleiding

Dit onderzoek wil nagaan hoe adolescente meisjes reclame en de mogelijke invloed daarvan op hun lichaamstevredenheid beleven. Na het bekijken van een documentatiereeks rond seksualiteit (Holland Doc, 2013) bleven een aantal vragen onbeantwoord. Er werd een fragment bekeken uit de reeks “Sunny Side of Sex” door Sunny Bergman. De reeks speelde zich af in Cuba waar reclame verboden is door het communistische regime. Tijdens de serie stelt Sunny vragen aan enkele Cubaanse vrouwen over hun lichaam. Mollige, dunne en minder knappe vrouwen vonden zichzelf sexy en ik vond dat opmerkelijk.

Daardoor stelde ik mij de volgende vraag: “Hoe beleven vrouwen en meisjes in onze maatschappij de invloed van de media op hun lichaamstevredenheid?”. Blootstelling aan mediabeelden van meestal dunne en mooie vrouwen heeft een negatief effect op het lichaamsbeeld van jonge vrouwen (Yamamiyaa, et al., 2004). Volgens onderzoek is er een invloed, maar hoe wordt die beleefd?

*“Wat betekent het voor vrouwen om omringd te worden door voorstellingen in woord en in beeld die ze stuitend vinden, maar die op veel bewondering kunnen rekenen? Als ze niet in staat zijn om die bewondering te delen, ligt dat vast aan hen. Hun gevoel van humor is onvoldoende ontwikkeld. Of hun gevoel voor literatuur, voor kunst. Elke vrouw moet twee vrouwen worden: zij die zich aanpast en zij die er het hare van denkt. En soms wordt ze een derde vrouw. Die zegt het hardop. Of ze schrijft het”.*

Dit citaat komt uit het boek van Kristien Hemmerechts (2008), “De man, zijn penis en het mes” (p12) en verwoordt mooi wat ik wil gaan bevragen bij mijn doelgroep. Ik wil met dit onderzoek een kans geven aan tienermeisjes om hardop te zeggen wat zij van dit onderwerp vinden. Het is zo dat veel vrouwen kritisch zijn over hun uiterlijk (Martijn, Alleva & Jansen, 2012). Een negatief lichaamsbeeld is dan ook een van de belangrijkste risicofactoren voor het ontstaan en het blijven duren van een eetstoornis. Lichaamsontevredenheid neemt vaak toe naarmate meisjes ouder worden, vooral tijdens de vroege adolescentie (10 tot 13 jaar). Ouder worden zorgt echter niet altijd voor een daling in de ontevredenheid over hun lichaam.

Een wereldwijd onderzoek in opdracht van Dove (Etcoff, Orbach & StrategyOne, 2006) bestudeerde de impact van een laag gevoel van zelfwaarde op het leven van meisjes en vrouwen. In België werd het onderzoek door Alter Echo uitgevoerd (Dove Fonds voor

zelfwaardering, 2006). Een opvallende conclusie van dat onderzoek is dat 38% van de Belgische meisjes tussen vijftien en zeventien jaar dunner wil zijn. Van de meisjes zeggen 92% dat ze ten minste één aspect zouden willen veranderen aan hun uiterlijk. Lichaamsgewicht scoort daarbij het hoogst met 42 %.

Daarentegen bleek uit een kwalitatief onderzoek van Dinç & Alisinanoğlu (2010) dat de meerderheid van de geïnterviewde meisjes tevreden waren met hun lichaam. Jongens bleken echter meer tevreden te zijn dan meisjes. Verder bleek dat adolescenten zich spiegelde aan een ideaalbeeld dat zichtbaar was op de televisie. Ze gaven aan dat ze zich soms ontgoocheld of pessimistisch voelden in verband met hun uiterlijk.

Maar zijn er nog andere meningen, gevoelens of standpunten mogelijk?

Er wordt in dit onderzoek gefocust op adolescente meisjes, omdat ze emotioneel kwetsbaarder zijn. Ze hebben de neiging problemen op zichzelf te betrekken. Daarnaast ontlenen meisjes hun gevoel van eigenwaarde vaker aan hoe anderen over hen denken (Kohnstamm, 2002). Het uiterlijk is voor adolescente meisjes belangrijk voor hun zelfwaardering en voor de waardering die ze krijgen van leeftijdsgenoten. Ze kunnen zich dan ook ernstig zorgen maken over hun uiterlijk en over hoe ze denken dat anderen hen zien. Vooral wanneer ze vinden dat ze buiten de normen vallen (Craeynest, 2010). Maar welke normen spelen er binnen hun leefwereld?

Tienermeisjes zullen opgroeien tot vrouwen die later dagelijks in onze maatschappij zullen functioneren, ze zijn een deel van de toekomstige generatie. Vandaar dat ik het belangrijk vind om een dialoog aan te gaan met hen over hun gevoel van eigenwaarde. Een kwantitatief onderzoek zou hier minder van toepassing zijn, daarom opteer ik voor een kwalitatief en beschrijvend onderzoek. Beschrijvend (Baarda, De Goede & Teunissen, 2005) omdat ik wil onderzoeken hoe adolescente meisjes de invloed op hun lichaamstevredenheid beleven.

Deze bachelorproef is zo opgebouwd dat de begrippen adolescentie, zelfbeeld, lichaamstevredenheid en de rol van sociale invloeden worden toegelicht. Later komen de resultaten aan bod om nadien af te sluiten met de discussie. Dit onderzoek heeft als doel om de beleving van de invloed van de media op de lichaams(on)tevredenheid van adolescente meisjes in kaart te brengen.



# 1 Literatuurstudie

## 1.1 Adolescentie

De adolescentie is de overgangperiode tussen de kindertijd en het volwassen zijn (Craeynest, 2010). Tijdens die periode gebeuren er veranderingen op verschillende domeinen.

Er zijn drie fases binnen de adolescentie, namelijk de vroege, de midden en de late fase van de adolescentie. In de vroege fase van de adolescentie (10 tot 13 jaar) gebeuren de biologische veranderingen. In de midden fase (14 tot 17 jaar) wordt er geëxperimenteerd met sociale relaties, waarden en studies. In de late fase van de adolescentie (18 tot 22 jaar) beginnen jongeren volwassen rollen op zich te nemen.

Dit onderzoek focust zich op de midden en op de late adolescentie, omdat in deze fases geëxperimenteerd wordt met sociale relaties (Mönks & Knoers, 2009). Dat gegeven is voor dit onderzoek boeiend. Omdat de jongeren zich midden in een proces van beïnvloeding bevinden hebben we wellicht meer kans om hun belevingen te registreren.

Adolescenten ontwikkelen zich op verschillende domeinen waardoor de intellectuele mogelijkheden er fors op vooruitgaan. Zodoende zijn ze beter in staat om over zichzelf na te denken (Craeynest, 2010). De eigenschappen die ze zichzelf toekennen komen los te staan van concrete situaties en worden abstracter (Kohnstamm, 2002).

Jongeren beschrijven zichzelf meer en meer met behulp van een hele variatie aan interpersoonlijke en persoonlijke eigenschappen, verlangens, motieven, emoties, attitudes en overtuigingen (Meeus, 1994). Uit het besef van dat eigen functioneren, ontstaat een mogelijkheid om zichzelf te ontplooien (Craeynest, 2010).

Adolescenten hebben vaak ook een zeer uiteenlopend netwerk van contacten met leeftijdsgenoten. Een vriendengroep kan heel veel betekenen voor hen. Ze vinden er steun, geborgenheid en kunnen er praten over banale onderwerpen en gemeenschappelijke interesses.

Daarnaast wil een adolescent vaak ook bij een iets onpersoonlijkere vorm van groep horen, namelijk een subcultuur. Binnen zo'n groep zijn er een aantal kledingvoorschriften en sociale regels waar men zich vaak moet aan houden om "in" te zijn. "Skaters" dragen bijvoorbeeld bepaalde merkkledij om bij de groep te horen (Craeynest, 2010).

Relaties met leeftijdgenoten zijn volgens Gerner en Wilson (2005) voorspellers van het niveau van lichaamsontevredenheid bij adolescente meisjes.

Het is zo dat relaties met leeftijdgenoten belangrijk zijn in hun leven. Die relaties hebben effect op hun zelfvertrouwen, voorzien hen van emotionele ondersteuning en dragen bij tot het vormen van een identiteit.

Tijdens de adolescentie ervaren de meisjes een stijging van het zelfbewustzijn. Positieve relaties met leeftijdgenoten zijn belangrijk voor een gezond zelfbeeld en zijn gecorreleerd aan een positieve lichaamstevredenheid.

Zorgen over het lichaamsbeeld maar ook lichaamsontevredenheid en eetproblemen worden beïnvloed door het al dan niet aanvaard worden door vrienden. Bepalend zijn ook het al dan niet ervaren van sociale steun, intieme vriendschap en de impact van het “dunne schoonheidsideaal” binnen die vriendschappen (Gerner & Wilson, 2005).

De snelle groei en omschakeling naar een volwassen vrouwelijk lichaam hebben een ingrijpende invloed op het gedrag van de meisjes en op de manier waarop ze zichzelf beleven. In het begin van de adolescentie verandert het lichaam soms op een disharmonische manier, waardoor het lichaamsbesef niet vlug genoeg mee kan evolueren. Deze veranderingen hebben ook invloed op het zelfbeeld. Soms ervaren jongeren zichzelf nauwelijks nog als dezelfde persoon waardoor de identiteit een deuk kan krijgen (Craeynest, 2010).

Het uiterlijk is belangrijk voor de zelfwaardering en voor de waardering die ze ervaren van leeftijdgenoten. Ze kunnen zich dan ook ernstig zorgen maken over hun uiterlijk en hoe ze denken dat anderen hen zien. Vooral wanneer ze denken dat ze buiten de normen vallen (Craeynest, 2010).

Het ik-ideaal speelt naast het zelfbeeld ook een zeer belangrijke rol in de adolescentie omdat het aangeeft hoe je zou willen zijn. Leeftijdgenoten kunnen elkaars levensstijl, opvattingen en karaktereigenschappen beïnvloeden. Het is dus mogelijk dat adolescenten zowel negatieve als positieve zaken overnemen van anderen. In de afstand tussen het zelfbeeld en het ik-ideaal komt de zelfwaardering, een gevoel van eigenwaarde, tot stand (Kohnstamm, 2002).

Dit onderzoek focust zich op meisjes, omdat ze het moeilijker kunnen hebben tijdens de periode van de adolescentie. Ze zijn emotioneel kwetsbaarder omdat ze de neiging hebben om problemen op zichzelf te betrekken. Daarnaast ontlenen ze hun gevoel van eigenwaarde vaker aan hoe anderen over hen denken. Bij meisjes ligt er een sterke nadruk op het uiterlijk (Kohnstamm, 2002).

## 1.2 Zelfbeeld

De eigenschappen die je denkt te hebben en hoe je ze waardeert is wat we kunnen verstaan onder zelfbeeld (Solomon, Bamossy & Askegaard, 2008).

Bartlett, Smith & Bonds-Raacke (2005) omschrijven een negatief zelfbeeld als een manier van denken en voelen over het lichaam dat het zelfvertrouwen, de lichaamswaardering en de lichaamstevredenheid negatief beïnvloedt. Het is mogelijk dat het totale zelfbeeld wel positief is, maar dat je over de afzonderlijke componenten van dat zelfbeeld niet altijd positief bent (Solomon, Bamossy & Askegaard, 2008).

Het zelfbeeld omvat volgens Kohnstamm (2002) meer dan zelfkennis. In zelfkennis gaat het meer over de feiten, terwijl bij het zelfbeeld het gevoelsmatige voorop staat. Het affectieve aspect van het zelfbeeld is de zelfwaardering. Zelfwaardering verwijst naar de positieve en negatieve evaluaties die mensen maken over zichzelf (Brehm, et al., 2006). Dit onderscheid is vooral door onderzoekers aangebracht, want wanneer mensen zichzelf beschrijven dan merk je dat de twee invalshoeken door elkaar lopen (Van der Meulen, 1993).

Personen verschillen van elkaar op het niveau van zelfwaardering en de stabiliteit ervan. Er zullen mensen zijn met een wisselende zelfwaardering, terwijl er mensen zullen zijn met een stabiel niveau van zelfwaardering (Brehm, et al., 2006).

Het zelfbeeld kan gevormd worden door verschillende elementen. Niet alleen het eigen lichaam en de psychische vermogens, maar ook zaken zoals kledij, een eigen huis, een gezin, het werk, familie, vrienden en dergelijke spelen bij die vorming een rol (Van der Meulen, 1993). Deze elementen worden volgens Damon & Hart (zoals geciteerd in Van der Meulen, 1993) samengevat in dimensies. Door hen werden vier dimensies onderscheiden: activiteiten, sociale relaties, fysieke of materiële kenmerken (zoals het uiterlijk) en psychologische kenmerken.

De manier waarop deze inhoudelijke elementen zijn georganiseerd, noemt men de structuur van het zelfbeeld. Het zelfbeeld heeft een complexe structuur en bestaat uit allerlei aspecten. Die aspecten zijn inhoud, positiviteit of negativiteit, intensiteit, stabiliteit in de tijd en accuraatheid (Solomon, Bamossy & Askegaard, 2008). Deze elementen kunnen concreet zijn (zoals het uiterlijk), maar ook abstract (zoals eigenschappen) of geïntegreerd in een samenhangend of gedifferentieerd beeld.

Het zelfbeeld kan tot stand komen vanuit het eigen perspectief of dat van anderen, wat in werkelijkheid meestal niet bewust van elkaar onderscheiden wordt.

Het is zo dat in het reële zelfbeeld ongewild idealen, wensen of opvattingen van anderen kunnen binnensluipen. Daardoor kan het ideale zelfbeeld deels ontstaan zijn door verwachtingen van anderen (Van der Meulen, 1993).

We kunnen dus spreken van een reëel zelfbeeld en een ideaal zelfbeeld. Het ideale zelfbeeld is hoe je zou willen zijn, terwijl een reëel zelfbeeld een veel realistischere beoordeling is van de kenmerken en eigenschappen die je al dan niet bezit. Een ideaal zelfbeeld wordt onder andere door cultuur en media bepaald (Solomon, Bamossy & Askegaard, 2008).

Tijdens de periode van de adolescentie wordt een simpel zelfbeeld vervangen door een complexer zelfbeeld dat afhankelijker wordt van de omgeving. Daardoor worden adolescenten zich bewuster van het feit dat ze worden afgerekend op gedrag dat anders is dan de norm. Adolescenten zijn beter in staat om te gaan reageren en anticiperen op hoe anderen hen waarnemen. Een zelfbeeld ontwikkelen is een proces dat tijdsintensief is en waarvoor ruimte moet zijn om ermee te gaan experimenteren. Het is een concept dat meer gevormd wordt door sociale interacties dan door kennis (Crone, 2012).

### **1.2.1 Lichaamsbeeld**

Het lichaamsbeeld is een bewuste representatie van het lichaam dat je kunt gaan beschrijven vanuit een eigen visie op het lichaam (Giummarra, M. J., et al., 2008). De perceptie en de kennis van het lichaam en de emotionele verstandhouding tot het eigen lichaam spelen daarbij een belangrijke rol. Wanneer een specifiek domein van zelfwaardering, zoals het uiterlijk, belangrijk is voor iemand, dan kan dat invloed hebben op de globale zelfwaardering.

Het lichaamsbeeld gaat in belangrijke mate gaan bepalen welk beeld we over onszelf hebben. Het lichaam wordt als een uitdrukking van het zelf ervaren. Het lichaamsbeeld is dus de wijze waarop we ons lichaam waarnemen en ook waarop we denken dat het waargenomen wordt (Bos, et al., 2005). Het is een dynamische perceptie van het eigen lichaam en hoe het aanvoelt, er uitziet en beweegt. Het wordt gevormd door onze perceptie, emoties, fysieke sensaties en is geen statisch begrip, omdat het lichaamsbeeld verandert onder invloed van de gemoedstoestand, fysieke ervaringen en door de omgeving.

Adolescenten ervaren fysieke veranderingen waardoor ze waarschijnlijk verschillende percepties ervaren van het lichaamsbeeld. Het lichaamsbeeld wordt meer beïnvloed door zelfvertrouwen en zelfevaluatie dan door evaluatie van anderen. Culturele boodschappen en

sociale standaarden van aantrekkelijkheid en voorkomen hebben ook een grote impact (Stang, Story & Croll, 2005).

### **1.2.2 Ideaalbeeld**

Een ideaalbeeld is cultuur- en tijdsgebonden (Woertman, 1994). Onze eigen gedachten en gevoelens over ons lichaam meten we aan dit ideaal. Op basis daarvan worden er uitspraken gedaan over schoonheid, normaliteit en (on)tevredenheid.

Uit kwalitatief onderzoek van Ahern, et al. (2010) naar attitudes van jonge vrouwen tegenover het “dunne lichaamsideaalbeeld”, bleek dat in alle focusgroepen beweerd werd dat het ideale lichaam dun is. Het onderzoek beschrijft een serie van focusgroepen met 41 vrouwen tussen 16 en 26 jaar en exploreert de verschillende facetten van de relatie die vrouwen hebben met het dunne schoonheidsideaal. Er werden afbeeldingen gebruikt om discussie op te wekken over de ideale lichaamsvorm. Het uitwisselen van meningen en interacties werd gestimuleerd. Volgens Nichter (zoals geciteerd in Ahern, et al., 2010) discussiëren jonge vrouwen regelmatig met leeftijdsgenoten over hun lichaamsbeeld.

In alle groepen werd beweerd dat het ideale lichaam “dun” is en werd het bij het begin van het gesprek ter sprake gebracht. Men was er zich bewust van dat dunheid geïdealiseerd wordt door de omgeving en door de massamedia. Belangrijk om hierbij te vermelden is dat de deelnemers ook vonden dat je ondanks het “dunne schoonheidsideaal” toch “te dun” kunt zijn. Beelden van “te dunne” vrouwen werden geassocieerd met psychische en fysieke ongezondheid. De meisjes erkenden ook dat vrouwenlichamen een functie hebben en niet alleen aantrekkelijk hoeven te zijn. Er kwamen echter nog onderwerpen aan bod zoals “lichaamsvormen” en “normaal gewicht”. Dit onderzoek toont aan dat het “dunne schoonheidsideaal” meer omvat dan alleen “dun zijn”.

Elke week toont het programma “Koppen” op “Eén” spraakmakende rapportages over actuele thema's. Op 17 april 2014 werd er een reportage uitgezonden waarbij onderzoek werd gedaan naar de mening over het ideale lichaam bij jongeren. “Koppen” heeft 450 jongeren bevraagd uit het vijfde jaar van het secundair onderwijs. Daaruit bleek dat 80% van de meisjes en de helft van de jongens genoeg heeft van de gefotoshopte modellen in magazines en op de televisie. Een kwart van de meisjes was bereid om drie of meer jaren van haar leven in te ruilen voor een perfect lichaam. Het onderzoek gaf aan dat de jongens wat minder bezig waren met het volmaakte lichaam (Koppen, 2014).

### 1.2.3 Lichaamstevredenheid

Lichaamstevredenheid hangt af van het globale zelfvertrouwen en van het zelf-concept. Deze factoren maken deel uit van een breder zelf-concept, met sterke correlaties tussen gradaties van tevredenheid over het eigen lichaam en over zichzelf (Sira & Parker White, 2010).

Zowel vrouwen als mannen met een hoger zelfvertrouwen neigen meer tevreden te zijn met hun lichaam (Grogan, 2008). Gezien het belang van het uiterlijk in onze samenleving, blijkt dat veel mensen hun zelfvertrouwen vinden in de manier waarop ze er uitzien (Bos, et al., 2005).

Door Jourard & Second (zoals geciteerd in Frost & McKelvie, 2005) wordt lichaamstevredenheid gedefinieerd in termen van lichaamswaardering, lichaamsbeeld en tevredenheid met het gewicht.

Lichaamswaardering, een aspect van het zelfbeeld, wordt vaak beschouwd als een specifieke vorm van het zelfvertrouwen, een stabiele eigenschap die de globale appreciatie van iemands waarde als een persoon beschrijft (Dens, De Pelsmacker & Janssens, 2008).

De lichaamswaardering toont hoe tevreden mensen zijn met specifieke aspecten van hun lichaam.

Het lichaamsbeeld toont hoe dicht het lichaam van een persoon zich situeert ten opzichte van het ideaalbeeld. De tevredenheid over het eigen gewicht hangt af van hoe het eigen gewicht zich verhoudt tot het ideale gewicht.

Er is een negatieve subjectieve beoordeling wanneer men ontevreden is met het eigen lichaam. Men kan zich bijvoorbeeld ontevreden voelen over zijn figuur, gewicht, buikje, billen,... Lichaamsontevredenheid is een eigenschap van het lichaamsbeeld en kan weergegeven worden als het negatief waargenomen verschil tussen het eigen lichaam en het ideale lichaam. Het is niet alleen voor vrouwen met een eetstoornis een probleem, maar ook voor vrouwen uit een niet-klinische populatie (Sivert & Sinanovic, 2008).

Lichaamsontevredenheid is een grote risicofactor voor het ontstaan van eetproblemen, vooral bij personen met een grote graad van perfectionisme (Wade & Tiggemann, 2013). Personen met een minder ideaal lichaam blijken zich meer zorgen te maken over het begaan van fouten en ondervinden twijfel bij het organiseren. Daarnaast is lichaamsontevredenheid een belangrijk onderdeel van een verstoord lichaamsbeeld (Mäkinen, et al., 2012).

Volgens Presnell, et al. (2004) zijn druk van leeftijdsgenoten en familie om “dun” te zijn, een gebrek aan sociale steun, relaties en de media, voorspellers van verhoogde lichaamsontevredenheid. Het is ook belangrijk om lichaamsontevredenheid te onderscheiden van vertekeningen van het beeld dat men heeft van het eigen lichaam. Wanneer een individu zijn lichaam significant groter of dikker ervaart dan het is, spreekt men van een vertekend beeld van het lichaam. Het lichaam vertekend zien is een symptoom van anorexia nervosa (Stice & Shaw, 2002).

### **1.3 Sociaal-culturele invloed**

#### **1.3.1 Media**

Na de oorlog waren er al bedenkingen rond de invloed van reclameboodschappen en vrouwenmagazines op het welzijn van vrouwen. Betty Friedan (zoals geciteerd in Van Hellemond & Van Den Bulck, 2008) was een pionier op het vlak van onderzoek naar de invloed van de media op het psychisch welzijn van vrouwen. In haar boek “The Feminine mystique” stelde ze vast dat vrouwen zich ongelukkig voelden in de enge rol van huisvrouw. De invloed van de reclameboodschappen en vrouwenbladen zorgden ervoor dat vrouwen zich gedwongen voelden te voldoen aan een opgelegd rollenpatroon.

Recenter is het fenomeen om in televisiereclame en magazines halfnaakte vrouwelijke modellen of gespierde T-shirtloze mannelijke modellen te tonen om producten te verkopen (Bartlett, Vowels & Saucier, 2008). Vele bekende sterren en modellen worden onrealistisch mager of gespierd afgebeeld op covers van magazines. Die onrealistische lichaamstypes worden echter wel gezien als ideale lichaamsbeelden.

De toenemende globalisatie van de media in de laatste decennia heeft uniformiteit in culturen veroorzaakt. Schoonheidsidealen worden steeds meer gelijkvormig en vrouwen worden steeds dunner en langer in beeld gebracht. Via de televisie, billboards, magazines en reclames wordt ons meegegeven dat we er moeten uitzien als een dunne, perfecte twintigjarige. Schoonheid, aantrekkelijkheid en gezondheid zijn te koop dankzij de media (Woertman, 1994).

### 1.3.2 Sociale vergelijkingstheorie

Mensen hebben volgens de sociale vergelijkingstheorie van Festinger (zoals geciteerd in Bos, et al., 2005) de behoefte om hun kenmerken en hun attitudes te gaan vergelijken met die van anderen. Sociale vergelijking kan zowel opwaarts, neerwaarts als in laterale richting gebeuren. Opwaartse sociale vergelijking heeft vaak in negatieve zin invloed op de zelfwaardering, in tegenstelling tot neerwaartse sociale vergelijking.

Volgens Patrick, Neighbors & Knee (zoals geciteerd in Bos, et al., 2005) speelt sociale vergelijking een belangrijke rol bij het vormen, het behoud en de afname van lichaamswaardering. Als de persoon waarmee men zich vergelijkt een “ideale” persoon in de media is, dan is er kans op een negatieve evaluatie van het eigen lichaam (Spitzer, Henderson & Zivian, zoals geciteerd in Bos, et al., 2005).

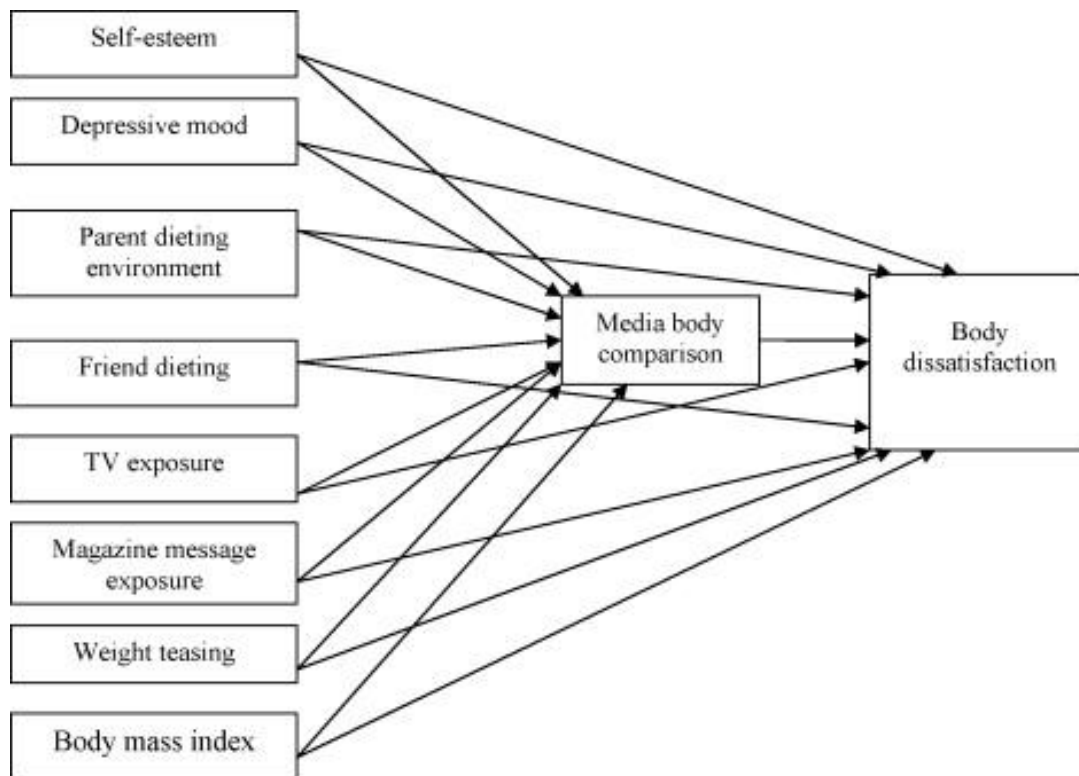
Muris et al. (zoals geciteerd in Van den Berg, et al., 2007) vonden een relatie tussen lichaamsvergelijking en het vormen van strategieën tot het veranderen van het lichaam. Aanmoediging van media, ouders en leeftijdsgenoten zorgden voor engagement en motivatie om strategieën tot lichaamsverandering uit te voeren. Verder onderzoek was nodig om de relatie tussen lichaamsvergelijking en lichaamstevredenheid te begrijpen.

Van den Berg et al. (2007) hadden daarom als doel dit verder te onderzoeken. Ze onderzochten of “lichaamsvergelijking met mediafiguren” in relatie stond met zowel psychologische attributies, socioculturele druk om “dun” te zijn en lichaamsontevredenheid. Daarvoor werd een grote steekproef genomen bij zowel vrouwen als mannen, waarbij onderstaand model werd getest.

Uit het onderzoek bij 1386 vrouwelijke studentes bleek dat, na rekening te houden met alle socioculturele en psychologische variabelen, lichaamsvergelijking significant geassocieerd werd met lichaamsontevredenheid. Daarbij hadden zelfvertrouwen, een depressieve gemoedstoestand, blootstelling aan magazines en BMI een significant effect op lichaamsvergelijking en dus ook een indirect effect op de lichaamstevredenheid.

Figuur 1 toont een model die de relatie aantoont tussen verschillende factoren (tv kijken, depressieve gemoedstoestand, BMI, vrienden die diëten, familie die dieet, zelfzekerheid), lichaamsvergelijking en lichaamsontevredenheid.





*Figuur 1.* Overgenomen van ‘Body dissatisfaction and body comparison with media images in males and females.’, door Van den Berg, P., Paxton, S.J., Keery, H., Wall, M., Guo, J., Neumark-Sztainer, D., 2007, *Body Image*, 4, p. 260. doi: 10.1016/j.bodyim.2007.04.003

### 1.3.3 Zelfdiscrepantietheorie

Volgens Higgins (zoals geciteerd in Brehm, et. al., 2006) wordt zelfwaardering bepaald door hoe men zichzelf ziet en hoe men zichzelf wil zien. Het zelf-concept is complex en bestaat uit verschillende facetten. Het omvat verschillende attributen of domeinen (Vartanian, 2012) die het zelf definiëren (ik ben een vrouw, ik ben een student, ik ben een fan van...), net zoals verschillende tijdelijke dimensies (wie was ik in het verleden, wie ben ik vandaag en wie zou ik willen zijn in de toekomst).

Volgens de zelf-discrepantie theorie zijn er drie domeinen van het “zelf”: het “werkelijke zelf”, het “ideale zelf” en het “verwachte zelf”. Het “werkelijke zelf” reflecteert de percepties van het individu over zijn of haar eigen eigenschappen of karakteristieken. Hierbij is het belangrijk te weten dat het de zelf-percepties van het individu zijn die het “werkelijke zelf” omvatten, en niet de objectieve waardering van een gegeven attributie. De focus van de eigen percepties van individuen, is vooral relevant met betrekking tot de context van het lichaamsbeeld, gezien mensen soms de vorm en maat van hun eigen lichaam verkeerd waarnemen.

Het “ideale zelf” en het “verwachte zelf” kunnen volgens Higgins (zoals geciteerd in Vartanian, 2012) mensen motiveren.

Het “ideale zelf” verwijst naar de eigenschappen die het individu zou willen bezitten of waar hij naar streeft.

Het “verwachte zelf” reflecteert de eigenschappen waarvan het individu gelooft dat hij of zij de plicht heeft deze te bezitten.

Het “werkelijke zelf” correspondeert met het zelf-concept terwijl “het ideale zelf” en het “zelf dat je zou moeten zijn” persoonlijke maatstaven representeren (Brehm, et. al., 2006). De drie “zelden” kunnen gevormd worden door iemand zijn eigen perspectief, maar ook door dat van een belangrijke ander (een ouder, een partner, een beste vriend).

Volgens de zelf-discrepantie theorie zou het ervaren van een verschil tussen het “werkelijke zelf” en het “ideale zelf” negatieve emoties opwekken (ontevredenheid, depressieve gevoelens,...), omdat de hoop en de wens het “ideale zelf” te bereiken niet vervuld kan worden. Wanneer er een verschil waargenomen wordt tussen het “werkelijke zelf” en het “verwachte zelf” dan worden er geagiteerde emoties opgewekt zoals angst en schuldgevoelens, omdat iemand niet aan de verwachtingen kan voldoen (Vartanian, 2012).

#### **1.3.4 Objectificatie**

Volgens de objectificatietheorie van Frederickson en Roberts (zoals geciteerd in Martijn, et al, 2012) leren meisjes geleidelijk om hun lichaam te zien als een object. Dit zou volgens hen het resultaat zijn van de representatie van het vrouwelijke lichaam door de maatschappij. Hoe mensen omgaan met vrouwen speelt daarin ook een rol.

#### **1.3.5 Impact van mediabeelden**

Onderzoek bij vrouwen (Grabe, Hyde & Ward, 2008) suggereert dat blootstelling aan massamedia die het “size zero” ideaal gebruikt, kan gelinkt worden aan vertekeningen in het lichaamsbeeld. Deze meta-analyse onderzocht binnen een sample van 77 experimentele en correlatieve studies de link tussen blootstelling aan de media en het ervaren van lichaamsontevredenheid, het zich eigen maken van het “dunne lichaamsideaalbeeld” en het eetgedrag bij vrouwen.

De bevindingen van de studies suggereren dat blootstelling aan de media gelinkt is aan een algemene ontevredenheid over het lichaam bij vrouwen, stijgende investering in het uiterlijk en een verhoogde goedkeuring van gestoorde eetpatronen. Door verschillende onderzoeksmethoden te gebruiken werd de validiteit verhoogd.

In een studie van Woertman & van den Brink (2009) werd er bij 12461 meisjes en vrouwen tussen 12 en 24 jaar gekeken naar de impact van de media op hun lichaamsbeeld.

Via een online vragenlijst werden de evaluatie en de discrepantie van het lichaamsbeeld, de cosmetische veranderingswens en het televisiekijken bevestigd. Daaruit bleek dat dun willen zijn zeer veel voorkomt binnen deze leeftijdsgroep.

Opvallend was dat veel televisiekijken zwak gerelateerd was aan een sterkere cosmetische veranderingswens en aan een negatiever zelfbeeld.

Daarnaast viel op dat een groep meisjes (797 in totaal), die geen televisie keken en zo minder schoonheidsgerelateerde beelden te zien kregen, hun lichaamsbeeld positiever maar ook congruenter beoordeelden. Dit omdat, volgens hen, hun lichaam minder afweek van het ideale lichaamsbeeld. Deze meisjes voelden zich ook minder aangetrokken tot plastische chirurgie.

De studie van Tucci & Peters (2008) onderzocht de onmiddellijke impact van afbeeldingen in de media op het lichaamsbeeld bij vrouwelijke bachelorstudentes.

Door middel van een “repeated measures design” werden de deelnemers tweemaal een reeks afbeeldingen uit magazines voorgelegd. Er waren afbeeldingen van zowel dunne modellen als van modellen met overgewicht. Lichaamstevredenheid werd gemeten zowel voor als na blootstelling aan de beelden.

De resultaten toonden aan dat de lichaamstevredenheid van de deelnemers verlaagt na blootstelling aan de afbeeldingen van de dunne modellen en stijgt na blootstelling aan die van de modellen met overgewicht.

#### **1.4 Lichaams(on)tevredenheid en adolescenten**

Mäkinen, et al. (2012) onderzochten lichaamsontevredenheid en de relatie tot BMI, zelfvertrouwen en eetgewoontes bij adolescenten.

“The Rosenberg Self-Esteem Scale” en “Body Dissatisfaction subscale of the Eating Disorder Inventory” werden afgenomen van 659 meisjes en 711 jongens met een gemiddelde leeftijd van 14,5 jaar.

Bij overgewicht en zelfs bij normaal gewicht bleken meisjes minder tevreden te zijn met hun lichaam. Bij ondergewicht echter waren ze het meest tevreden.

Uit onderzoek van Knauss, Paxton & Alsaker (2008) bleek dat meisjes hoger scoorden dan jongens op lichaam-schaamte en lichaamscontrole. Er werden vragenlijsten afgenomen bij 819 jongens en 791 meisjes van 14-16 jaar uit Zweden.

Dit onderzoek had als doel het bestuderen van een theoretisch model dat de relatie beschrijft tussen lichaam-schaamte, lichaamscontrole, BMI, lichaamstevredenheid en internalisatie van het lichaamsideaal opgelegd door de media.

Schneider, et al. (2012) onderzochten patronen en voorspellers van gevoelens van lichaamsontevredenheid bij Duitse adolescente meisjes (een steekproef van 144 meisjes tussen 14 en 17 jaar). Er werd gevraagd naar hun “actuele lichaamsbeeld”, hun “gewenste lichaamsbeeld” en het “verwachte lichaamsbeeld” (door ouders en beste vriendinnen). Een lage sociaaleconomische status en de totale tijd gespendeerd aan televisie kijken waren gecorreleerd met hogere lichaamsontevredenheid.

Door de ouders gegeven negatieve commentaren gerelateerd aan het lichaamsbeeld werden significant geassocieerd met lichaamsontevredenheid. Opvallend was dat de meisjes die hadden meegewerkt aan dit onderzoek gemiddeld 1,97 BMI units dunner wilden zijn.

In tegenstelling tot vorige onderzoekers hadden Kelly, et al. (2005) het doel om de prevalentie van hoge lichaamstevredenheid te bepalen in een etnisch gevarieerde populatie van adolescente meisjes. Aan de hand van een survey (2357 adolescente meisjes) onderzochten ze patronen van gedrag, demografische-, persoonlijke-, sociale- en omgevingsfactoren die te maken hebben met hoge lichaamstevredenheid.

Meer dan een kwart (26,7%) gaf aan een hoge lichaamstevredenheid te hebben. Vooral de Afro-Amerikaanse meisjes (40,1%) en de meisjes met ondergewicht (39%).

Opvallend was dat meisjes met ouders en leeftijdsgenoten die gezond gedrag aanmoedigden een hoge lichaamstevredenheid en minder gewichtsgelateerde problemen hadden.

Uit dit onderzoek bleek dat de onmiddellijke subcultuur waartoe adolescente meisjes behoren een belangrijke rol kan spelen bij het bevorderen van lichaamstevredenheid.

Een sociale omgeving die zich meer focust op gezondheid en beweging dan het verliezen van gewicht is positiever voor het gevoel van tevredenheid bij de adolescent.

## 1.5 Invloed op lichaamstevredenheid

In 2003 bestudeerden Hargreaves en Tiggemann het effect van televisiereclame met aantrekkelijke vrouwen op de lichaamsontevredenheid bij adolescenten (160 adolescente meisjes en 197 jongens tussen 13 en 15 jaar).

De deelnemers werden verdeeld in twee groepen.

De ene groep bekeek 20 commercials waarin geïdealiseerde dunne vrouwenlichamen werden afgebeeld en de andere groep commercials zonder dergelijke geïdealiseerde beelden.

Lichaamsontevredenheid werd drie keer gemeten: vóór het bekijken, na het bekijken en 15 minuten na het bekijken van de reclames.

Om de activatie van het uiterlijk-schema te meten werd de “Word stem Completion Task” en “The Appearance Schemas Inventory” gebruikt. Bij de ‘Word stem Completion Task’ kregen de deelnemers 20 lettergrepen bestaande uit drie letters die ze moesten aanvullen tot woorden. Nadien werd er nagegaan of er uiterlijk gerelateerde en niet-uiterlijk gerelateerde woorden werden gebruikt.

De ASI, door Cash (zoals geciteerd in Hargreaves & Tiggemann, 2003), meet vaste gedachten en ideeën over het belang, de betekenis en de effecten van het uiterlijk in iemand zijn leven.

Enkel bij de meisjes die de commercials met de “ideale figuren” hadden bekeken was er een significant hogere lichaamsontevredenheid. De verhoogde lichaamsontevredenheid was ook nog aanwezig na 15 minuten. Dit was niet het geval bij de meisjes die de commercials zonder “ideale figuren” hadden bekeken.

De leeftijd van de deelnemers had hierbij geen invloed.

Uit de resultaten bleek dat “aantrekkelijke” televisiebeelden leidden tot verhoogde lichaamsontevredenheid en schema-activatie (Hargreaves & Tiggemann, 2003).

In een later experiment van Clay, Vignoles & Dittmar (2005) werd de impact gemeten van “ultradunne modellen” en “modellen met een gemiddelde maat” op het lichaamsbeeld en zelfvertrouwen van adolescente meisjes (11 tot en met 16 jaar).

De studie bestond uit twee delen. Het eerste deel gebruikte een experimenteel ontwerp en stelde de meisjes bloot aan beelden van “ultradunne modellen” of “modellen van een gemiddelde maat”.

Het tweede deel van het onderzoek beoogde de relatie tussen de gemeten variabelen in kaart te brengen.

Het zien van “ultradunne” of “gemiddelde modellen” leidde tot het verlagen van zowel lichaamstevredenheid als zelfvertrouwen bij de adolescente meisjes. Dit onderzoek toonde aan dat er een causaal effect was van mediabeelden op de lichaamstevredenheid (Clay, Vignoles & Dittmar, 2005).

Volgens Ferguson et al. (ScienceDaily, 2013) hebben leeftijdsgenoten een grotere invloed op lichaamsontevredenheid bij tienermeisjes dan het “dunne schoonheidsideaal” van televisie en sociale media. De onderzoekers vroegen aan 237 jonge Latijns-Amerikaanse meisjes (van 10 tot en met 17 jaar) om de aantrekkelijkheid van de vrouwelijke actrices, in hun drie favoriete televisieprogramma’s, een score te geven.

Daarnaast werd er gevraagd naar hun lengte en lichaamsgewicht. Ook werd gevraagd of ze minderwaardigheidsgevoelens hadden ten opzichte van leeftijdsgenoten en hoe tevreden ze waren met hun leven. Bij 101 adolescenten uit de oorspronkelijke groep werden deze metingen 6 maanden later herhaald. De conclusie van dit onderzoek was dat er meer kans is op lichaamsontevredenheid door competitie met leeftijdsgenoten dan door blootstelling aan televisie en sociale media.

Druk van familie kan ook bijdragen tot het stijgen van lichaamsontevredenheid en bezorgdheid over het lichaamsbeeld.

Ouders neigen steeds minder positief en kritischer te worden over het voorkomen, de eetgewoontes en fysieke activiteiten van hun adolescente kinderen. Adolescenten krijgen het meest kritiek over hun fysieke verschijning.

De overbezorgdheid van ouders over het gewicht van hun kinderen, die volgens hen ofwel te dun ofwel te dik zijn, kan jongeren beïnvloeden om ongecontroleerd te gaan diëten (Stang, Story & Croll, 2005).

## 1.6 Onderzoeksvraag en hypothesen

Uit voorgaand onderzoek blijkt dat er verschillende factoren een rol spelen bij het ervaren van lichaamstevredenheid.

Het zien van “ultra dunne” of “gemiddelde” modellen in de media leidt tot het verlagen van zowel de lichaamstevredenheid als het zelfvertrouwen bij adolescente meisjes (Clay, Vignoles & Dittmar, 2005). Daarnaast is het opvallend dat er veel belang gehecht wordt aan de mening van anderen.

Lichamelijke veranderingen beïnvloeden de manier waarop ze zich beleven. Het uiterlijk wordt als belangrijk ervaren. Daardoor krijgt men waardering van anderen en draagt het bij tot het waarderen van zichzelf.

Een eenvoudig zelfbeeld wordt vervangen door een complexer zelfbeeld (door de omgeving beïnvloed). Bij onderzoek naar lichaamstevredenheid werd meestal gefocust op ontevredenheid. Onderzoek van Kelly, et al. (2005) richtte zich daarentegen op lichaamstevredenheid en toonde aan dat er adolescenten zijn met een hoge lichaamstevredenheid.

Met dit onderzoek willen we nagaan of er bij de deelnemers invloed wordt ervaren en hoe ze die invloed beleven. De centrale onderzoeksvraag in dit onderzoek is: “Hoe beleven adolescente meisjes in Vlaanderen invloed van de media op hun lichaamstevredenheid?”. Daarbij wordt nagegaan of er nog andere mogelijke invloeden zijn en welke waarden adolescenten hebben in verband met de lichaamstevredenheid en het zelfbeeld.

Naast de centrale onderzoeksvraag zijn deze deelvragen ook zeer belangrijk: “Wat betekent het voor tienermeisjes om omringd te worden door beelden die hen misschien onzeker maken?”, “Is er volgens hen een ideaalbeeld aanwezig in onze cultuur? Zo ja, welk beeld is dat dan en hoe voelen ze zich daarbij?”.

Eerst komt de methode van dit onderzoek aan bod, waarna de resultaten worden verhelderd. Tot slot worden de resultaten kritisch omschreven in de discussie.

## **2 Methode**

### **2.1 Kwalitatieve studie**

Om een kwalitatieve studie uit te kunnen voeren is een open onderzoeksontwerp nodig (Wester, Smaler & Mulder, 2000). De betekenis die mensen in hun dagelijkse leven aan hun omgeving toekennen is hierbij belangrijk. In dit onderzoek staat de beleving van de media-invloed op de lichaamstevredenheid centraal en dat kan alleen nagegaan worden door middel van een kwalitatieve studie (Boeije, 2006).

Dit onderzoek wil de beleving van de media-invloed op de lichaamstevredenheid bij tienermeisjes benoemen of beschrijven (Baarda, De Goede & Teunissen, 2005) aan de hand van focusgroepen.

### **2.2 Deelnemers**

Eigen aan een kwalitatief onderzoek is dat er wordt gewerkt met gerichte steekproeven waar voordien goed is over nagedacht (Baarda, De Goede & Teunissen, 2005). In het kader van dit onderzoek is het belangrijk om een steekproef te nemen van zes à acht adolescente meisjes per focusgroep, omdat dit een werkbaar aantal is. Het is ook belangrijk om een heterogene steekproef te nemen om zo diverse standpunten te verzamelen (Van Selm, 2007).

Er worden drie focusgroepen georganiseerd met telkens een steekproef van zes à acht adolescente meisjes met een leeftijd van 17 tot en met 19 jaar (derde graad secundair onderwijs en eerste jaar hogeschool). Volgens Slocum (2005) ligt de ideale groepsgrootte tussen vier en twaalf participanten. Er worden enkel adolescente meisjes geselecteerd omdat, volgens Kohnstamm (2002), meisjes het moeilijker kunnen hebben tijdens de adolescentie. Ze ontlenen vaker hun gevoel van eigenwaarde aan hoe anderen over hen denken. Het is met dit onderzoek dan ook de bedoeling te gaan kijken hoe jonge meisjes invloed beleven.

Na het zien van de documentaire van Sunny Bergman (Holland Doc, 2013) wordt beslist om het onderzoek te richten op adolescente meisjes zonder psychische problemen. Er worden drie steekproeven genomen. Om die zo heterogeen mogelijk te houden worden meisjes uit verschillende scholen of steden gecontacteerd. De contacten worden gelegd via jeugdbewegingen, scholen en Facebook. Bij het contacteren van meisjes via scholen en jeugdbewegingen is er een risico dat er een groepsdynamiek bestaat tussen hen tijdens de focusgroep.



Daarnaast is de kans groot dat er op die manier alleen sociaal geëngageerde meisjes willen meewerken en we de meisjes die meer introvert zijn niet kunnen bereiken.

Om een steekproef te nemen wordt de sneeuwbalmethode gebruikt. Gezien het delicate onderwerp wordt er rekening gehouden met de mogelijkheid dat weinig meisjes tijd zullen willen vrijmaken. Via deelneemsters die interesse hebben wordt er gevraagd of ze eventueel nog mensen kennen die willen meewerken (StatPac Inc., 2013).

Via Facebook en e-mail wordt aan kennissen en vrienden gevraagd of ze mensen kennen die bereid zijn om mee te werken aan het onderzoek. Op deze manier kan de steekproef groter worden. Een nadeel is echter dat in die steekproef vertekeningen kunnen zijn op vlak van een goede representatie van de populatie (StatPac Inc., 2013).

## **2.3 Meetinstrumenten/apparatuur**

In de focusgroep staat centraal hoe kennisproductie, tijdens sociale interactie, tussen de deelnemers plaatsvindt (Boeije, 2006). Die interactie is de opzet van dit onderzoek, waarbij we willen luisteren naar het inhoudelijk aspect van het gesprek maar ook naar de bijbehorende emoties, de ironie, de tegenstellingen en de spanningen (Grudens-Schuck, Allen & Larson, 2004).

### **2.3.1 Focusgroep**

Het hoofddoel van een focusgroep is het begrijpen en het uitleggen van meningen en overtuigingen die de gevoelens, de gedragingen en de gedachten van individuen beïnvloeden (Rabiee, F., 2004). De discussie vindt plaats in een daarvoor gereserveerde ruimte.

Er zijn een aantal voor- en nadelen verbonden aan het organiseren van een focusgroep. Enkele belangrijke voordelen zijn: de sociale interactie die ontstaat tijdens het gesprek, een natuurlijke setting, de grote hoeveelheid aan informatie, de verschillende visies, groepsinteractie, ... (Hennink, 2007).

Het is mogelijk om met meer mensen tegelijk te spreken en hun meningen te ontdekken. In een groep is het mogelijk dat mensen spontaner reageren dan tijdens een individueel gesprek (Baarda, De Goede & Teunissen, 2005).

Maar er zijn uiteraard ook een aantal nadelen aan deze methode verbonden. De moderator moet een aantal vaardigheden bezitten om een groep te leiden. Er moet rekening gehouden worden met de onvoorspelbaarheid van de situatie en met de mogelijkheid tot bias in het

selecteren van de deelnemers. Er is een grote hoeveelheid tekst om te verwerken en een mogelijk hoge kostprijs om alles te organiseren (Hennink, 2007).

Het kan een nadeel zijn dat sommige mensen juist geremd gaan reageren en hun mening minder goed durven te uiten omdat ze bang zijn voor de reacties van de anderen.

Angst en sociale wenselijkheid kunnen dus een grote rol spelen, maar dit kan aantonen dat er wel degelijk groepsrollen en groepsdruk leven binnen de doelgroep.

Als gespreksleider is het de bedoeling dat je elk groepslid voldoende aan het woord laat (Baarda, De Goede & Teunissen, 2005). In dit onderzoek geven de voordelen de doorslag gezien het belang van de groepsinteractie en de zoektocht naar verschillende visies.

Het doel is dat de deelnemers reageren op een bepaald onderwerp dat afgebakend is, namelijk: de beleving van de lichaamstevredenheid onder invloed van de media.

Het groepsgesprek kan zoveel mogelijk gevoerd worden, met telkens verschillende participanten, tot er op een gegeven moment geen nieuwe informatie meer verzameld wordt (Van Selm, 2007).

Dit onderzoek heeft door gebrek aan tijd en middelen maar de mogelijkheid om drie focusgroepen uit te voeren.

Daarom wordt de procedure goed uitgeschreven tot in elk detail, zodat het onderzoek eventueel nadien zou kunnen worden verder gezet (zie bijlage 6).

De ideale gespreksduur voor een focusgroep varieert tussen 45 en 90 minuten. Als een gesprek te lang duurt worden de meeste groepen minder productief (Eliot & Associates, 2005).

Om een maximale input en verscheidenheid aan informatie te verzamelen worden drie focusgroepen van maximum twee uur georganiseerd.

Ook na het focusgesprek is het belangrijk om de deelnemers op de hoogte te houden over de acties die ondernomen worden.

Dit kan er voor zorgen dat je als onderzoeker in de toekomst gemakkelijker deelnemers kan motiveren om deel te nemen aan ander onderzoek (Ivens, 2009).

### **2.3.2 Rosenberg Self-Esteem Scale**

De vragenlijst wordt afgenomen om zicht te krijgen op het zelfvertrouwen van de deelnemers (Rosenberg, 1965). Dit wordt georganiseerd na het focusgesprek om te voorkomen dat de objectiviteit van de moderator in het gedrang komt.

De vragenlijst wordt gebruikt als een zelf-rapportage-instrument om het individuele zelfvertrouwen te evalueren en bestaat uit tien items (Gray-Little, et al., 1997).

Hoe hoger de behaalde score hoe groter het zelfvertrouwen. Er wordt gebruikt gemaakt van een vier punt Likert schaal. De cut-off score is vijftien wat betekent dat een score lager dan vijftien wijst op een laag zelfvertrouwen. Vanaf een score van vijftien tot dertig is er sprake van zelfvertrouwen (Rosenberg, 1965).

### **2.3.3 Elicitatietechnieken**

Elicitatietechnieken zijn letterlijk uitlokkingstechnieken voor verbale of non-verbale stimulering. Deze technieken zijn bedoeld om ondoordachte en spontane reacties uit te lokken (Stalpers, 2007). Ze worden toegepast wanneer diepgaande inzichten in het onderbewustzijn van individuen worden onderzocht. Associatie en projectie zijn de meest toegepaste methodes.

Dit onderzoek maakt gebruik van associatieve technieken, omdat deze inzicht kunnen geven in patronen van ervaringen en belevingen. Er wordt aan de deelnemers gevraagd om te reageren op een bepaalde stimulus. In dit onderzoek zijn dit foto's en magazines.

Er is sprake van vrije associatie, omdat de deelnemers volledig vrij zijn in de manier waarop ze op de stimuli reageren.

De deelnemers krijgen de opdracht om een collage te maken met beelden die voor hen het schoonheidsideaal anno 2014 vertegenwoordigden. Hierbij mogen ze proberen om hun gevoelens over het schoonheidsideaal in woorden uit te drukken. Om een gevarieerd beeld mogelijk te maken worden er verschillende type magazines voorzien (Flair, Cosmopolitan, Goed Gevoel, Elle, Feeling,...).

Daarnaast worden er vijf diverse mediabeelden getoond aan de hand van een PowerPoint voorstelling (zie bijlage 7). Nadien worden er vragen gesteld om te achterhalen wat de invloed van die beelden op de deelnemers is.

### **2.3.4 Opnameapparatuur**

Het registreren met videoapparatuur maakt het mogelijk dat onderzoekers de acties van de deelnemers, de groepsinteracties en de lichaamstaal kunnen waarnemen en toevoegen aan de verbale dialogen. Toch heeft deze manier van werken een impact op de spontaniteit van het gesprek (Hennink, 2007). In dit onderzoek is de kwaliteit van de discussie het belangrijkste element zodat er wordt gekozen om het gesprek enkel met audiomateriaal vast te leggen.

De gesprekken worden opgenomen met: micro, statief, mengpaneel, laptop en het opnameprogramma Audacity. Als back-up wordt ook een tablet gebruikt voor een extra geluidopname. Het is zeer belangrijk om voor aanvang toestemming te vragen aan de deelnemers.

Door het opnemen van de gesprekken kan nadien het transcript uitgetypt worden (Van Selm, 2007). Analyses op basis van transcripties kunnen diepgaander zijn dan notities.

Je hoeft je niet te baseren op je geheugen om informatie terug op te roepen (Van Selm, 2007).

Op voorhand wordt met de deelnemers afgesproken om niet door elkaar te praten, zodat er tijdens het transcriberen geen problemen zouden zijn met het herkennen van de stemmen.

Observaties worden door de moderator genoteerd op een A4 blad dat voor hem of haar ligt.

### **2.3.5 Incentive**

Na de sessie krijgen de deelnemers een incentive. Dit is iets aantrekkelijks om hen te bedanken voor de aanwezigheid. Het kan een stimulans zijn om deel te nemen aan een groepssessie (Krueger & Casey, 2008).

Er wordt gekozen om de deelnemers een bon ter waarde van zes euro te geven die ze kunnen gebruiken in de winkelketen H&M. Deze manier van werken staat ook kort vermeld in de informatieve brief (zie bijlage 1).

## **2.4 Procedure**

### **2.4.1 Informeren van de deelnemers**

Na het selecteren van de deelnemers wordt telkens eerst een introductiebrief gestuurd, waarin uitgelegd wordt wie het onderzoek uit zal voeren, wat de studie beoogt te onderzoeken en waarom (zie bijlage 1). Vervolgens worden de deelnemers en hun ouders geïnformeerd over de verwerking van de gegevens en de anonimiteit daarvan.

In de informatieve brief staat vermeld hoe contact opgenomen kan worden met de moderator. Ook wordt gevraagd of ze bereid zijn om in een focusgroep te discussiëren over het onderwerp van dit onderzoek (Baarda, De Goede & Teunissen, 2005).

Naast een brief wordt er ook een informed consent opgestuurd waar zowel de ouders als de minderjarige meisjes dienen te tekenen indien ze toestemmen tot deelname (zie bijlage 2). Voor de meisjes die volwassen zijn is er een informed consent voorzien waar enkel zij dienen te tekenen (zie bijlage 3). Het nemen van contact met de deelnemers gebeurt deels via Facebook, kennissen, vrienden, oud-leerkrachten, jeugdbewegingen en scholen. De brieven worden verstuurd via e-mail, Facebook en leerplatformen van scholen.

Eenmaal de meisjes hebben toegezegd is het de bedoeling om een datum vast te leggen die voor iedereen past. Daarvoor wordt Doodle (“Doodle”, 2014) gebruikt.

Doodle is een website waarop elke deelnemer de data waarop ze vrij is kan aanduiden. De moderator volgt dit op en licht iedereen in over de datum die voor iedereen past.

### **2.4.2 Leidraad focusgroep**

De allereerste voorbereiding is het uitschrijven van het verloop van de focusgroep.

Dit wordt gebaseerd op de onderzoeksvragen zoals in voorgaande hoofdstukken beschreven.

Om het gesprek in goede banen te kunnen leiden wordt een Word-document opgesteld dat als leidraad kan dienen (zie bijlage 6). Daarin worden de hoofdvragen vastgelegd.

Het document is gebaseerd op het idee van een topic-lijst. Dit is een lijst met belangrijke vragen die moeten gesteld worden binnen een bepaald thema (Baarda, De Goede & Teunissen, 2005).

In dit onderzoek zijn drie topics belangrijk: lichaamstevredenheid, het schoonheidsideaal en beelden uit de media.

Na het vastleggen van de data van de bijeenkomst wordt er telkens contact opgenomen met de verantwoordelijke voor de lokaalverdeling van Hogeschool West-Vlaanderen Brugge, om een lokaal te reserveren. De reden waarom er wordt gekozen voor een klaslokaal is omdat het eenvoudig te vinden is en omdat er geen afleiding is. Volgens Slocum (2005) is dit belangrijk.

Na het controleren van de materiaallijst (zie bijlage 5) kan alles klaargezet worden in het lokaal: stoelen, opnameapparatuur, PowerPoint (zie bijlage 7) en dergelijke.

Het gesprek duurt telkens maximum twee uur omdat de deelnemers na een tijd vermoeid kunnen worden (Slocum, 2005).

Er wordt een tussendoortje en water voorzien bij de aanvang en na het groepsgesprek.

Volgens Krueger & Casey (2008) kan dit de conversaties bevorderen bij de deelnemers.

Het eten en de drank worden geplaatst op een tafel aan de zijkant van het klaslokaal, zodat het niet voor afleiding kan zorgen tijdens het gesprek.

### **2.4.3 Dataverzameling**

Voor een moderator is een goede voorbereiding essentieel. Het is van belang om de introductie en de vragen goed te beheersen en duidelijk over te brengen aan de deelnemers. Het is cruciaal dat dit alles spontaan gebeurt (Krueger & Casey, 2008). Tijdens de inleiding wordt informatie gegeven over de opzet van het onderzoek, de anonimiteit van de deelnemers en de thema's die aan bod komen (Baarda, De Goede & Teunissen, 2005).

Er komen telkens drie thema's aan bod: de lichaamstevredenheid, de mediabeelden en het ideaalbeeld anno 2014. Binnen die thema's worden er vragen gesteld om zo de informatie te verzamelen. Daarbij is het belangrijk om de beleving te gaan bevragen.

Om extra zicht te krijgen op het zelfvertrouwen van de meisjes wordt de Rosenberg Self-Esteem Scale (Rosenberg, 1965) afgenomen. Deze vragenlijst wordt nadien afgenomen om te voorkomen dat de objectiviteit van de moderator in het gedrang komt.

Er wordt een extra brief opgesteld om de meisjes te informeren. In die brief staat de link van de online vragenlijst (W.W. Norton, 2014) genoteerd (zie bijlage 4).

Deze brief wordt verstuurd via de Facebook-groepen waar de meisjes lid van zijn. Op deze manier kunnen de deelnemers gemakkelijk op de hoogte gehouden worden van het onderzoek. Er wordt gekozen om met een online versie van de vragenlijst (W.W Norton,

2014) te werken, omdat dit weinig tijd vraagt van de deelnemers.

De meisjes kunnen het resultaat in een privébericht naar de moderator doorsturen.

Via dezelfde Facebook-groepen wordt, mits toestemming van de deelnemers, het transcript van een groep naar een andere groep opgestuurd. Op die manier komen ze in contact met de meningen van een andere groep. Indien ze dat wensen kunnen ze daarop reageren.

Daarnaast krijgen ze de kans om het transcript van hun eigen gesprek door te nemen.

Op die manier wordt er transparant te werk gegaan en blijven de deelnemers betrokken bij het onderzoek.

#### **2.4.4 Data-analyse**

De data-analyse wordt in dit onderzoek gebaseerd op de “Grounded Theory Approach” van Glaser en Strauss (zoals geciteerd in De Boer, 2010).

In dit onderzoek wordt op basis van transcripten een analyse uitgevoerd. Analyses op basis van transcripties zijn diepgaander dan analyses op basis van notities. Daarom wordt in dit onderzoek gebruik gemaakt voor audio-opnames (Van Selm, 2007).

Vooraleer het labelen van de tekstfragmenten kan beginnen moeten er nog enkele stappen ondernomen worden (Baarda, 2009). Eerst en vooral moet er een transcriptie gemaakt worden van het audio-materiaal. Vervolgens wordt per transcript de niet-relevante informatie geschrapt. Dit maakt het eenvoudiger om de verkregen informatie te analyseren.

Vervolgens wordt de relevante tekst opgesplitst in fragmenten, zodat het labelen eenvoudiger kan verlopen. Ieder fragment krijgt een cijfercode waarbij het cijfer voor het punt verwijst naar de persoon die de uitspraak deed. Het cijfer na het punt staat voor de volgorde in de reeks van uitspraken door een persoon. Bijvoorbeeld de code 1.14 staat voor de 14<sup>e</sup> uitspraak van deelnemer 1. Nadien kan de analyse gestart worden volgens de principes van GTA.

In data-analyse is het ontdekken van concepten in de verzamelde data een belangrijke stap. Door een cyclisch proces van dataverzameling, data-analyse en reflectie ontstaan concepten en krijgen deze inhoud (De Boer, 2010).

De eerste stap is het labelen van de eerste verzamelde gegevens. Labelen betekent dat je ruwe data op een hoger conceptueel niveau brengt.

De analytische technieken die de onderzoeker kan gebruiken bestaan uit verschillende elementen. Een onderzoeker kan vergelijkingen maken en nadenken over verschillende betekenissen van een woord. Zaken kunnen in vraag gesteld worden. Er kan gelet worden op emoties in taal en woorden die naar “tijd” verwijzen. En er kan gezocht worden naar tegenstellingen. Het labelen is dus bedoeld om een diepgaand beeld te krijgen van de verzamelde data (De Boer, 2011).

Elk tekstfragment wordt voorzien van een of meer labels en er wordt zo dicht mogelijk bij de oorspronkelijke tekst gebleven om interpretaties te vermijden (Baarda, 2009)

In de tweede stap is het mogelijk om dimensies en eigenschappen rond de concepten te ontdekken (De Boer, 2010). De labels worden eerst geordend volgens abstractieniveau. Nadien worden de synoniemen samengevoegd en wordt er gezocht naar categorieën (zie bijlage 11) waaronder labels kunnen geplaatst worden, om zo opnieuw te gaan ordenen (Baarda, 2009).

In de derde stap van de analyse wordt er nagedacht over de ontdekte concepten en wordt de verhouding tussen die concepten bekeken. Nadien probeert de onderzoeker de gegevens te integreren (De Boer, 2010) door de geordende categorieën uit de vorige stap onder centrale begrippen te plaatsen. Daarbij is het belangrijk om stil te staan bij de onderzoeksvraag en het onderzoeksdoel (Baarda, 2009).

Er moet rekening gehouden worden met de volgende componenten: interacties, emoties, de condities en de consequenties. Om condities te signaleren in de data kan de onderzoeker bijvoorbeeld de volgende vraag stellen: “Wat leidde tot wat en waarom?”.

Het toepassen hiervan zal uiteindelijk leiden tot het opstellen van een visueel schema (zie bijlage 12). Vervolgens wordt van de hoofdcategorieën een boomstructuur opgesteld. Naargelang de frequentie van bepaalde thema's worden er sub-takken gekozen (zie bijlage 11). Aan de hand van die structuur kan de vierde en tevens laatste stap uitgevoerd worden.

De vierde en laatste stap in de analyse is het uitwerken van de verhaallijn waarin de onderzoeker de onderzoeksresultaten weergeeft. Deze laatste stap wordt de theoretische integratie genoemd. De boomstructuur, in de derde stap verkregen, wordt hier gebruikt om na te gaan welke hoofdcategorieën er zijn (zie bijlage 11). Vervolgens wordt een schema (zie bijlage 12) opgesteld om verbanden weer te geven. Daarrond wordt een verhaallijn



ontwikkeld waarin de resultaten verwerkt worden (De Boer, 2011).

Met de onderzoeksvragen in het achterhoofd wordt, in dit onderzoek, gekozen om de hoofdcategorieën op te splitsen in drie thema's: de lichaamstevredenheid, het ideaalbeeld en de beelden in de media.

## **2.5 Betrouwbaarheid en validiteit**

Om de objectiviteit van dit onderzoek te verhogen wordt contact opgenomen met een expert binnen de doelgroep. Volgens Baarda (2009) kan de onderzoeker zich te veel laten leiden door bepaalde verwachtingen en is het daarom belangrijk om het werk te laten lezen door iemand die niet direct bij het onderzoek betrokken is.

Volgens Baarda (2009) is het nuttig om de resultaten van het onderzoek door de betrokkenen te laten lezen. Daarom wordt, om de validiteit te verhogen, na het verwerken van de gegevens van alle groepsgesprekken gevraagd aan de deelnemers of ze hun eigen transcript willen lezen en nagaan of ze opmerkingen hebben.

Om extra belangrijke informatie toe te voegen aan de verzamelde gegevens, wordt aan de deelnemers per focusgroep een gelabeld transcript van een andere groep verstuurd via e-mail of Facebook. Gezien dit vrijblijvend is wordt dit pas na het uitvoeren van de focusgroep met de deelnemers besproken.

Er wordt een extra brief (zie bijlage 4) meegegeven waarin staat omschreven wat de opzet is van deze manier van werken. Daarin wordt gevraagd wat hun bedenkingen zijn bij de verzamelde gegevens van een andere focusgroep. Dit kan zorgen voor nieuwe inzichten die een belangrijke meerwaarde kunnen zijn voor het onderzoek.

### 3 Resultaten

#### 3.1 Uitgevoerde focusgroepen

Uiteindelijk werd er met drie focusgroepen gewerkt. De eerste focusgroep bestond uit vijf deelnemers uit eenzelfde school. De meisjes waren afkomstig uit verschillende steden en hadden verschillende nationaliteiten. De tweede focusgroep was samengesteld met zes meisjes, maar op het laatste moment hadden twee meisjes afgezegd. Zij waren afkomstig uit dezelfde stad. De deelnemers hadden verschillende leeftijden en gingen naar verschillende scholen. De derde groep deelnemers bestond uit vijf meisjes uit verschillende hogescholen. De doelstelling van dit onderzoek was om focusgroepen te organiseren met telkens zes of meer deelnemers. Doordat de gecontacteerde doelgroep vaak een drukke agenda had waren de groepen nooit groter dan vijf personen.

In deze tabel wordt er een overzicht gegeven van de deelnemers, hun leeftijd en hun resultaat op de Rosenberg Self-Esteem Scale. De namen van de deelnemers werden overal vervangen om zo hun anonimiteit te verzekeren.

Focusgroep	Naam	Leeftijd	Score RSES
Focusgroep 1	Anna	17 jaar	10
	Tine	18 jaar	14
	Inge	17 jaar	14
	Evi	17 jaar	16
	Emma	17 jaar	20
Focusgroep 2	Kim	19 jaar	27
	Helena	19 jaar	17
	Lore	18 jaar	18
	Elke	18 jaar	22
Focusgroep 3	Sarah	19 jaar	17
	Sofie	19 jaar	14
	Liese	18 jaar	17
	Jill	19 jaar	16
	Laura	19 jaar	25

Bij de RSES is het zo dat een score lager dan 15 betekent dat er een laag zelfvertrouwen is. Een score van 15 tot en met 30 betekent dat er een gradatie zelfvertrouwen is die kan variëren van gemiddeld tot hoog.

### **3.2 Evaluatie focusgroepen**

Het werken met de eerste focusgroep verliep goed. De deelnemers waren enthousiast, vonden het gesprek zeer nuttig en zelf therapeutisch. Tijdens de vraagstelling rond de lichaamstevredenheid begon een deelnemer te wenen, gezien de gevoeligheid van het onderwerp. Ze ontving naast de steun van de moderator ook steun van de mededeelnemers. Dit toont de gevoeligheid van dit onderwerp aan.

Na het uitvoeren van de eerste focusgroep werd de leidraad nog eens herlezen door mevrouw Catherine Barbez, lector op de Hogeschool West-Vlaanderen, die ervaring heeft in het houden van focusgroepen. Ze gaf de tip om de Rosenberg Self Esteem Scale te gebruiken tijdens het onderzoek. Vervolgens werd de leidraad aangepast aan haar feedback en toegepast tijdens de tweede focusgroep.

Bij de tweede focusgroep waren er minder meisjes aanwezig, omdat er twee meisjes op het laatste moment hadden afgezegd. Daardoor was er minder dynamiek tijdens het gesprek. Eén meisje kwam echter niet veel aan het woord en tijdens het maken van de collages haalde ze vaak haar gsm boven. De verandering van de leidraad heeft geholpen om meer open vragen te stellen.

Bij de derde en laatste focusgroep viel het op dat de meisjes elkaar meer durfden tegen te spreken. Voor dit onderzoek was dat zeer interessant want in de vorige groepen waren de meisjes meer eensgezind.

Uit de observaties (zie bijlage 9) bleek dat tijdens het maken van de collages geen gebruik werd gemaakt van de tijdschriften Flair en Goed Gevoel. In die tijdschriften komen er modellen voor met een maatje meer.

### 3.3 Resultaten

De resultaten van dit onderzoek worden weergegeven aan de hand van de vooropgestelde onderzoeksvragen. De belangrijkste onderzoeksvraag van dit onderzoek is: “Hoe beleven adolescente meisjes de invloed van de media op hun lichaamstevredenheid?”.

De resultaten worden weergegeven in vier thema’s: de lichaamstevredenheid, het ideaalbeeld, de beelden in de media en andere bevindingen.

Om aan te geven welke thema’s het meest besproken werden, worden coding references weergegeven in de tekst. Daarnaast wordt er gekeken naar het aantal meisjes dat een thema ter sprake brengt. Verder werd er ook rekening gehouden met de meningen die niet veel aan bod kwamen. De structuur van de resultaten werd gebaseerd op onderstaande boomstructuur (zie bijlage 12):

Code	Aantal meisjes	Coding references
<b>Lichaamstevredenheid</b>		
- Kenmerken tevredenheid	14	
• Zelfzeker	6	12
• Sociaal zijn	5	10
• Uitstraling	6	10
• Neerkijken op	5	9
- Kenmerken ontevredenheid	14	
• Onzeker	7	15
- Nodig om tevreden te zijn	6	
• Zelfwaardering	3	4
• Gezond zijn	4	4
<b>Idealbeeld</b>		
- Kenmerken idealbeeld	14	
- Beleving	14	
• Streefdoel	10	25
• Perfectie	5	12
• Onmogelijk	6	6
• Opgedrongen	3	3
<b>Media</b>		
- Mediakanalen	14	
• Internet/Facebook	6/9	12/14
• Tv	7	16
• Magazines	6	9
• Films	4	6
- Manipulatie van beelden	11	
• Make-up	9	17
• Photoshop	9	15

- Beleving	14	
• Druk voelen	6	18
• Commercieel	5	11
• Invloed	5	9
• Inspiratie	5	8
• Gevoel	5	8
• Afschermen	6	8
<b>Andere</b>		
- Belangrijke anderen	14	
• Familie	8	21
• Vrienden	6	9
• Jongens	8	17
- Opvoeding	2	4
- Beleving ten opzichte van anderen	14	
• Vergelijken	8	23
• Kritiek	5	19
• Concurrentie	2	2
- Kledij	8	29
- Vroeger	6	17

### 3.3.1 Lichaamstevredenheid

Er werd bij het begin van het gesprek gevraagd aan de deelnemers welke woorden ze associeerden met lichaamstevredenheid. Laura gaf aan dat ze het moeilijk vond om lichaamstevredenheid in één woord te omschrijven. Bij twee oudere meisjes werden positieve associaties gemaakt over lichaamstevredenheid.

*“Bij tevredenheid denk ik meteen aan de positieve kant. (Helena)”*

*“Wat je van jezelf vindt en als je zelfvertrouwen hebt over je eigen lichaam. (Kim)”*

Er waren ook meisjes die het een moeilijk onderwerp vonden en negatieve associaties maakten bij het woord lichaamstevredenheid. Inge gaf aan dat ze niet tevreden is over zichzelf. Volgens Anna was het moeilijk om tevreden te zijn met je lichaam omdat je snel gaat vergelijken met anderen.

*“Het is iets moeilijks dat niet vanzelfsprekend is. (Anna)”*

In één gesprek kwam er aan bod dat lichaamstevredenheid niet statisch is maar fluctueert (4 coding references). Jill gaf aan dat lichaamstevredenheid constant verandert en dat het de ene dag positiever is dan de andere. Liese nuanceerde dit door aan te geven dat veel mensen heel

negatief maar ook positief kunnen zijn over zichzelf. Ze maakte daarbij een onderscheid tussen personen.

*“Ik denk dat het bij heel veel mensen heel negatief kan zijn, maar bij sommige mensen ook heel positief en sommige mensen aarzelen tussen de twee. Want ene dag zie je jezelf niet zo graag en de andere dag denkt je: Oh, ik zie er wel nog mooi uit. (Liese)”*

Jill linkte lichaamstevredenheid aan hoe ze zich voelde op het moment. Afhankelijk van bepaalde situaties kan ze zich ook ontevreden voelen.

*“ Ik denk dat het afhangt van hoe dat ik mij die dag voel. Als je een mindere dag hebt ga je sowieso negatiever naar jezelf kijken. (Jill)”*

### Kenmerken tevredenheid

Algemeen werd er het meest gepraat over zelfvertrouwen (12 coding references). De volgende meest besproken kenmerken van tevredenheid zijn sociaal zijn (10 coding references) en de uitstraling (10 coding references). Deze worden gevolgd door het neerkijken op anderen (9 coding references).

Daarnaast worden er ook een aantal uiterlijke kenmerken (8 coding references) toegekend aan iemand die zelfzeker is. Volgens Inge is een zelfzeker persoon “super mager” en heeft die persoon lange benen. Anna gaf aan dat iemand die tevreden is lang haar heeft. Evi ging niet akkoord met een “super mager lichaam” en vond dat er iets meer lichaamsgewicht mocht zijn. Er waren ook een aantal andere kenmerken. Lore omschreef iemand die tevreden is als optimistisch en 3 meisjes omschreven zo’n persoon als onbezorgd. Onbezorgd omdat iemand die tevreden is een zorg minder zou hebben. Sofie omschreef zo’n persoon als iemand die in het algemeen gelukkiger is.

### **Zelfvertrouwen**

Zelfvertrouwen kwam ter sprake bij 6 personen. In elke gespreksgroep werd lichaamstevredenheid geassocieerd met zelfzeker zijn. Enkele meisjes omschreven iemand die tevreden is met zijn lichaam als zelfzeker. Sommige meisjes vonden dat iemand die tevreden en zelfzeker is over zijn lichaam dat dan ook meer gaat uitstralen. Volgens Inge kijken mensen die tevreden zijn over hun lichaam sneller neer op iemand, meer dan mensen die onzeker zijn over zichzelf.

*“Wat je van jezelf vindt en als je zelfvertrouwen hebt over je eigen lichaam. (Kim)”*

*“Zelfzekere mensen gaan meer met een air overkomen. Je ziet zo direct dat ze mooi zijn en dat niemand hen iets kan doen. (Inge) ”*

Wat verder opviel was dat Laura overtuigd was dat mensen die tevreden zijn over zichzelf sneller keuzes maken in het leven.

*“ Ik denk ook dat die mensen misschien sneller keuzes gaan maken en preciezer gaan weten wat ze willen en minder gaan twifelen. (Laura)”*

Lore gaf aan dat ze zich onzeker kon voelen in het gezelschap van iemand die zelfzeker is.

*“Als ik samen door de stad loop met iemand die zelfzeker is, die gemakkelijk praat met iedereen, dan denk ik van mezelf dat ik zo weinig mensen ken. (Lore)”*

### **Sociaal zijn**

Vijf meisjes schreven sociaal zijn toe aan een persoon die tevreden is over zijn lichaam. Een paar meisjes gaven aan dat je kon merken aan iemand die zelfzeker is dat deze persoon vlugger zal gaan beginnen praten met andere mensen. Iemand gaf aan dat ze graag sociaal zou zijn zonder zich zorgen te hoeven maken over wat anderen van haar denken.

*“Sociaal kunnen zijn zonder te moeten denken dat anderen weer raar naar me zullen kijken, dat wil ik. (Anna)”*

Een meisje merkte op dat je ook onzeker kan zijn als je sociaal bent.

*“Ik geef toe dat ik wel sociaal ben en dat ik wel praat met veel mensen...maar ik ben totaal niet zelfzeker. (Inge)”*

### **Uitstraling**

Twee meisjes vonden dat je kunt zien aan de uitstraling van iemand dat die persoon tevreden is. Een meisje vond dat die mensen meer gingen lachen en fonkelende ogen hebben.

Daarnaast gaven 2 meisjes aan dat je aan de houding van iemand kan zien dat die persoon zelfzeker is.

*“Die persoon heeft zo precies iets over hem. (Sarah)”*

*“Je voelt gewoon als je met mensen praat, hoe ze zich voelen. Als ze gesloten zijn of als ze eerder mooi rechtop staan en open praten. Ik merk dat er wel een verschil is qua uitstraling door de houding. (Sarah)”*

Lachen werd ook als aantrekkelijk beschouwd (10 coding references). Een meisje merkte dat als ze zelf lachte ze zich ook gelukkiger voelde. Bij de collage van 6 meisjes werd lachen weergegeven als een aantrekkelijk onderdeel van hun ideaalbeeld.

*“Als je iemand ziet lachen vind ik dat aantrekkelijker. Ik ga altijd naar iemand toe die lacht in plaats van naar iemand die gewoon kijkt. (Helena)”*

### **Neerkijken op**

Neerkijken op een ander werd door 5 meisjes omschreven als een eigenschap van iemand die te zelfzeker is. Ze gaven aan dat het belangrijk is om realistisch in het leven te blijven staan, ook al ben je aantrekkelijk.

*“Je kan zelfzeker en sociaal zijn maar je kan er ook over gaan en van jezelf denken dat je alles bent. (Helena)”*

*“Ik denk dat zo iemand rapper op iemand gaat neerkijken dan iemand die niet zelfzeker is. (Inge)”*

Twee meisjes gaven aan dat neerkijken op anderen niet altijd een teken van zelfzekerheid is. Er werd opgemerkt dat het een mogelijke bescherming kan zijn om hun onzekerheid te verbergen.

*“Als mensen bijvoorbeeld het gevoel hebben dat ze ‘het’ zijn, dan kunnen ze wel uit de hoogte doen en een beetje neerkijken op andere mensen. Maar ik twijfel of dat is omdat ze echt zelfzeker zijn of dat het is als een soort bescherming. (Sarah)”*

Volgens een deelnemster gaan mensen die uit de hoogte doen ook meer mensen van hun eigen niveau opzoeken: mensen uit eenzelfde subcultuur met dezelfde kledingstijl en gedragingen. Iemand vond daarnaast dat tevreden zijn met je lichaam en wie je bent iets is om trots op te zijn. Ze gaf aan dat er inderdaad extremen zijn die uit de hoogte gaan doen maar dat er ook mensen zijn die gewoon tevreden zijn met zichzelf.



### Kenmerken ontevredenheid

Algemeen werd er het meest gepraat over onzeker zijn (15 coding references). Daarnaast kwam er aan bod dat iemand die ontevreden is zich meer gaat terugtrekken (7 coding references) en een laag zelfbeeld heeft (9 coding references).

Het woord onzeker komt bij 7 van de 14 meisjes aan bod. Ontevredenheid over het lichaam wordt geassocieerd met onzeker zijn.

*“Als je niet tevreden bent met je zelf dan ben je onzeker. (Sarah)”*

Iemand die niet tevreden is met zijn lichaam wordt omschreven als stil en teruggetrokken (7 coding references). In de gesprekken kwamen ook een aantal gedrag- en uiterlijke kenmerken aan bod van onzekere mensen. Er werd in een gesprek aangegeven dat je kon merken aan kledij dat iemand onzeker is.

*“Ik vind dat je dat soms ook ziet aan de kleren. Iemand die heel ingetogen is, of dikke pulls draagt: daaraan kan je zien dat ze wat minder zelfvertrouwen hebben. (Helena)”*

Kledij wordt door 2 meisjes gezien als een middel om zich beter of veiliger te voelen. Eén meisje dacht dat mensen die ontevreden zijn misschien meer kledij gaan kopen om zich goed te gaan voelen. Iemand vond dat ze zich misschien gingen verbergen in losse kledij.

*“In sommige gevallen valt hun kledij op. Ze gaan misschien wijdere kledij dragen zonder vorm. (Sofie)”*

Het zelfbeeld (9 coding refereneces) werd niet letterlijk benoemd maar sommige meisjes deden uitspraken die mogelijks wijzen op een laag zelfbeeld.

*“Ik durf nooit op een barkruk gaan zitten omdat ik dan bang ben dat er een vetrolletje zichtbaar is. (Inge)”*

Daarnaast was er ook een uitspraak over de denkwijze bij iemand die onzeker is. Een meisje gaf aan dat als je jezelf negatief bekijkt je andere zaken die dag ook als negatief gaat ervaren. Ook meelopen (2 coding references) kwam aan bod. Eén meisje gaf aan dat iemand die ontevreden is met zichzelf meer gaat volgen met de rest. Een ander meisje vond van niet en gaf aan dat ze als ze zich zelf onzeker voelde ze niet omkeek naar anderen. Dat ze dan loszittende kledij draagt en zich van niets aantrekt. Tot slot gaf iemand aan dat ze zich onzeker kan voelen bij iemand die sociaal en zelfzeker is.

## Nodig om tevreden te zijn

Zelfaanvaarding kwam het meest aan bod (4 coding references). Ook aan gezondheid werd belang gehecht (4 coding references).

### **Zelfaanvaarding**

Drie meisjes vinden het belangrijk dat ze kunnen mooi zijn op een manier die ze zelf willen. Ze vinden dat ze niemand moeten imiteren, maar dat ze kunnen zijn wie ze willen zijn. Inge gaf aan dat jezelf aanvaarden belangrijk is, net zoals mooi zijn op de manier dat jij wil.

*“Ik vind dat je niemand moet nadoen, maar dat je mag zijn wie je wil zijn. (Emma)”*

*“Iedereen is zoals hij is en anderen moeten dat maar aanvaarden. (Helena)”*

Daarnaast vonden 2 meisjes dat een compliment (2 coding references) krijgen helpt om zich meer zelfzeker te voelen.

*“Ik zou me heel zelfzeker voelen wanneer ik uitga en mijn zus dan zegt dat ik er super uit zie en als mijn mama het dan ook zegt. (Liese)”*

### **Gezond zijn**

Gezond zijn is iets waar belang aan gehecht wordt bij 4 meisjes. Daarnaast vindt een meisje dat het fysiek gezonder is om minder te wegen.

*“Gezond zijn gewoon door fruit te eten en water te drinken. Maar je moet ook een stuk chocolade kunnen eten zonder dat je moet denken van: nee, ik ga het maar laten. (Anna)”*

Bij het zien van de mediabeelden werd gezondheid verkozen boven “te mager” zijn. Het beeld van een “zeer mager model” werd in geen enkele groep als aantrekkelijk beschouwd. Het “zeer magere model” werd letterlijk onder de noemer “anorexia” geplaatst door 7 meisjes (7 coding references).

*“Gezondheid straalt knapheid uit. (Sarah)”*

Een aantal uitspraken gaven aan dat “er bij horen” ook speelt bij de meisjes.

*“Nu moet je mooi en mager zijn om er bij te kunnen horen. (Inge)”*

### 3.3.2 Ideaalbeeld

Tijdens de gesprekken werd aan elk meisje gevraagd om aan de hand van een collage (zie bijlage 8) het ideaalbeeld voor te stellen dat volgens haar vandaag de dag geldt in onze samenleving. Naast uiterlijke kenmerken werd ook bevraagd hoe de meisjes zich voelen bij het al dan niet aanwezige ideaalbeeld. Opvallend was dat bij de eerste 2 focusgroepen niet veel onderlinge verschillen te vinden waren in hun ideaalbeeld. Bij de eerste focusgroep kwamen mooie ogen, slank zijn, mooi haar en lachen voor in alle collages. Toen er werd gevraagd aan de deelnemers van de eerste focusgroep wat hen opviel aan de collages van elkaar gaf een meisje aan dat de ideaalbeelden veel gelijkenissen hadden.

*“Hetzelfde. Ze hebben allemaal dezelfde lichaamsbouw. (Emma)”*

Bij de tweede focusgroep kwamen lachen, mooie ogen, lang haar en natuurlijke schoonheid aan bod. Eén van de 4 meisjes heeft een collage gemaakt van het ideaalbeeld dat volgens haar vanuit de media verwacht wordt. Daaruit bleek dat ze vond dat er verwacht werd dat iemand strakke en geschoren benen heeft. Ze gaf aan dat het een beeld is dat opgedrongen is en dat nu normaal is.

*“Ik heb gedaan wat echt van de media verwacht wordt. Maar eigenlijk is er niemand die dat echt goed vindt. (Kim)”*

Er was één focusgroep waar er duidelijk verschillende visies waren op vlak van het ideaalbeeld. Een meisje had een collage gemaakt met haar ideale levensstijl. Iemand anders had een collage gemaakt van haar toekomstbeeld. Er waren twee meisjes die hun idolen hadden omschreven en er was een meisje dat haar perfecte ideaal had omschreven. Ze gaven zelf ook aan dat ze dit opvallend vonden.

*“Iedereen heeft een andere interpretatie van zijn ideaalbeeld. (Liese)”*

*“Voor mij is het eigenlijk vooral belangrijk hoe ik het later zou willen hebben. (Liese)”*

Er bleken ook 3 meisjes te zijn die naar iemand opkeken. Toch waren er ook 2 meisjes die vonden dat ze zelf naar niemand opkijken.

*“Dat twee mensen iemand hadden waar naar ze opkijken. En ik heb dat ook wel met Beyonce. (Laura)”*

## Kenmerken ideaalbeeld

Opvallend is dat er een aantal schoonheidskenmerken in alle gesprekken werden vermeld. De lichaamsbouw (26 coding references), mooi haar (15 coding references), lachen (10 coding references), mooie ogen (7 coding references), mooi gezicht (6 coding references) en natuurlijke schoonheid (5 coding references) zijn kenmerken die veel aan bod zijn gekomen.

*“Een meisje met weinig make-up en mooi lang haar dat lacht is knap. Lang haar is belangrijk omdat ik dat zelf mooi vind. Ik zou zelf graag lang haar hebben. (Helena)”*

*“Heel lang haar hebben vind ik super mooi. Kunnen eten wat je wilt zonder dikker te worden is leuk want mager zijn vind ik mega mooi. Ik vind mooie lippen en mooie ogen hebben heel belangrijk. (Inge)”*

*“Mooi haar hebben dat gezond is, want met mijn haar gaat het niet goed bij mij. (Sofie)”*

Er zijn ook een aantal kenmerken van het ideaalbeeld die niet in elk gesprek werden vernoemd zoals de ideale levensstijl (5 coding references) en gelukkig zijn (1 coding reference). Twee meisjes hadden het ook over het belang van het totaalbeeld (3 coding references) en één meisje merkte op dat ze streefde naar haar gewenste toekomstbeeld.

*“Ik heb een beetje gesproken over mijn ideaal leven: van belang is naturel zijn, muziek, de natuur en mooi haar is ook heel belangrijk voor mij. Bij mij is het eerder de ideale manier van leven. (Sarah)”*

## Beleving

Het ideaalbeeld als streefdoel (25 coding references) werd het meest aangehaald tijdens de gesprekken. Vervolgens kwam de perfectie (12 coding references) het meest aan bod. Daarna was “onmogelijk” (6 coding references) het woord dat het meest voorkwam bij het beschrijven van het ideaalbeeld. Ook het woord “opgedrongen” (3 coding references) werd vermeld.

## **Streefdoel**

Dit onderwerp kwam bij 10 van de 14 meisjes aan bod. Het ideaalbeeld wordt door hen gezien als een streefdoel. Eén meisje merkte op dat ze wilde lijken op haar ideaalbeeld en dat dit haar moed geeft om aan haar lichaam te werken. Volgens een ander meisjes is het hopeloos, maar

wil ze er toch iets van nastreven. Twee meisjes proberen het uit om op hun ideaal te lijken bijvoorbeeld door te gaan fitnessen of naar de kapper te gaan. Iemand gaf aan dat het wel leuk zou zijn om te voldoen aan het ideaalbeeld, maar ze gaf aan dat ze weet dat het niet realistisch is.

*“Soms kan het je wel moed geven als je zelf ook een ideaal lichaam wilt, het geeft je het enthousiasme om er aan te werken. (Tine)”*

*“Ik ga naar de kapper om mijn haar te laten kleuren en nadien ben ik ontevreden dat mijn haar uiteindelijk gekleurd is. Dan probeer ik het ideaalbeeld na te streven en het ergens na te doen. (Jill)”*

Twee meisjes vonden het mogelijk om het ideaalbeeld na te streven. Met dat verschil dat het ene meisje het wilde nastreven en het andere niet omdat ze de drang niet voelt om er op te gelijken.

*“Ik vind als je dat ideaalbeeld wilt bereiken is het perfect mogelijk om er zo uit te zien. Er is niets in mij dat mij zegt dat ik er zo moet uitzien, want moest je dat willen dan zou dat perfect kunnen lukken. Ik heb niet de drang om er zo uit te zien. (Kim)”*

*“Ik word gelukkig door naar mijn blad te kijken omdat daar mijn doel op staat dat ik aan het nastreven ben. Er zijn ook gewoon dingen bij die ik herken van uit mijn eigen leven en waar ik tevreden mee ben. Dat is ideaal voor mij omdat ik me daar kan in vinden. (Sarah)”*

Na het maken van hun collage en bij het zien van hun eigen ideaalbeeld gaven 4 meisjes, uit de eerste focusgroep, aan dat ze er ook zo uit willen zien.

## **Perfectie**

Ondanks dat er sprake is van een ideaalbeeld was er bij 5 meisjes het besef dat niemand perfect is. Een meisje was heel streng voor zichzelf, waarop een ander meisje reageerde dat niemand perfect is.

*“Het kan altijd beter. (Tine)”*

Anna gaf aan dat zelf de mooiste mensen niet perfect zijn en Kim vond dat mensen die er perfect uitzien ook tegenslag kunnen hebben. Het is wel zo dat één meisje tijdens het beschrijven van haar ideaalbeeld steeds sprak over perfecte eigenschappen.

*“Iedereen heeft wel iets dat mankeert. Als iemand er dan perfect uitziet volgens het ideaalbeeld, dan zie je dat ze ook tegenslag hebben. Iedereen heeft echt wel iets dat tegenvalt. (Kim)”*

### **Onmogelijk**

Zes meisjes vinden het ideaalbeeld onmogelijk om na te streven. Eén meisje omschreef het als ontastbaar voor zichzelf en iemand anders gaf aan dat het onbereikbaar is.

*“Als je dan bepaalde foto’s ziet en denkt van oh zo mooi en ik wil ook zo zijn. Maar dan beseft je: maar dat is onmogelijk. (Anna)”*

*“Moest het mogelijk zijn om aan het ideaalbeeld te voldoen dan zou het wel leuk zijn, maar je weet dat het niet realistisch is. (Kim)”*

### **Opgedrongen**

Het begrip “opgedrongen” kwam bij 3 meisjes van de 14 aan bod. Opvallend was dat er een deelneemster kritisch was ten opzichte van het aanwezige ideaalbeeld. Ze wilde niet voldoen aan dat ideaalbeeld, maar voelde het aan als iets dat opgedrongen werd. Volgens een ander meisje gebeurt beïnvloeding al op jonge leeftijd.

*“Geschoren oksels en benen. Dat is puur commercieel. Dat wordt precies verwacht en ik zelf voel mij ook beter als alles mooi geschoren is. Maar dat is gewoon een beeld dat opgedrongen is en iedereen vindt dat nu normaal. Ik denk dat veel mensen dat wel beseffen, maar toch iedereen doet daar aan mee. Want anders voel je je gewoon niet goed. (Kim)”*

*“Al van kleins af aan wordt er aangegeven: dat is het perfecte en dit niet. (Helena)”*

Daarnaast zei Kim dat ze denkt dat niemand een eigen mening heeft over het ideaalbeeld. Volgens haar zijn er mensen die het ideaalbeeld volledig beamen gebaseerd op wat er hen wordt opgedrongen vanuit de media en daarnaast heb je volgens haar mensen die feministisch zijn.

### 3.3.3 De media

#### De mediakanalen

Het internet kwam het meest aan bod (26 coding references) en Facebook (14 coding references) werd zowel positief (8 coding references) als negatief (6 coding references) vermeld. De televisie kwam vervolgens het meest voor (16 coding references) gevolgd door de tijdschriften (9 coding references). Films kwamen ook veel ter sprake (6 coding references).

#### **Het internet**

Facebook kwam in elke focusgroep ter sprake. Twee meisjes gaven aan dat Facebook hen beïnvloedde. Eén meisje vond dat mensen foto's postten om hun geluk te tonen.

*“Facebook en de sociale media in het algemeen, hebben bij mij een grote invloed. (Laura)”*

*“De media spelen wel een rol. Niet dat ik mensen ga kopiëren maar het doet wel iets met mij. Bij elk beeld dat ik zie op Facebook laat dat iets achter bij mij. Het hangt ook weer af van hoe dat je je voelt op dat moment. (Jill)”*

Iemand vond dat je niet verplicht bent om Facebook te hebben, maar dat iedereen het wel heeft. Toch was er één meisje dat zich in haar puberteit heeft afgeschermd van Facebook. Nu zoekt ze bewust mediakanalen op die minder bezig zijn met het uiterlijk zoals reistijdschriften. Dit omdat ze zich niet slecht zou gaan voelen door het kijken naar geïdealiseerde foto's van anderen.

*“Als je er niet tegen kunt moet je beter geen Facebook hebben, maar iedereen heeft het eigenlijk wel. (Inge)”*

*“Ik heb gekozen om in het cruciale moment van mijn puberteit geen Facebook te hebben en geen gsm's. Ik heb eigenlijk pas Facebook sinds een jaar omdat ik dan heb beslist dat ik er niet meer vatbaar voor ben. (Sarah)”*

Naast Facebook kwamen er nog andere websites aan bod in de gesprekken zoals Pinterest (2 coding references) en We Heart It.

## De televisie

De televisie wordt door 7 van de 14 meisjes besproken. Slechts één meisje geeft aan dat ze moeite heeft met de beelden die ze daar ziet. De andere meisjes kijken minder televisie of kunnen het beter nuanceren.

*“En ook op de televisie zie je die mooie slanke meisjes die er echt perfect uitzien. Dan denk je: waarom kunnen wij niet zo zijn? (Evi)”*

*“Met tv heb ik dat nu niet echt. Ik kijk daar gewoon naar. Tegenwoordig heb je ook programma’s van mensen die dik zijn en die willen vermageren, dus ja. Eigenlijk heb je beide dingen op tv. (Inge)”*

Twee meisjes gaven aan dat ze geen tv kijken, één meisje omdat ze thuis geen televisie hebben en een ander meisje koos bewust om geen tv te kijken. Twee andere meisjes merkten op dat ze wel kijken naar series, zoals Vampire Diaries en Gossip Girl, en films.

*“Thuis kijken ze wel tv, maar op kot kijk ik niet want ik heb daar geen tv. Ik snap niet dat je kan gapen naar zo ’n scherm. Je zit dan met je gezin op een rijtje zonder iets te zeggen en naar dat scherm te kijken. Ik kijk wel eens naar MTV, maar dat is gewoon om eens aan ‘niets’ te denken. (Kim)”*

## Tijdschriften

Slechts 3 meisjes geven aan dat ze magazines hebben gekocht of kopen. Liese zei dat ze gedurende een periode veel boekjes heeft gekocht zoals de Joepie, Elle,... Als ze mooie dingen zag knipte ze die foto’s uit en hing ze die aan de muur. Sarah zei dat ze vroeger Elle kocht om inspiratie op te doen maar leest nu vooral reistijdschriften. Tine leest Elle en daarnaast ook Vogue. Elle bleek een populair magazine te zijn bij de 3 meisjes.

*“Vroeger bekeek je een boekje en dan dacht je: ik wil dat ook, maar nu is het meer: het is wel mooi maar ja.... (Helena)”*

Helena zei dat ze nooit een magazine koopt, maar dat ze het soms leest in de wachtkamer van een praktijk. Twee meisjes gaven aan dat ze in magazines vooral naar de kleren kijken.

*“Ja, ik kijk ook naar de kleren en ik zou er dan ook wel kopen. (Lore)”*



## Films

In twee gesprekken werd vermeld dat ook films een rol kunnen spelen bij het zich ontevreden voelen over zichzelf en over hun leven. Films kwamen 3 keer positief en 3 keer negatief aan bod.

*“Bij het bekijken van films kan ik wel jaloers worden, dan denk ik bij het zien van bepaalde personages dat ik er ook zo wil uitzien. (Lore)”*

Daarnaast was er het besef van de onrealistische weergave in romantische films. Een meisje zei dat ze tijdens het kijken een gevoel van gemis kon ervaren, maar zodra de film gedaan was dat gevoel verdwenen was.

*“Dan denk ik echt: dat kan niet hé in het echte leven. (Elke)”*

*“Films lijken zo realistisch maar dat is eigenlijk allemaal in scène gezet. Om de 2 seconden wordt de make-up bijgewerkt en dat is zo fake als het maar kan zijn. De grote meerderheid denkt dat het realistisch is en dat die acteurs in het echt zo zijn. (Sarah)”*

## Manipulatie van beelden

Make-up werd het meest ter sprake gebracht tijdens de gesprekken (16 coding references). Vervolgens kwam Photoshop (14 coding references) het meest aan bod.

## Make-up

Make-up wordt door 9 meisjes ter sprake gebracht. Er heerst bij een aantal meisjes het besef dat vrouwen in de media opgemaakt zijn en dat iedereen met make-up er goed kan uitzien. Een meisje beseftte dat het veel tijd kost om er zo uit te zien en dat niet iedereen al dat werk ziet zitten.

*“Iedereen kan er zo super uitzien met die schmink, maar dan moet je al dat werk doen en ik denk niet dat iemand dat ziet zitten. (Evi)”*

Lore gaf aan dat ze bewust geen make-up koopt, proberen om er ook ideaal uit te zien gaat toch niet lukken denkt ze. Er waren een paar meisjes die het gevoel hadden dat ze er dan toch niet uitzagen zoals ze dat wensten bij het dragen van make-up. Ze hadden een bepaalde “look” voor ogen, maar hadden het gevoel dat ze er niet in slaagden om er zo uit te zien.

## Photoshop

Het beeldbewerkingprogramma Photoshop wordt door 9 meisjes van de 14 ter sprake gebracht. Opvallend is dat de meisjes beseffen dat de foto's in de media worden bewerkt.

*“Tegenwoordig zijn ze niet meer eerlijk in de foto's. (Inge)”*

Bij het tonen van de beelden uit de media gaven 4 meisjes aan dat er Photoshop bij te pas kwam. Iemand vond dat Photoshop lelijke mensen mooi kon maken. Een meisje merkte op dat vrouwen met een “maatje meer” onmogelijk glad vel konden hebben.

*“Ik denk dan dat bepaalde mensen echt lelijk zijn maar dat hun foto's dan zo bewerkt worden. (Lore)”*

*“Alleen vind ik het dom dat ze zo super veel gefotoshopt worden. Want ze zijn wel voller en een echte vrouw zou striemen hebben, zou cellulitis en vlekken hebben. Ze hebben op de foto een veel te perfect velletje. (Kim)”*

Een meisje gaf aan dat het besef van het gebruik van Photoshop er kan zijn gekomen door het bekijken van video's, die te vinden zijn op Facebook en het internet, en waarop je kan zien hoe men modefoto's bewerkt.

### Beleving van mediabeelden

Er werden in elke focusgroep telkens 5 mediabeelden (zie bijlage 7) getoond om associaties op te roepen bij de meisjes en gevoelens na te gaan bij hen. Er werd een foto getoond van “slanke modellen”, een foto van wat “vollere modellen”, een foto van een “model met een maatje meer”, een foto van een “extreem mager model” en een foto van een bekende vrouw die zonder make-up en met make-up werd gefotografeerd. In de eerste focusgroep zeiden de meisjes dat ze zich onzeker en slecht voelden bij het zien van de foto met de “slanke modellen”. Er werd algemeen aangegeven door alle meisjes dat ze deze modellen niet te mager vonden. De 5 meisjes gaven allemaal aan dat ze er ook zo zouden willen uit zien.

*“Dat valt mee dit is nog niet te mager, misschien is het raar gezegd maar dat is de standaard. (Tine)”*

Bij de foto met de “vollere modellen” gaven de meisjes aan dat die foto's tonen hoe het echt is. Anna zei daarop dat deze vrouwen zelfs niet dik waren. Evi gaf aan dat ze trots overkwamen en volgens Emma kwam dit door een soort eenheidsgevoel. Inge vond dat het

een knus tafereel was en dat die vrouwen volgens haar minder neerkijken op andere vrouwen. Naar haar mening deden de “slanke modellen” dat wel meer. Over de foto van een “extreem mager model” waren alle meisjes het er over eens dat ze dit niet aantrekkelijk vonden en het werd meteen geassocieerd met anorexia en ongezondheid. Bij de foto met het “voller model” waren er verschillende meningen. Inge vond haar knap, maar zou zelf niet zo’n lichaam willen en Tine vond dat dit aantoonde dat je met andere eigenschappen van je uiterlijk ook succes kon hebben. Bij de foto die het verschil zonder en met make-up toonde gaven 2 meisjes aan dat ze geschokt waren.

*“Eigenlijk zijn ze gewoon juist zoals wij, maar gewoon goed opgemaakt. Zonder al dat opmaken zijn zij gewoon normale meisjes en jongens. (Inge)”*

In de tweede focusgroep werd de foto met de “slanke modellen” het aantrekkelijkst gevonden. De foto met de “vollere modellen” vond men minder aantrekkelijk, volgens de meisjes omdat ze het contrast tussen de eerste en tweede foto groot vonden.

*“Het ideaal zou voor mij iets zijn tussen de eerste foto en de tweede foto in. (Kim)”*

*“Als je die foto ziet van de dikkere mensen denk je dan dat, als ze magerder zouden zijn, ze allemaal mooie mensen zouden zijn. (Lore)”*

De meisjes vonden dat de “slanke modellen” allemaal op elkaar leken en zelfzeker overkwamen. De modellen werden als schijnheilig en neerbuigend omschreven door de meisjes.

De foto met het “extreem mager model” vond iedereen het meest onaantrekkelijk. Er werd aangegeven dat het model waarschijnlijk onder druk van de modewereld zo dun moest zijn. Bij de foto van het “voller model” vond Kim het spijtig dat de foto werd gefotoshopt. De 4 meisjes vonden deze dame “te dik”, maar ze vonden wel dat ze een mooi gezicht had.

*“Als ze nu een paar kilo zou afvallen dan zou het ideaal zijn...dat is echt een mooie vrouw. (Helena)”*

In de derde focusgroep vonden enkele meisjes de foto van de “vollere modellen” het aantrekkelijkst. Maar twee meisjes verkozen toch de foto van de “slanke modellen” als het aantrekkelijkste beeld.

*“Ze zien er allemaal super vrolijk uit en ze zijn gewoon tevreden met wie ze zijn. Ze zijn allemaal verschillend en echter. (Sarah)”*

*“Ik word daar wel vrolijk van, het zijn precies vrouwen die echt tevreden zijn met hun lichaam. (Liese)”*

Sarah vond dat de foto met de “vollere modellen” een nastreefbaar ideaalbeeld is.

Liese vond dat het bij sommige mensen trots kon opwekken als ze konden zien dat ze niet zoveel verschillen van die modellen. Jill gaf aan dat het voor sommige meisjes wel nog altijd een onrealistisch ideaal zal blijven. De foto van het “extreem magere model” vond niemand aantrekkelijk en werd opnieuw geassocieerd met anorexia (7 coding references). Liese gaf aan dat ze de foto van het “mollige model” wel mooi vond, maar dat ze er binnen 40 jaar niet zo zou willen uitzien. Haar ideale streefdoel zou iets zijn tussen de “vollere modellen” en de “slanke modellen”. Slechts 2 meisjes kozen voor de “slanke modellen” als streefdoel.

*“Dat eerste beeld bevalt mij het meest, omdat slank zijn mij wel aanspreekt. Ik vind ook niet dat het eerste beeld er ongezond uitziet. (Laura)”*

Op vlak van beleving bleek dat veel meisjes druk voelen (18 coding references). Vervolgens kwamen commercieel zijn (11 coding references), invloed (9 coding references), inspiratie (8 coding references), gevoel (8 coding references) en afschermen (8 coding references) ook aan bod.

### **Druk voelen**

Zes meisjes gaven aan dat ze druk voelen. Een meisje heeft het gevoel dat ze vanuit de mode-industrie de druk voelt om te volgen met de laatste mode. Ook is er het besef van de druk van uit de media om een ideaal lichaamsgewicht te hebben. Helena gaf aan dat ze voelde dat van je verwacht werd om de slanke modellen aantrekkelijk te vinden.

*“Maar je kan gelijk niet anders dan daaraan toe geven. In de winkel hangt de laatste mode en je kan dus niets anders doen dan kopen wat er in de winkel wordt aangeboden. (Lore)”*

*“Modellen moeten onder een bepaald maximum gewicht zitten. Voor sommige modeshows word je gewoon geweigerd als je te zwaar bent. Dus wordt je ook aangezet om te vermageren onder de druk van de media. Die bepalen dat meisjes uiteindelijk*

*gaan streven naar een lager gewicht en willen vermageren. Het wordt uitgelokt door de media. (Tine)”*

Eén meisje geeft aan dat de druk om mager te zijn voor haar motiverend werkt.

*“Ik vind dat wel goed dat er een beetje onbewuste druk is om mager te zijn. Moest dat er niet zijn zouden er veel mensen stoppen met sporten. Te mager zijn mag ook niet, maar gewoon gezond. Maar er zijn natuurlijk altijd mensen die daar niet mee overweg kunnen en te mager worden. (Kim)”*

Iemand merkte op dat ze geen druk voelt vanuit de media, maar wel op haar nieuwe school. Vroeger zat ze in een kleinere klas waar er volgens haar minder aandacht werd besteed aan het uiterlijk. Ze gaf aan dat ze nu wel meer dan vroeger moet letten op hoe ze voor de dag komt.

*“Nu ga ik dagelijks uitzoeken welke kleren ik aandoe en let ik erop dat ik goed voor de dag kom. Vorig jaar maakte me dat echt niet uit, het waren ook allemaal meisjes op school, het voorkomen was niet zo belangrijk en ik was op mijn gemak. Je moest niet denken: hoe zie ik er uit? Dat mis ik nu wel, er is nu een beetje druk. (Jill)”*

## **Commercieel**

Het commerciële aspect van de media komt door 5 meisjes aan bod in het gesprek en telt 11 coding references. Twee meisjes gingen meer kopen onder invloed van de reclame voor make-up die ze zagen op tv of in magazines. Een meisje zegt wel meer te kopen, maar ze weet niet of dat door de invloed van de media komt. Iemand merkte op dat ze wel meer koopt als ze door websites bladert. Liese denkt dat de media vooral willen verkopen en dat ze niet bewust mensen willen gaan kwetsen.

*“Make-up verkopers verdienen puur geld door de reclame, dus reclame werkt. Ik koop zelf ook mascara en dus ja, zo zie je dat het wel werkt. (Kim)”*

*“Als je mascara ziet op de televisie of in de boekjes dan denk je dat het er wel goed uit ziet op de foto. De volgende keer dat je in de winkel komt ga je dan die mascara eens uitproberen. (Helena)”*

## Invloed

Op het vlak van de invloed van de media op de lichaamstevredenheid en het gedrag waren de meningen verdeeld binnen één groep. In de andere 2 groepen was er meer eensgezindheid. Het besef van de invloed komt voor bij 5 van de 14 meisjes. Liese geeft aan dat ze zich niet beïnvloed voelt, maar denkt dat het wel onbewust gebeurt.

*“De media sturen het ideaalbeeld heel erg. Want 30 jaar geleden waren échte vrouwen mooi en in de middeleeuwen moest je dik zijn om rijkdom uit te stralen. Dat beeld wordt gestuurd door de media en na gevolg door de massa. De massa beslist dat eigenlijk en ik vind het jammer dat de media geen realistische beelden tonen. (Sarah)”*

*“Ik denk dat het belangrijk is dat je kritisch blijft. Mijn mening is dat vandaag de dag mensen kritischer zijn en meer stilstaan bij de impact van de media, wat het met mensen doet. Dat heeft ook met de individualisering te maken denk ik. (Sarah)”*

Een meisje vond het jammer dat de media hun macht niet gebruiken om positieve boodschappen uit te zenden.

*“Ik vind het jammer omdat die media negatief worden. De Media kunnen ook kiezen om positieve dingen uit te brengen. De media tonen altijd extremen en dat vind ik jammer. (Sarah)”*

Het besef dat er een invloed is van de media is zorgde voor angstige gevoelens bij één meisje. Terwijl een ander meisje aangaf dat het haar niet veel deed.

*“Ik voel me angstig omdat ik niet weet of mijn droom van wie ik echt wil zijn nu van uit mezelf komt of dat het misschien wordt opgelegd door anderen. Dan weet je eigenlijk niet wie dat je echt bent. (Sofie)”*

*“Ja, iedereen weet dat er een invloed is en je hoort dat ook constant. Iedereen is daar wel over bezig, maar als je naar jezelf kijkt dan boeit je dat eigenlijk niet. (Helena)”*

Sarah was sterk overtuigd van het feit dat de media het ideaalbeeld niet vormen maar wel beïnvloeden. Ze vond dat de opvoeding een grotere rol speelt bij het vormen van een ideaalbeeld. Ze meent dat het ideaalbeeld dat je hebt van je man vaak gevormd wordt door kenmerken die je bij je vader of bij je broer ziet. Je zoekt naar eigenschappen in mensen die je aantrekkelijk vindt omdat ze herkenbaar zijn. Met herkenbaar bedoelt Sarah misschien dat je

onbewust eigenschappen in een ander aantrekkelijk vindt omdat je die ook bij je ouders of siblings terugvindt.

*“Ik denk dat de media het ideaalbeeld niet vormen maar wel beïnvloeden. (Sarah)”*

Bij het maken van de collages gaven de meisjes van de tweede focusgroep aan dat het hen opviel dat ze toch het ideaalbeeld hadden weergegeven, ondanks het feit dat ze voordien dachten dat ze zich er voor konden afschermen. Niettegenstaande er ook gewone mensen in de tijdschriften stonden, werd er toch gekozen voor de “superslanke modellen” gaf Helena aan.

*“We tonen toch allemaal zelf hetzelfde ideaalbeeld als de media ons voorhouden. (Helena)”*

### **Inspiratie**

Vijf meisjes merken dat ze inspiratie putten uit de media. Ze geven aan dat ze bewust websites opzoeken om ideeën op te doen en dat ze media gebruiken op een positieve manier. Twee meisjes proberen soms kapsels uit die ze zien op foto's.

*“Ik doe ook inspiratie op uit de media en dat vind ik niet slecht. Je kan altijd leren van anderen. (Sarah)”*

*“Soms denk je dat je een kapsel zou willen dat je ergens in de media zag en dat is misschien nog een ideetje om naar de kapper te gaan. (Helena)”*

### **Gevoel**

In de eerste focusgroep waren er een aantal meisjes die zich slecht voelden bij beelden uit de media. Tine gaf aan dat ze zich er onzeker door kan voelen en Inge vond dat ze er depressieve gevoelens van krijgt. Anna is tijdens het onderwerp lichaamstevredenheid beginnen huilen en gaf aan dat ze het er heel moeilijk mee had. Iemand voelde zich angstig bij het idee dat uit onderzoek blijkt dat media een invloed heeft op de lichaamstevredenheid bij meisjes. Het deed haar twijfelen of ze wel zelf heeft bijgedragen aan haar identiteit en of het nu niet werd opgelegd vanuit een mediabeeld. Er waren ook 4 meisjes die vertelden dat ze zich niet slecht voelden bij beelden uit de media.

*“Vroeger zou me dat geraakt hebben. Maar nu raakt me dat eigenlijk totaal niet meer. Ik kan een tijdschrift doorbladeren zonder dat het me wat doet. (Helena)”*

De foto van het “extreem magere fotomodel” heeft enkele gevoelens opgeroepen bij een aantal meisjes. Laura gaf aan dat ze medelijden voelde als ze dit beeld zag. Inge en Emma vonden dat deze foto hen niets deed voelen. Sarah vond het een enge gedachte dat een mens zo ver kan gaan om een ideaalbeeld na te streven.

*“Volgens mij kan je op die manier gewoon niet echt gelukkig zijn. Je bent constant bezig met je lichaam. Dat beheerst je leven, je kan niet extreem mager zijn zo maar. (Kim)”*

De foto van de “vollere modellen” heeft enkele positieve gevoelens opgeroepen (3 coding references) bij 2 meisjes.

*“Ik word wel vrolijk daarvan. Het zijn precies vrouwen die tevreden zijn met hun lichaam. (Liese)”*

### **Afschermen**

Het is zo dat 6 van de 14 meisjes vonden dat ze zich voldoende kunnen afschermen van de media. Iemand gaf aan dat ze zich kan afschermen, maar zich onbewust wel een beetje beïnvloed voelt.

*“Ik voel me eigenlijk niet echt beïnvloed. Ik kan me redelijk goed afschermen maar ik denk dat ik wel onbewust toch een beetje beïnvloed word. Als ik een foto zie van een mooi meisje op Facebook ga ik me daar niet slecht door voelen. (Liese)”*

*“Ik wil gewoon niet dat dat een invloed heeft. Ik trek gewoon een muur op rond mij... (Kim)”*

Twee meisjes gaven aan dat ze continu werden geconfronteerd met beelden van magere meisjes in de media en konden zich minder afschermen.

*“Je ziet continu beelden van magere meisjes waardoor je dan denkt van dat moet zo... (Tine)”*



### 3.3.4 Andere

#### Belangrijke anderen

##### **Familie**

Siblings komen in de gesprekken het meest aan bod (8 coding references). Daarna volgt het onderwerp moeder (6 coding references) met 3 positieve en 3 negatieve referenties. Liese gaf aan dat ze soms kleren en advies deelt met haar oudere zus. Ze kan volgens haar ook terecht bij haar zus als ze zich onzeker voelt. Laura zei dat ze soms kleren leent van haar zus en haar mama en dat ze thuis goed kunnen praten over het lichaam zonder zich daarvoor te schamen.

*“Ik kan goed praten met mijn zus Als ik een probleem zou hebben met mijn zelfbeeld of als ik me niet goed in mijn vel zou voelen, zal mijn zus echt proberen om mij daar mee te helpen. Met mijn mama kan ik eigenlijk ook goed praten, maar dat is niet echt een onderwerp waar ik met haar over praat. Maar ze zou mij wel zeggen dat, als ik me niet goed voel, ik er iets moet aan doen. (Liese)”*

Twee meisjes verklaren dat hun moeder soms kwetsende uitspraken kan doen. Eén meisje vond dit verwarrend omdat haar moeder soms ook heel positief kan zijn. Een ander meisje gaf aan dat ze complexen heeft omdat haar broers haar soms dik hebben genoemd.

*“Bij mijn zus heb ik steun, bij mijn ma ligt het moeilijk. Soms zegt ze dat ik te dik en dat ik moet vermageren. Ze blijft daar echt over doordrammen. Op andere dagen zegt ze dan dat ik niet dik ben en dat ik goed ben zoals ik ben. Dat is echt verwarrend voor mij en ik kan daar niet met haar over praten. (Sofie).”*

Sarah merkt op dat haar zussen beter liggen bij haar ouders en dat ze zich daardoor meer gaat vergelijken met haar zussen. Ze gaf aan dat haar ouders haar vooral op het vlak van diploma's behalen vergelijken met haar broers en zussen die academische studies doen.

*“Doordat mijn zussen beter liggen bij mijn ouders vergelijk ik mezelf met mijn zussen op alle gebied, dus ook op het uiterlijk. (Sarah)”*

De grootouders kwamen slechts een keer aan bod. Een meisje vertelde dat haar grootmoeder niet begreep waarom ze wilde vermageren, omdat het vroeger niet nodig was om mager te zijn.

*“Mijn oma zegt dan: maar Inge je moet niet vermageren, je bent goed zoals je bent. Je bent niet dik, je bent super mager. Allez, je bent perfect! Maar in haar tijd was dat anders, dan kon iedereen zijn zoals hij wou. In die tijd waren dikkere meisjes zelfs mooi, nu is dat helemaal anders. Nu moet je mooi en mager zijn om er bij te kunnen horen. (Inge)”*

## **Leeftijdsgenoten**

### Vrienden

Ook vrienden (9 coding references) en leeftijdsgenoten (10 coding references) kwamen aan bod tijdens de gesprekken. Kim vond dat de druk van vriendinnen wel bestond. Ze kende een vriendin die helemaal was veranderd van stijl door het omgaan met vrienden. Volgens Sofie hebben vriendinnen invloed omdat je heel veel met hen omgaat.

*“Ik denk dat dat wel sowieso bestaat druk van vriendinnen. (Kim)”*

Vriendinnen kwamen ook op een positieve manier aan bod. Helena gaf aan dat er wel invloed kan zijn van vriendinnen maar dat dit niet als druk aanvoelt. Iemand merkte op dat er in haar klasgroep verschillende stijlen en karakters zijn onder de vriendinnen.

*“Zoals die mascara die ik nu heb kocht ik omdat een vriendin dezelfde heeft en dat is echt een goede mascara. (Helena)”*

Er waren 3 meisjes die aangaven dat het bespreekbaar is met vriendinnen als je een slechte dag hebt. In de eerste focusgroep dacht men daar anders over en gaven 3 meisjes aan dat dit niet bespreekbaar was met vriendinnen. Volgens hen willen vriendinnen dan vooral troosten en zeggen ze de waarheid niet.

*“Nu kan ik daar gemakkelijk over praten. Vroeger had ik ook andere vrienden. Toen ik me zekerder begon te voelen heb ik de juiste vrienden gevonden aan wie ik iets had. Nu kan ik wel gemakkelijk praten over onzekerheden of weet ik veel wat. (Sarah)”*

*“Ze willen je troosten, maar zeggen de waarheid niet. Dan zeg je beter niets dan uit medelijden. Want dan voel ik me nog slechter. (Anna)”*

## Jongens

Jongens kwamen in elk gesprek op een negatieve manier aan bod. Acht meisjes gaven aan dat ze gevoelig waren voor de mening en de commentaar van jongens over het uiterlijk. Ze gaven aan rekening te houden met wat jongens verwachten van vrouwen, ook al hebben ze zelf andere verwachtingen. De meeste meisjes redeneerden zo dat als jongens beelden uit de media zien, ze kiezen voor “slanke” modellen. De meisjes dachten dat jongens ook zo’n verwachtingen hadden over het uiterlijk bij hen.

*“Ik denk dat dat ook te maken heeft met wat jongens zeggen, dat je denkt dat ze eerder het ideaalbeeld willen. Dat je dan ook denkt dat dat mooier is en jongens dat eigenlijk ook zo willen bij meisjes. Maar zelf denk je daar anders over. (Helena)”*

*“Als jongens moesten kunnen kiezen tussen een foto met molligere vrouwen en slanke vrouwen, zouden ze kiezen voor de slanke vrouwen. (Evi)”*

Ook bleek uit de gesprekken dat jongens gemene opmerkingen kunnen maken over het uiterlijk van meisjes, waardoor ze zich onzeker gaan voelen.

*“Ik had een vriendje die mij zei: ik moet je toch niet hebben want je bent toch zo vet. Eet nog maar een hamburger! Dat is in mijn hoofd blijven zitten en sindsdien ja... (Inge)”*

Opvallend was wel dat, toen er een foto werd getoond van een zeer magere vrouw, alle meisjes aangaven dat jongens dat ook niet mooi zouden vinden.

## De opvoeding

In één focusgroep kwam de opvoeding ter sprake als beïnvloedende factor. Daar vonden twee meisjes dat je opvoeding en je leefwereld ook belangrijke factoren zijn bij het hebben van een ideaalbeeld.

*“Ik denk dat sommigen wel beïnvloed worden door de familie ook of door de ouders. Bijvoorbeeld bij mensen die heel katholiek denk ik dat hun dochters een sterk ideaalbeeld hebben door de regeltjes te volgen. (Liese).”*

*“Je ziet je mama als vrouw en je denkt dat je ook zo zal worden. Ik denk niet dat we daar veel van gaan afwijken. (Sarah)”*

## Beleving ten opzichte van anderen

Vergelijking (23 coding references) komt het meest aan bod. Vervolgens is kritiek het meest besproken onderwerp (13 coding references). Opvallend is dat er ook sprake is van concurrentie (2 coding references).

### **Vergelijken**

In elk gesprek kwam aan bod dat er vergeleken werd met anderen (23 coding references).

*“je constant vergelijken met anderen, dat is een spiraal die je dieper trekt. Je denkt: ik voel me niet goed en de anderen zien er beter uit. Dan voel ik mij nog slechter. (Kim)”*

Opvallend was dat de media niet ter sprake kwamen, maar de leeftijdsgenoten en de mensen op de straat. Lore gaf aan dat ze zich vergelijkt met beelden op straat als ze in het stadscentrum rondwandelt. Laura zei dat ze zich spiegelt aan vrienden en aan mensen die ze ontmoet. Twee meisjes gaven aan dat het zich vergelijken onbewust gebeurt.

*“Als je op straat wandelt ga je leeftijdsgenoten observeren. Vooral meisjes van dezelfde leeftijd vergelijk je, dan kijk je hoe gelukkig zij er uitzien. Dat gaat soms automatisch bij leeftijdsgenoten, dan kijk je naar hen en observeer je hen. (Sarah)”*

Een meisje vond dat die vergelijking opgelegd werd door anderen.

*“Wat vergelijking betreft: ik denk dat dat soms wel opgelegd wordt. Andere mensen vergelijken jou ook met anderen waardoor je dan op jouw beurt hetzelfde gaat doen. (Sarah)”*

Daarnaast bleek dat er 3 meisjes waren die vonden dat je je ook goed kon voelen door te gaan vergelijken met mensen die het minder hebben. Een van hen gaf aan dat ze zich beter voelde door het kijken naar de foto van het “extreem mager” model.

*“Je kan je er ook aan optrekken. Als je ziet dat iemand ongelukkig loopt dan kan je je optrekken aan het feit dat je het gevoel krijgt dat jij wel goed zit met jouw leven. Dat is ook vergelijken alhoewel dat wel grof klinkt. (Sarah)”*

*“Soms voel je je schuldig om te klagen. Dan krijg je het gevoel te klagen over iets stom en dan denk je eens aan alle mensen die hun hele leven lang niets hebben. (Helena)”*

Ook viel het op dat er een meisje was dat zich vergeleek met meisjes die dezelfde stijl en hetzelfde model hadden als zij had. Wanneer ze zag dat die meisjes er in slaagden om zich mooi te kleden dan voelde ze zich daartoe ook in staat en voelde ze zich beter. Het zich vergelijken met anderen werd niet altijd als negatief ervaren bij de meisjes.

### **Kritiek**

Er zijn 5 meisjes die aangeven dat kritiek krijgen iets is dat hen raakt. Iemand vertelt dat de kritiek in haar hoofd blijft nazinderen. Maar er is ook een meisje dat niet veel belang hecht aan kritiek als het over haar kledij gaat.

*“Als iemand iets negatief zegt over mij dan kan ik daar wel de hele dag over piekeren. (Lore)”*

Eén meisje krijgt vooral kritiek van haar nicht. Bij de andere meisjes wordt er over kritiek gesproken in het algemeen. Een meisje geeft aan, hoe de kritiek ook is, positief of negatief, dat beeld in haar hoofd wordt bevestigd. Daarop zegt Inge dat een laag zelfbeeld niet vanzelf komt en dat het ontstaat door de kritiek die je krijgt.

*“Als je een beeld van jezelf in je hoofd hebt dan zit je daar mee en wat anderen dan ook zeggen, ook al is het positief, je gelooft het niet. En reageren ze dan negatief dan denk je: ja ze hebben gelijk en dan voel je je nog slechter. Dus is er niets dat je kan helpen. Dat gaat gewoon niet, dat beeld zit in je hoofd en gaat niet weg. (Anna)”*

*“Als je iets veel hoort dan begin je het na een tijdje te geloven. (Inge)”*

### **De concurrentie**

Opvallend was dat concurrentie twee keer ter sprake is gekomen. Sarah merkte op dat ze vond dat er concurrentie was tussen leeftijdgenoten. Eerder in het gesprek gaf ze aan dat haar vriendje meisjes met rood haar knap vond dat dit wel iets met haar deed. Tine zei dat ze vond dat er competitie heerste op het strand. Iedereen wil zich dan op zijn best tonen.

*“Ik denk dat je vroeger in de puberteit alle meisjes een beetje als concurrentie beschouwde. Ookal waren het je vrienden, in zekere zin bleef je je vergelijken met elkaar. (Sarah)”*

*“Ja, daar is het echt wel allemaal om ter best. Het is misschien naar om te zeggen maar je kijkt wel naar elkaar. (Tine)”*

## De kleding

De kleding kwam bij 8 van de 14 meisjes ter sprake en kreeg 29 coding references. Kledij kwam zowel positief (20 coding references) als negatief (9 coding references) aan bod. Liese zei dat kledij toch het grootste deel van je lichaam onthult en Sarah vond dat kledij een deel van je identiteit is. Ook Lore en Helena gaven aan dat je aan de kleding kan zien hoe een persoon is.

*“Kleding profileert je een beetje vind ik. (Sarah)”*

*“Bij het beeld van iemand zie je eigenlijk vooral de kleren, omdat kleding iemand ‘maakt’ vind ik. (Lore)”*

Liese denkt goed na over hoe ze haar outfits samenstelt en ze doet dit voor de hele week. Volgens Laura gaan mensen niet af op je gezicht maar op hoe je je kleedt. Ze gaf aan dat je kunt merken aan iemand zijn kledingstijl wat die persoon zijn interesses zijn.

*“Ik moet zeker de dag ervoor al beslist hebben wat ik de volgende dag zal aandoen want anders is dat voor mij een ramp. Ik plan ook veel in het weekend. De zondagavond denk ik welke kledij ik de volgende week ga dragen. En dan denk ik: hoe ga ik alles combineren, welke broek, welke accessoires enzovoort? (Liese)”*

*“Ik denk dat de mensen niet kijken naar je gezicht maar dat ze kijken naar je kledingstijl. Als je dezelfde kledingstijl hebt dan heb je meestal ook dezelfde interesses en eenzelfde beeld van de maatschappij. Dat denk ik toch. (Sarah)”*

Kledij wordt ook aangepast aan de gevoelens die de meisjes op dat moment hebben. Zo doet Sofie minder moeite om kleren uit te zoeken als ze zich slecht voelt, maar soms kan ze zich dan net wel wat gaan oppeppen. Bij Laura is het omgekeerd in die zin dat zij deftige kleren draagt als ze zich niet goed voelt en als ze zich goed voelt doet ze wat minder moeite.

*“Als ik me slecht voel vind ik dat het niet veel uitmaakt welke kleren ik draag. Maar soms denk ik: ik zal mij wat oppeppen en betere kleren dragen. (Sofie)”*

Sarah vond dat ze zich soms slechter ging voelen door de kleren die ze droeg. Ze kleedt zich soms snel aan en vraagt zich dan nadien af waarom ze die bepaalde combinatie draagt. Helena vermeldt dat er in sommige scholen een druk is om merkkledij te dragen en dit gewoon om er bij te kunnen horen.

## Vroeger

Het viel op dat er 6 meisjes zeiden dat ze vroeger onzeker waren (17 coding references), maar dat ze nu, nu ze ouder zijn geworden, het schoonheidsideaal meer kunnen relativiseren. Ze beseffen dat ze met het ouder worden meer zelfzeker zijn geworden. Twee meisjes vermelden aan dat ze zich onzekerder voelden in de periode toen ze 12 à 13 jaar waren. Ze merken dat dit nu niet meer zo is.

*“Vroeger was ik heel stil en durfde ik niets te zeggen in gezelschap, ik was super onzeker. Nu heb ik een grotere mond gekregen. (Lore)”*

*“Vroeger was ik veel meer bezig met mijn uiterlijk en was ik ook gevoeliger voor de invloed van de media. Ook mensen uit mijn omgeving hadden veel meer invloed op mij. Ik vergeleek me veel met de anderen en was heel onzeker over mijn eigen lichaam. Vandaag ben ik nog bezig met mijn uiterlijk maar ik doe het nu voor mij zelf en niet meer voor de omgeving. (Sarah)”*

Wanneer ik vroeg hoe ze bij zichzelf merkten dat ze zich beter zijn gaan voelen met het ouder worden, zei één meisje dat ze nu meer zelfzeker is.

*“Je merkt dat aan de zelfzekerheid. Vroeger stelde je je veel vragen, nu denk je meer dat iedereen is zoals hij is en dat anderen dat maar moeten aanvaarden. (Helena)”*

Daarnaast waren er twee meisjes die lieten weten dat ze zich vroeger begonnen te ontwikkelen in de puberteit dan de andere meisjes in hun klas. Door zich dan te vergelijken met hun medestudenten voelden die meisjes zich vaak onzeker.

*“Ik was vlugger lichamelijk rijper dan de andere meisjes en ik had al vroeg grote borsten. Ik voelde me daar erg onzeker over. In het middelbaar was er nog een ander meisje dat grote borsten had en dan vond ik het bij mij zelf niet meer erg. (Liese)”*

### **3.3.5 Opmerkingen nadien**

De deelnemers kregen de kans om op het einde hun transcripten na te lezen. Wanneer ze vonden dat er extra aanvullingen nodig waren konden ze dat doorgeven. Nadien werd de toestemming gevraagd om hun transcript te laten doornemen door een andere groep deelnemers. Na het nalezen van hun eigen transcript gaven de deelnemers aan dat er geen aanvullingen of opmerkingen waren.

Hoewel elke groep meisjes het transcript van een andere groep heeft ontvangen met de informatieve brief (zie bijlage 4), kwamen er weinig reacties of aanvullingen bij.

Er waren slechts 4 meisjes die hebben gereageerd op het transcript van een andere focusgroep. Eén meisje dat het transcript van de tweede focusgroep had gelezen, vond niet dat jouw kledij je maakt als persoon en zei dat iemand met zelfvertrouwen ook met lelijke kleren goed kan staan. Dit toont aan hoe verschillend meningen over dit onderwerp kunnen zijn.

Een ander meisje, dat het transcript van de eerste focusgroep had gelezen, vond dat leeftijd een grote rol speelt bij de tevredenheid van meisjes. Ze zei dat ze vaststelde dat de leeftijd bij de eerste groep lager lag zonder dat ze dit op voorhand wist. Ze ging niet akkoord met enkele uitspraken van 2 meisjes die zich volgens haar hadden laten beïnvloeden door verschillende media.

Twee meisjes uit de eerste groep reageerden op het transcript van de derde focusgroep en gingen akkoord met alle uitspraken. Het is mogelijk dat ze het transcript niet kritisch hebben doorgenomen want er was een groot verschil met hun eigen opinies.

### **3.3.6 Resultaten RSES**

Volgens het resultaat van deze vragenlijst scoren 4 van de 14 meisjes onder de cut-off score van 15. Het is zo dat 3 van de 4 meisjes hebben deelgenomen aan de eerste focusgroep, en 2 van hen zijn 17 jaar oud. Opmerkelijk is dat 3 meisjes uit de eerste focusgroep aan de hand van de RSES achteraf aangaven dat ze onzeker zijn. Dit kan betekenen dat meisjes die jonger zijn het moeilijk hebben met beïnvloeding. Maar het kan ook betekenen dat, ondanks het feit dat de vragenlijst nadien werd afgenomen, er een beïnvloeding was tijdens het gesprek.

Opvallend is dat 10 meisjes beweerden dat ze zelfzeker zijn. Dit kan wijzen op het feit dat zelfzekere meisjes misschien sneller deelnemen aan een dergelijk onderzoek. Deze feiten kunnen echter niet met zekerheid beweed worden.



## 4 Discussie

Dit kwalitatief onderzoek heeft als doel de beleving van de invloed van de media op de lichaamstevredenheid van adolescente meisjes in kaart te brengen. Eerst worden de hierboven omschreven resultaten van het onderzoek geïnterpreteerd en wordt er geprobeerd om telkens de link te leggen met de beschikbare literatuur over het thema. Nadien volgen een aantal kritische bedenkingen over de sterktes en over de zwaktes van dit onderzoek. Er wordt afgesloten met enkele aanbevelingen voor verder onderzoek en met de conclusie.

### 4.1 Besluit van het onderzoek

De centrale onderzoeksvraag was: “Hoe beleven adolescente meisjes in Vlaanderen de invloed van de media op hun lichaamstevredenheid?”. Daarnaast werd er ook gevraagd naar het aanwezig ideaalbeeld en de beleving daarvan.

Tijdens de gesprekken werd er met associatieoefeningen gewerkt om gevoelens en meningen bij de meisjes op te roepen. Aan de hand van een PowerPoint presentatie werden verschillende lichaamsbeelden weergegeven en nadien werd er gepolst naar hoe de meisjes die beelden beleefden. Om de tweede onderzoeksvraag te toetsen werd er aan de meisjes gevraagd om een collage te maken van hun ideaalbeeld. Als hulp daarbij kregen ze tijdschriften waarin verschillende lichaamsbeelden werden getoond (Goed Gevoel, Elle, Flair, Feeling,...). Nadien werd er een schema opgesteld (zie bijlage 12) dat overeenkomt met de structuur van de tekst.

#### Beelden uit de media

Tijdens het eigen onderzoek werden er, aan de hand van een PowerPoint presentatie, vijf voorbeelden van verschillende lichaamsbeelden (zie bijlage 7) uit de media getoond aan de deelnemers. Er waren vijf meisjes die zich onzeker voelden bij het zien van een afbeelding van vrouwen die beantwoordden aan het “dunne lichaamsideaal”. Uit onderzoek van Tucci & Peters (2008) werd vastgesteld dat de deelnemers een verhoogde lichaamstevredenheid hadden na het zien van afbeeldingen van “vollere modellen” en een verlaagde lichaamstevredenheid bij het zien van afbeeldingen van het “dunne lichaamsideaal”.

Volgens Bartlett, Vowels & Saucier (2008) gebruiken verschillende mediakanalen “halfnaakte vrouwelijke modellen” of “gespierde T-shirtloze mannelijke modellen” om producten te verkopen. Vijf van de veertien meisjes die deelnamen aan het eigen onderzoek

vonden dat ze door de media beïnvloed werden om meer geld uit te geven. Die vijf meisjes zeiden dat ze meer make-up en kleren gaan kopen na het zien van reclame aangeprezen door “ideale” vrouwen.

Tijdens dit onderzoek viel op dat de meisjes zich bewust waren van de manipulatie van beelden in de media. Het gebruik van Photoshop om foto's te bewerken en make-up om modellen mooier te maken kwam geregeld ter sprake. Toch kiezen 10 van de 14 meisjes voor het “dunne lichaamsbeeld” wanneer er hen verschillende lichaamsbeelden werden getoond via een PowerPoint presentatie (zie bijlage 7).

In een studie van Woertman & van den Brink (2009) bleek dat 797 meisjes aangaven dat zij weinig aan schoonheid gerelateerde beelden te zien kregen omdat ze weinig televisie keken. Volgens die studie beoordeelden ze hun lichaamsbeeld positiever maar ook congruenter. Uit het eigen onderzoek blijkt dat er zes meisjes zijn die zich bewust proberen af te schermen van de media en die tijdens de gesprekken positief zijn over zichzelf.

Alle 14 meisjes die deelnamen aan het eigen onderzoek vermeldden de invloed van Facebook. Dit kan betekenen dat er veel belang gehecht wordt aan de sociale media.

Opmerkelijk is dat vijf meisjes inspiratie opdoen via beelden uit de media. Ze gebruiken de media op een positieve manier en doen zo ideeën op om hun uiterlijk in zekere zin te veranderen. Ze doen bijvoorbeeld ideeën op om nieuwe kapsels uit te proberen en zijn dus wel degelijk ook beïnvloed door de media.

De deelnemers twijfelden er niet aan dat er een invloed is van de media op de lichaamstevredenheid, maar ze twijfelden wel over de grootte van die invloed. Ze vonden dat de opvoeding en de invloed van de omgeving een grotere rol speelden bij het al dan niet ervaren van lichaamstevredenheid.

### Het ideaalbeeld

Uit het kwalitatief onderzoek van Ahern, et al. (2010) naar het ideaalbeeld van jonge vrouwen bleek dat in alle focusgroepen beweerd werd dat het ideale lichaam “dun” is. Uit het eigen onderzoek bleek dat het hier niet altijd het geval is. Slechts in één van de drie focusgroepen had iedereen een duidelijke voorkeur voor het “dunne lichaamsideaalbeeld”.

In de andere focusgroepen hadden enkele meisjes een voorkeur voor een lichaam dat zich situeert tussen het “dunne” en “vollere” lichaamsbeeld. Toch waren er uiteindelijk nog acht meisjes die voluit kozen voor het “dunne” schoonheidsideaal.

Iedereen was het er over eens dat het model met een “maatje meer” mooier zou zijn als ze wat minder woog. Daarnaast vonden ze dat het “zeer dunne model” waarschijnlijk anorexia had. Zo blijkt dat deze meisjes toch grenzen trekken: als “dun” zijn gaat ten koste van gezondheid en de aantrekkelijkheid dan hoeft het voor hen niet.

Bij 10 van de 14 meisjes werd het ideaalbeeld gezien als een doel om na te streven ondanks het feit dat velen van hen beseffen dat het niet realistisch is. De helft van alle meisjes noemde het ideaalbeeld onrealistisch. Mogelijks beseffen de meisjes de onrealistische weergave van het lichaam maar voelen ze toch de druk om aan dat onrealistisch ideaalbeeld te voldoen.

### Lichaamstevredenheid

Er werd aan de deelnemers gevraagd welke woorden bij hen opkwamen bij het horen van het woord “lichaamstevredenheid”. Lichaamstevredenheid werd het meest geassocieerd met zelfzekerheid. Omgekeerd werd lichaamsontevredenheid dan weer geassocieerd met onzekerheid. Volgens Stang, et al. (2005) is lichaamstevredenheid afhankelijk van het globale zelfvertrouwen en het zelf-concept. Vijf van de meisjes vonden dat mensen die neerkijken op anderen, meestal personen zijn die heel zelfzeker zijn en tevreden zijn met zichzelf.

Mäkinen, et al. (2012) gebruikte de Rosenberg Self-Esteem Scale tijdens hun onderzoek om de relatie tussen lichaamsontevredenheid en het zelfvertrouwen van adolescenten in kaart te brengen. Bij het eigen onderzoek is het echter moeilijker om de resultaten van de RSES te interpreteren vanwege de kleinschaligheid van de steekproeven. Opmerkelijk is dat 10 van de 14 meisjes een hoge score behaalden op de RSES. Het is mogelijk dat er voor meisjes met een laag zelfvertrouwen een barrière is om deel te nemen aan een dergelijk onderzoek.

Volgens de literatuur kan het zelfbeeld bestaan uit verschillende elementen. Deze elementen bestaan niet alleen uit het eigen lichaam, maar ook uit materiële zaken zoals de kledij, een partner, de familie, vrienden en dergelijke (Van der Meulen, 1993). Uit eigen onderzoek blijkt dat kledij belangrijk is voor de deelnemers, dit was zo bij 8 van de 14 meisjes. De kleding vonden de meisjes belangrijk omdat kledij zeer zichtbaar is voor de omgeving en een manier is om zich te uiten. Opvallend was dat de kledij werd aangepast aan de gevoelens op een bepaald moment.

Het beeld dat we hebben van een lichaam is volgens Stang, Story & Croll (2005) een dynamische perceptie van het eigen lichaam: hoe het aanvoelt, hoe het er uitziet en hoe het beweegt. Het lichaamsbeeld is geen statisch begrip maar het wordt gevormd door onze

perceptie, onze emoties en onze fysieke sensaties. Enkele meisjes gaven aan dat lichaamstevredenheid duidelijk afhankelijk is van het moment en hoe ze zich op dat moment voelen.

In het begin van de adolescentie verandert het lichaam snel en op een disharmonische manier. Om die reden kan het lichaamsbesef niet vlug genoeg mee evolueren. De veranderingen van het lichaam hebben ook een invloed op het zelfbeeld (Craeynest, 2010). Twee meisjes gaven aan dat hun lichaam sneller ontwikkelde dan dat van de andere meisjes die toen in hun klas zaten: dat zorgde bij hen voor heel wat onzekerheden. De onzekerheid nam af naarmate het lichaam van de andere meisjes zich ook begon te ontwikkelen. In dit eigen onderzoek was het opvallend dat zes meisjes meldden dat ze vroeger onzeker waren, maar dat ze, nu ze ouder zijn geworden, meer kunnen relativiseren en daardoor minder onzeker zijn geworden.

### De anderen

Uit de resultaten bleek dat er, naast de invloed van de media ook invloed ervaren wordt uit de omgeving zoals van de familie, de vrienden en leeftijdsgenoten. Dit gegeven plaatst de invloed van de media in een breder kader en toont aan dat de adolescente meisjes door meer worden beïnvloed dan enkel door de media.

Volgens Van der Meulen (1993) kan het ideale zelfbeeld deels ontstaan zijn door de verwachtingen van anderen. Het kan zijn dat er, ongewild, idealen, opvattingen of wensen van anderen binnensluipen. In het eigen onderzoek gaven acht meisjes aan dat ze gevoelig waren voor de meningen en de commentaren van jongens over het vrouwelijk schoonheidsideaal. Ze zeiden rekening te houden met wat jongens verwachten van vrouwen, ook al hebben ze zelf andere verwachtingen.

Uit de literatuur blijkt dat, bij adolescente meisjes, de invloed van de competitie met leeftijdsgenoten op hun lichaams(on)tevredenheid, groter is dan de invloed van het “dunne schoonheidsideaal” getoond door de televisie en de sociale media (Ferguson, zoals geciteerd in ScienceDaily, et al., 2013). In het eigen onderzoek kwam concurrentie slechts bij twee deelnemers aan bod.

Uit de resultaten van het eigen onderzoek bleek dat acht meisjes aangaven dat ze zich wel vaak vergelijken met leeftijdsgenoten. Het zich met anderen vergelijken wordt door de meisjes omschreven als iets dat automatisch en onbewust gebeurt.

Volgens de sociale vergelijkingstheorie van Festinger (zoals geciteerd in Bos, et al., 2005)

hebben mensen de behoefte om hun kenmerken en hun attitudes te vergelijken met anderen. Naast opwaartse sociale vergelijking was er bij twee meisjes sprake van neerwaartse sociale vergelijking. Deze twee meisjes merkten op dat ze zich beter voelden wanneer ze zich gingen vergelijken met mensen die ze zelf minder aantrekkelijk vonden.

Uit enkele antwoorden van de meisjes kan worden opgemaakt dat ze er graag willen bij horen. Volgens de literatuur zijn positieve relaties met leeftijdsgenoten belangrijk voor het zelfbeeld van adolescenten (Gerner & Wilson, 2005). Uit het eigen onderzoek blijkt dat er ook binnen de relaties met leeftijdsgenoten negatieve invloeden kunnen zijn. Vijf meisjes vertelden dat ze druk ondervonden en dat ze kritiek kregen van leeftijdsgenoten. Het is mogelijk dat het krijgen van negatieve kritiek bijdraagt tot het ontwikkelen van een laag zelfbeeld.

Aanvaarding door vrienden, intieme relaties en het ervaren van sociale steun voorspellen volgens Gerner & Wilson (2005) of adolescenten zich al dan niet zorgen gaan maken over hun lichaamsbeeld.

Volgens de literatuur kan de druk van de familie ook bijdragen tot het stijgen van de lichaamsontevredenheid en de bezorgdheid over het lichaamsbeeld.

Ouders hebben de neiging negatiever en kritischer te zijn over het voorkomen, de eetgewoontes en de fysieke activiteiten van hun kinderen (Stang, Story & Croll, 2005).

Uit het eigen onderzoek blijkt dat de moeders van bepaalde deelnemers soms kritisch waren over het uiterlijk van hun dochters. Het is belangrijk te vermelden dat bepaalde meisjes wel steun hadden aan hun moeder. Daarnaast bleek dat broers en zussen ook een rol spelen in het bijdragen tot het stijgen of dalen van lichaamsontevredenheid. De kans is groot dat de familie en de leeftijdsgenoten op hun beurt ook beïnvloed worden door allerlei factoren uit hun eigen omgeving.

## **4.2 Kritische bedenkingen**

Het is belangrijk om even stil te staan bij een aantal beperkingen van dit onderzoek vooraleer er aanbevelingen kunnen gedaan worden voor verder onderzoek. Ondanks het feit dat er veel aandacht werd besteed aan de kwaliteit van het onderzoek, kon er niet vermeden worden dat er een aantal beperkingen waren.

Eerst worden enkele van die beperkingen besproken waarna er ook een aantal sterktes van het onderzoek aan bod komen.

Een eerste beperking van dit onderzoek was dat er in totaal slechts veertien respondenten deelnamen. Daardoor is het mogelijk dat de variatie aan meningen beperkt bleef.

Het zou ideaal geweest zijn indien er telkens nieuwe focusgroepen werden georganiseerd tot op het punt van datasaturatie (Baarda, De Goede & Teunissen, 2005). In dit onderzoek was dit echter niet mogelijk, gezien de beperking in middelen en tijd.

Kenmerkend voor kwalitatief onderzoek is dat kwalitatieve onderzoeksresultaten kwantitatief niet te generaliseren zijn naar de totale populatie (Dinklo, 2006). Kwalitatief onderzoek kan echter wel een lijst van alle mogelijke meningen binnen de populatie weergeven.

Het is vervolgens aan mensen uit de praktijk om te beslissen of deze lijst met meningen voldoende is om besluiten te vormen. Indien het niet voldoende is kan er via kwantitatief onderzoek nagegaan worden hoe uitgesproken iedere mening is binnen de populatie.

Bij een goed kwalitatief onderzoek zou je moeten kunnen concluderen dat alle mogelijke meningen, houdingen en gedragingen tijdens het onderzoek door de interviewer zijn gesignaleerd en beschreven (Dinklo, 2006). In dit onderzoek werd, vanwege de privacy van de deelnemers, niet gewerkt met video-opnames waardoor het mogelijk is dat bepaalde gedragingen en houdingen niet werden gesignaleerd.

Een andere beperking van dit kwalitatief onderzoek is dat, ondanks het feit dat er professionals werden gecontacteerd om de moderator te ondersteunen bij het objectief labelen van de tekstfragmenten, er geen experts bereid waren om dat te doen.

De transcripten en observaties werden alleen door de onderzoeker geanalyseerd wat mogelijks de objectiviteit in het gedrag kan gebracht hebben. Om het labelen zo betrouwbaar mogelijk te maken werden de labels regelmatig gecontroleerd en aangepast, vooraleer de definitieve boomstructuur werd opgesteld.

Op inhoudelijk vlak kan het een beperking zijn dat enkel meisjes werden bevraagd en bijvoorbeeld geen jongens. Het was echter de bedoeling van dit onderzoek om de focus te richten op adolescente meisjes.

Volgens Baarda, De Goede & Teunissen (2005) is het mogelijk dat mensen elkaar beïnvloeden tijdens groepsgesprekken. Het is dan ook mogelijk dat, in dit onderzoek, tijdens de groepsgesprekken, sociaal-wenselijke antwoorden werden gegeven.

Maar het is wel opvallend dat ondanks de kleine steekproef, toch verschillende meningen aan bod zijn gekomen.

Een belangrijk voordeel van dit onderzoek, ten opzichte van kwantitatief onderzoek, was dat er ruimte was om grondig te ondervragen en om in discussie te gaan. Op die manier was het mogelijk om een grote diversiteit aan meningen te verzamelen.

### **4.3 Aanbevelingen vervolgonderzoek**

Indien mogelijk zou het aangewezen zijn om dit onderzoek op grote schaal uit te voeren en zo misschien datasaturatie te bereiken. Hierdoor zou het wellicht mogelijk zijn om meer inzichten te verwerven over de invloed van de media op de lichaamstevredenheid van adolescente meisjes. Dit onderzoek was daartoe enkel een aanzet. Daarom werd er in dit onderzoek een leidraad opgesteld die gebruikt kan worden om de groeps gesprekken gelijkvormig uit te voeren (zie bijlage 6).

Verder zou het aangewezen zijn om met een team van meerdere onderzoekers een kwalitatief onderzoek omtrent dit onderwerp uit te voeren om op die manier de objectiviteit tijdens het labelen te verhogen.

Het zou ook interessant kunnen zijn om een kwantitatief onderzoek uit te voeren naar belevingen van de media-impact op de lichaamstevredenheid. Een voordeel aan kwantitatief onderzoek is dat je meer mensen kunt bereiken (Baarda, De Goede & Teunissen, 2005). Er kan minder doorgevraagd worden over de belevingen, maar de verkregen informatie kan meer zicht geven op hoe de verschillende meningen en belevingen percentageel voorkomen in de populatie van adolescente meisjes in Vlaanderen.

Verder zou het interessant zijn om een vergelijkende studie uit te voeren over de lichaamstevredenheid bij zowel adolescente meisjes als bij adolescente jongens. Daarnaast zou het eventueel boeiend zijn om de interacties tussen meisjes en jongens over dit onderwerp te gaan exploreren in groeps gesprekken. Tijdens dit onderzoek bleek dat meisjes een bepaalde indruk hadden over hoe jongens het vrouwelijk ideaalbeeld zien. Het zou interessant zijn om verder te onderzoeken of die indrukken kloppen met de werkelijkheid.

Het zou boeiend zijn om bij enkele adolescente meisjes een longitudinaal onderzoek uit te voeren. Het kan verhelderend zijn om de meisjes doorheen de puberteit (13 tot en met 21 jaar) te volgen en om de beïnvloeding van de media en de omgeving op de lichaamstevredenheid in kaart te brengen.

Bij het afnemen van de Rosenberg Self-Esteem Scale bleek dat de leeftijd van de deelnemers mogelijk een belangrijke rol speelt in het al dan niet hebben van zelfvertrouwen. Gezien de beperkte omvang van de steekproef kan dit in het eigen onderzoek niet met zekerheid gezegd worden. Om die reden zou het aangewezen zijn om dit verder te gaan onderzoeken binnen een grotere steekproef.

Het kan ook aangewezen zijn om deze studie uit te voeren bij een klinische populatie van adolescenten. Dit om na te gaan welke invloed de media en de sociale omgeving hebben op hun lichaamstevredenheid. Deze inzichten kunnen bijdragen tot een betere hulpverlening voor adolescenten met bijvoorbeeld een eetprobleem.

Het kan verder ook boeiend zijn om een vergelijkende studie over de invloed van de media op adolescenten uit te voeren in een land als Cuba, waar het maken van reclame bij wet verboden is en daarnaast in een westers land waar reclame wel toegelaten is.

Zo zou er meer inzicht kunnen worden verworven in de verschillen van de beleving van de invloed van de media door adolescenten binnen verschillende culturen.

#### **4.4 Conclusie**

Na het doornemen van de resultaten werd er aan de hand van een schema een theorie ontwikkeld (zie bijlage 12).

Op de onderzoeksvraag of een “dun ideaalbeeld” overheerst blijkt dat dit wel degelijk zo is. De lichaamstevredenheid bij adolescenten wordt mogelijk zowel bewust als onbewust beïnvloed door het “dun ideaalbeeld”. Alle deelnemers waren het eens over het feit dat er wel degelijk een beïnvloeding is door de media, maar sommigen ondervonden geen druk vanuit die media om te voldoen aan het ideaalbeeld.

Er werd vastgesteld dat er door de media een ideaalbeeld opgedrongen wordt.

Niet alleen door de magazines en de reclame, maar ook door diverse sociale media en de mode industrie wordt het ideaalbeeld, dat meestal onnatuurlijk dun is, gepromoot. Volgens de deelnemers worden de beelden die de media gebruiken gemanipuleerd. Dit door de keuze van heel dunne modellen en het bewerken van de foto's van die modellen met Photoshop. Niettegenstaande de meisjes beseffen dat de media proberen te beïnvloeden en dit enkel voor commerciële doeleinden, ervaren sommigen van hen toch de druk om aan het opgedrongen schoonheidsideaal te voldoen.



Als de meisjes hun lichaam gaan vergelijken met het schoonheidsideaal kan hun zelfvertrouwen aangetast worden, wat uiteindelijk een invloed heeft op de lichaams(on)tevredenheid.

Familie, vrienden en leeftijdsgenoten van de meisjes worden op hun beurt ook beïnvloed door de media. Zo gaan ze vlugger kritiek leveren en opmerkingen maken over het al dan niet beantwoorden van de meisjes aan het schoonheidsideaal. Dat heeft dan weer een invloed op de lichaamstevredenheid van de jonge vrouwen.

Vele meisjes geven toe zich te spiegelen aan leeftijdsgenoten en willen “er bij” horen. Ze willen ook voldoen het ideaalbeeld om zo niet buiten de norm te vallen. Er waren wel verschillen in hoe de meisjes dit allemaal ervaren.

Iedereen was het er over eens dat het “te dunne lichaamsbeeld” ongezond is, maar aan de modellen met een maatje meer wilden ze zich toch niet spiegelen. Bij veel meisjes is het “dunne ideaalbeeld” een doel om naar te streven, maar tegelijk beseffen ze dat voldoen aan dit ideaalbeeld haast onmogelijk is. Dit zorgt voor gemengde gevoelens. Door dit besef voelden sommige meisjes zich gefrustreerd en onzeker, anderen voelden zich gemotiveerd om aan hun lichaam te werken door bijvoorbeeld te gaan sporten.

Sommige meisjes laten zich inspireren door de media in verband met tips over kapsels en kleding. Anderen schermen zich bewust af door minder televisie te kijken of door minder Facebook te gaan gebruiken en hebben een meer realistische kijk op de beelden verspreid door de media.

Om meer verbanden te kunnen leggen tussen belevingen en invloed van de media en andere factoren zou er een uitgebreider onderzoek naar moeten worden uitgevoerd.

De resultaten van dit kwalitatief onderzoek beantwoorden niet alle onderzoeksvragen en zijn als het ware slechts het topje van de ijsberg, maar ze belichten wel een aantal mogelijke belevingen van adolescente meisjes.

## 5 Referentielijst

- Ahern, A. L., Bennett, M. K., Kelly, M., Hetherington, M. M. (2010). A qualitative exploration of young women's attitudes towards the thin ideal. *Journal of Health Psychology*, 16, 70-79. doi: 10.1177/1359105310367690
- Baarda, D. B., de Goede, M.P.M., Teunissen, J. (2005). *Basisboek kwalitatief onderzoek: handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek (2e druk)*. Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff.
- Baarda, B. (2009). *Dit is onderzoek! Handleiding voor kwantitatief en kwalitatief onderzoek*. Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff.
- Barlett, C., Saucier, D., Vowels, C. (2008). Meta-analyses of the effects of media images on men's body-image concerns. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 27, 279–310. Geraadpleegd op <http://public.gettysburg.edu/~cbarlett/index/08BVS.pdf>
- Bartlett, C., Harris, R., Smith, S., Bonds-Raacke, J. (2005). Action Figures and Men. *Sex Roles*, 53, 877-886. doi: 10.1007/s11199-005-8304-4
- Boeije, H. (2006). *Analyseren in kwalitatief onderzoek: denken en doen*. Amsterdam: Boom onderwijs
- Bos, A., Valkenburcht, G. I, Mayer, B., Steenhuis, I., Derks, D. (2005). De weerspiegeling van het uiterlijk in het zelf: Lichaamswaardering, zelfwaardering en sociale vergelijking. *Nederlands Tijdschrift Psychologie*, 60, 71-79. doi:10.1007/BF03062345
- Brehm, S., Kassin, S., Fein, S., Mervielde, I., Van Hiel, A. (2006). *Sociale psychologie*. Gent: Academia Press
- Clay, D., Vignoles, V., Dittmar, H. (2005). Body Image and Self-Esteem Among Adolescent Girls: Testing the Influence of Sociocultural Factors. *Journal of Research on Adolescence*, 15, 451-477. doi:10.1111/j.1532-7795.2005.00107.x
- Craeynest, P. (2010). *Psychologie van de levensloop: Inleiding in de ontwikkelingspsychologie*. Leuven: Uitgeverij Acco

- Crone, E. (2012). *Het sociale brein van de puber*. Amsterdam: Uitgeverij Bert Bakker
- De Boer, F. (2010). Een volgende variant van de Grounded Theory Approach. *KWALON*, 15, 55-60. Geraadpleegd op [http://www.boomlemmatijdschriften.nl/tijdschrift/KWALON/2010/1/KWALON\\_2010\\_015\\_001\\_012.pdf](http://www.boomlemmatijdschriften.nl/tijdschrift/KWALON/2010/1/KWALON_2010_015_001_012.pdf)
- De Boer, F. (2011). Grounded Theory Approach: an update. *KWALON*, 16, 25-33. Geraadpleegd op <http://www.metamedicavumc.nl/pdfs/boerKWALON2011001008.pdf>
- Dens, N., De Pelsmacker, P., Janssens, W. (2008). Effects of scarcely dressed models in advertising of Belgian men and women. *Sex Roles*, 60, 366-378. doi: 10.1007/s11199-008-9541-0
- Dinç, B., Alisinanoğlu, F. (2010). Defining the Effects of Television on the Body Image on the Basis of Adolescents' Opinions. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 1, 66-77. Geraadpleegd op [http://www.tojqi.net/articles/TOJQI\\_1\\_2/TOJQI\\_1\\_2\\_Article\\_5.pdf](http://www.tojqi.net/articles/TOJQI_1_2/TOJQI_1_2_Article_5.pdf)
- Dinklo, I. (2006). Fabels en feiten over kwalitatieve onderzoeksresultaten. *KWALON*, 11, 35-43. Geraadpleegd op [http://www.boomlemmatijdschriften.nl/tijdschrift/KWALON/2006/2/KWALON\\_2006\\_011\\_002\\_010.pdf](http://www.boomlemmatijdschriften.nl/tijdschrift/KWALON/2006/2/KWALON_2006_011_002_010.pdf)
- Doodle maakt plannen eenvoudiger. (2014). Geraadpleegd op <http://doodle.com/nl/>
- Dove Fonds voor zelfwaardering. (2006). *Het Dove onderzoek toont aan wat de impact is van een laag gevoel van zelfwaarde op het leven van meisjes en vrouwen* (rapport). Geraadpleegd op [http://www.zorra.gendersquare.org/Publieksprijs/2006/images/DoveFiche\\_BT\\_NL.pdf](http://www.zorra.gendersquare.org/Publieksprijs/2006/images/DoveFiche_BT_NL.pdf)
- Eliot & Associates (2005). *Guidelines for Conducting a Focus Group*. Geraadpleegd op [http://assessment.aas.duke.edu/documents/How\\_to\\_Conduct\\_a\\_Focus\\_Group.pdf](http://assessment.aas.duke.edu/documents/How_to_Conduct_a_Focus_Group.pdf)

- Etcoff, N., Orbach, S., Scott, J., D'Agostino, H. (2006). *The real truth about beauty: A global report: Findings of the Global Study on Women, Beauty and Well-Being (rapport)*.  
Geraadpleegd op:  
[http://www.clubofamsterdam.com/contentarticles/52%20Beauty/dove\\_white\\_paper\\_final.pdf](http://www.clubofamsterdam.com/contentarticles/52%20Beauty/dove_white_paper_final.pdf)
- Frost, J., McKelvie, S. J. (2005). The relationship of self-esteem and body satisfaction. *Athletic insight: The online Journal of Sport Psychology*, 7, 36-49. Geraadpleegd op <http://www.athleticinsight.com/Vol7Iss4/SelfPDF.pdf>
- Gerner, B., Wilson, P. (2005). The relationship between friendship factors and adolescent girls' body image concern, body dissatisfaction, and restrained eating. *International Journal of Eating Disorders*, 37,313-320. doi: 10.1002/eat.20094
- Giummarra, M. J., Gibson, S.J., Georgiou-Karistianisa, N., Bradshawa, J.L. (2008). Mechanisms underlying embodiment, disembodiment and loss of embodiment. *Neuroscience and biobehavioral reviews*, 32,143-160. Geraadpleegd op [http://www.psychfysio.nl/Nieuws/2\\_18\\_1.html](http://www.psychfysio.nl/Nieuws/2_18_1.html)
- Grabe, S., Hyde, S. J., Ward, M. L. (2008). The role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, 134, 460-476. doi: 10.1037/0033-2909.134.3.460
- Gray-Little, B., Williams, V.S.L., & Hancock, T. D. (1997). An item response theory analysis of the Rosenberg Self-Esteem Scale. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23, 443-451. Geraadpleegd op [http://www.fetzer.org/sites/default/files/images/stories/pdf/selfmeasures/Self\\_Measures\\_for\\_Self-Esteem\\_ROSENBERG\\_SELF-ESTEEM.pdf](http://www.fetzer.org/sites/default/files/images/stories/pdf/selfmeasures/Self_Measures_for_Self-Esteem_ROSENBERG_SELF-ESTEEM.pdf)
- Grogan, S. (2008). *Body image: understanding body dissatisfaction in men, woman and children*. New York : Routledge
- Grudens-Schuck, N., Allen, B. L., Larson, K. (2004). *Focus Group fundamentals* (Report no. PM 1969b). Geraadpleegd op Iowa State University website: <http://www.extension.iastate.edu/publications/pm1969b.pdf>

- Hargreaves, D., Tiggemann, M. (2003). The effect of 'thin ideal' television commercials on body dissatisfaction and schema activation during early adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 32, 367-373. doi: 0047-2891/03/1000-0367/0
- Hemmerechts, K. (2008) *De man, zijn penis en het mes*. Amsterdam/Antwerpen: Querido's Uitgeverij
- Hennink, M.M. (2007). *International Focus group Research: A handbook for the Health and Social Science*. New York: Cambridge University Press
- Holland Doc. (2013). Sunny Side of Sex: Cuba [video]. Geraadpleegd op <http://www.hollanddoc.nl/kijk-luister/documentaire/s/sunny-side-of-sex-cuba.html>
- Ivens, D. (2009). De groep aan het woord: de techniek van focusgroeps gesprekken. *Ad Rem*, 5, 10-12. Geraadpleegd op [http://www.communicerenmetarmen.be/sites/default/files/DorienIvensFocusgroeps gesprekkenAdRem2009\\_5\\_blz10\\_12.pdf](http://www.communicerenmetarmen.be/sites/default/files/DorienIvensFocusgroeps gesprekkenAdRem2009_5_blz10_12.pdf)
- Kelly, M., Wall, M., Eisenberg, M.E., Story, M., Neumark-Sztainer, D. (2005). Adolescent girls with high body satisfaction: who are they and what can they teach us? *Journal of Adolescent Health*, 37, 391-396. doi:10.1016/j.jadohealth.2004.08.008
- Knauss, C., Paxton, S. J., Alsaker, F. D. (2008). Body dissatisfaction in adolescent boys and girls: Objectified body consciousness, internalization of the media, body ideal and perceived pressure from media. *Sex Roles*, 59, 633-643. doi: 10.1007/s11199-008-9474-7
- Kohnstamm, R. (2002). *Kleine ontwikkelingspsychologie III: de adolescentie*. Houten/Diegem: Bohn Stafleu Van Loghum
- Koppen (2014). Nood aan echte lijven [video]. Geraadpleegd op <http://www.een.be/programmas/koppen/nood-aan-echte-lijven>
- Krueger, R. A., Casey, M. A. (2008). *Focus groups: A practical guide for applied research*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Martijn, C., Alleva, J., Jansen, A. (2012). Nieuwe interventies om tevredenheid met eigen uiterlijk te vergroten: 'Help, ik ben zo lelijk!'. *De Psycholoog*, 10-18. Geraadpleegd op

<http://www.eetonderzoek.nl/publikaties/martijn%20et%20al%20DP%20ned%202012.pdf>

Mäkinen, M., Puukko-Viertomies, L.R., Lindberg, N., Siimes, M., Aalberg, V. (2012). Body dissatisfaction and body mass in girls and boys transitioning from early to mid-adolescence: additional role of self-esteem and eating habits. *BMC Psychiatry*, 1-8. doi:10.1186/1471-244X-12-3

Meeus, W. (1994). *Adolescentie: een psychosociale benadering*. Groningen: Wolters-Noordhoff

Mönks, F.J., Knoers, A. M. P (2009). *Ontwikkelingspsychologie: inleiding tot de verschillende deelgebieden*. Assen: Uitgeverij Van Gorcum.

Presnell, K., Bearman, S. K., Stice, E. (2004). Risk factors for body dissatisfaction in adolescent boys and girls: A prospective study. *International Journal of Eating Disorders*, 36, 389-401. doi: 10.1002/eat.2004

Rabiee, F. (2004). Focus-group interview and data analysis. *Proceedings of the Nutrition Society*, 63, 655-660. doi: 10.1079/PNS2004399

Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press. Geraadpleegd op [http://www.fetzer.org/sites/default/files/images/stories/pdf/selfmeasures/Self\\_Measures\\_for\\_Self-Esteem\\_ROSENBERG\\_SELF-ESTEEM.pdf](http://www.fetzer.org/sites/default/files/images/stories/pdf/selfmeasures/Self_Measures_for_Self-Esteem_ROSENBERG_SELF-ESTEEM.pdf)

ScienceDaily. (2013). Peer pressure trumps 'thin' ideals in the media. Geraadpleegd op <http://www.sciencedaily.com/releases/2013/01/130130143628.htm>

Schneider, S., Weiss, M., Thiel, A., Werner, A., Mayer, J., Hoffmann, H., Diehl Katharina, The GOAL Study Group. (2012). Body dissatisfaction in female adolescents: extent and correlates. *Eur J Pediatr*, 127, 373-384. doi: 10.1007/s00431-012-1897-z

Sivert, S. S., Sinanovic, O. (2008). Body dissatisfaction: Is age a factor? *Philosophy, Sociology, Psychology and History*, 7, 55-61. Geraadpleegd op <http://facta.junis.ni.ac.rs/pas/pas2008/pas2008-05.pdf>

- Sira, N., Parker White, C. (2010). Individual and Familial Correlates of Body Satisfaction in Male and Female College Students. *Journal of American college Health*, 58, 507-514. doi:10.1080/07448481003621742
- Slocum, N., King Baudouin Foundation. (2005). Participatory methods: a practioner's manual, focus group [Brochure]. Geraadpleegd op [http://www.kbs-frb.be/uploadedFiles/KBS-FRB/Files/EN/PUB\\_1540\\_Toolkit\\_8\\_FocusGroup.pdf](http://www.kbs-frb.be/uploadedFiles/KBS-FRB/Files/EN/PUB_1540_Toolkit_8_FocusGroup.pdf)
- Stalpers, J. (2007). Elicitatietechnieken in kwalitatief onderzoek. *KWALON*, 12, 32-39. Geraadpleegd op [http://www.boomlemmatijdschriften.nl/tijdschrift/KWALON/2007/1/KWALON\\_2007\\_012\\_001\\_007.pdf](http://www.boomlemmatijdschriften.nl/tijdschrift/KWALON/2007/1/KWALON_2007_012_001_007.pdf)
- Stang, J., Story, M., Croll, J. (2005). *Guidelines for Adolescent Nutrition Services. Chapter 13: body image and adolescents*. Geraadpleegd op [http://www.epi.umn.edu/let/pubs/img/adol\\_ch13.pdf](http://www.epi.umn.edu/let/pubs/img/adol_ch13.pdf)
- StatPac Inc. (2013). Survey Sampling Methods. Geraadpleegd op <http://www.statpac.com/surveys/sampling.htm>
- Stice, E., Shaw, H. (2002) Role of body dissatisfaction in the onset and maintenance of eating pathology: A synthesis of research findings. *Journal of Psychosomatic Research*, 53, 985-993. Geraadpleegd op [http://cronus.uwindsor.ca/users/j/jarry/main.nsf/032ecd0df8f83bdf8525699900571a93/aa9ed943e56182bf85256abe005bc3f6/\\$FILE/Stice%20&%20Shaw%20\(2002\).pdf](http://cronus.uwindsor.ca/users/j/jarry/main.nsf/032ecd0df8f83bdf8525699900571a93/aa9ed943e56182bf85256abe005bc3f6/$FILE/Stice%20&%20Shaw%20(2002).pdf)
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S. (2008). *Consumentengedrag*. Amsterdam: Pearson Benelux
- Tucci, S., Peters, J. (2008). Media influences on body satisfaction in female students. *Psicothema*, 20, 521-524. Geraadpleegd op <http://www.psicothema.com/pdf/3517.pdf>
- Van der Meulen, M. (1993). Zelfbeeld en psychisch functioneren: een introductie. *Kind en adolescent*, 14, 94-101. doi: 10.1007/BF03060513
- Van Hellemont, C., Van Den Bulck, H. (2008). *Beeldvorming van vrouwen en mannen in de reclame in België*. Geraadpleegd op Instituut voor de Gelijkheid van Vrouwen en

- Mannen website: [http://igvm-iefh.belgium.be/nl/binaries/27%20-%20Beeldvorming\\_reclame\\_NL\\_tcm336-59987.pdf](http://igvm-iefh.belgium.be/nl/binaries/27%20-%20Beeldvorming_reclame_NL_tcm336-59987.pdf)
- Van den Berg, P., Paxton, S.J., Keery, H., Wall, M., Guo, J., Neumark-Sztainer, D. (2007). Body dissatisfaction and body comparison with media images in males and females. *Body Image*, 4, 257-268. doi: 10.1016/j.bodyim.2007.04.003
- Van Selm, M. (2007). Focusgroeponderzoek. *Kwalon*, 34, 5-10. Geraadpleegd op [http://www.boomlemmatijdschriften.nl/tijdschrift/KWALON/2007/1/KWALON\\_2007\\_012\\_001\\_002.pdf](http://www.boomlemmatijdschriften.nl/tijdschrift/KWALON/2007/1/KWALON_2007_012_001_002.pdf)
- Vartanian, L.R. (2012). Self-discrepancy Theory and body image. *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*, 2, 711-717. doi:10.1016/B978-0-12-384925-0.00112-7
- Wade, T., Tiggemann, M. (2013). The role of perfectionism in body dissatisfaction. *Journal of Eating Disorder*, 1-6. doi:10.1186/2050-2974-1-2
- Wester, F., Smaling, A., Mulder, L. (2000). Praktijkgericht kwalitatief onderzoek. Bussum: uitgeverij Coutinho b.v.
- Woertman, L. (1994). *Beelden van een lichaam: De mentale representatie van lichaamsbeelden*. Lisse: Swets & Zeitlinger
- Woertman, L., van den Brink, F. (2009). Welke spiegel vormt mijn lichaamsbeeld? *Tijdschrift voor Seksuologie*, 33, 141-147. Geraadpleegd op <http://www.tijdschriftvoorseksuologie.nl/archief/tvs2009-02/tvs%20editie%2033-2%20woertman.pdf>
- W.W. Norton & Company Inc. (2014). Rosenberg's Self-Esteem Scale [Vragenlijst]. Geraadpleegd op <http://www.wwnorton.com/college/psych/psychsci/media/rosenberg.htm>
- Yamamiyaa, Y., Cashb, F.T., Melnykb, S.E., Posavacc, H.D., Posavac, S.S. (2004) Brief Research report: Women's exposure to thin-and-beautiful media images: body image effects of media-ideal internalization and impact-reduction interventions. *Body Image*, 2, 74-80. doi:10.1016/j.bodyim.2004.11.001



## 6 Bijlagen

Alle bijlagen zijn terug te vinden op bijhorende cd-rom. Hieronder vindt u een overzicht. Daarnaast worden een aantal belangrijke bijlagen weergegeven op papier (zie bundel).

### 6.1 Kort overzicht

De bijlagen die te vinden zijn op de cd-rom werden aangemaakt of gebruikt in deze volgorde:

- A. Contactname
  - Informatieve brieven
  - Informed consent (lay-out)
- B. Methode
  - Materiaallijst
  - Leidraad focusgroep (topics en structuur)
  - PowerPoint beelden media
- C. Dataverzameling
  - Collages per focusgroep
  - Observaties
- D. Data-analyse
  - Transcripten
  - Protocollen
  - Datapreparatie
  - Labels
  - Ordenen labels
  - Categorieën per focusgroep
  - Categorieën alle focusgroepen
  - Centrale begrippen
  - Codeboom
  - Onderzoeksschema

MADE IN  
WEST-  
VLAANDEREN

howest  
De Hogeschool West-Vlaanderen

# Beautiful no matter what they say?

Kwalitatieve studie over de invloed van de media op de lichaamstevredenheid bij adolescente meisjes in Vlaanderen.

## Bijlagen

---

Campus St.-Jorisstraat

**Auteur:** Anaël Duthoy

**Begeleider:** Hannes Verdru

**Bachelorproef voorgedragen tot het behalen van  
het diploma Bachelor in de Toegepaste Psychologie**

**Academiejaar 2013-2014**

# Inhoudsopgave

1	Informatieve brief .....	2
2	Informed consent minderjarige .....	4
3	Informed consent meerderjarige .....	6
4	Brief na focusgroep .....	7
5	Materiaallijst.....	7
6	Leidraad focusgroep.....	8
7	PowerPoint.....	12
8	Collages focusgroepen .....	13
8.1	Focusgroep 1 .....	13
8.2	Focusgroep 2 .....	14
8.3	Focusgroep 3 .....	15
9	Observaties.....	16
10	Categorieën .....	17
11	Codeboom .....	21
12	Onderzoeksschema .....	22

# 1 Informatieve brief



Brugge, ... / .... / 2014

Geachte Jongedame,

Graag wil ik u uitnodigen om deel te nemen aan **een onderzoek naar het zelfbeeld en de verschillende facetten daarvan** (lichaamstevredenheid, lichaamsbeeld, rol van de omgeving,...). Specifiek wil ik nagaan hoe mensen de dag van vandaag hun zelfbeeld ervaren. Daarbij ben ik niet op zoek naar één antwoord, maar wel naar meningen, gelijkenissen en verschillen, opmerkingen en ervaringen.

Het betreft een studie in het kader van het behalen van de bachelorproef Toegepaste Psychologie HOWEST: Professionele Bachelors, Brugge. De promotor van het onderzoek is dhr. Hannes Verdrue, St. Jorisstraat, 71, 8000 Brugge, Tel: 050/33.32.68.

Om op die vraag te kunnen antwoorden werd er gekozen om **een gespreksgroep uit te voeren die maximum 2 uur zal duren**. De gespreksgroep zal bestaan uit 6 vrouwelijke deelnemers (17-19 jaar) die elkaar niet kennen.

Binnen deze gespreksgroep zal er worden gepraat over het onderwerp op een open manier. De focusgroepen worden geleid door Anaël Duthoy.

De sessie zal georganiseerd worden **in samenspraak met de deelnemers en naar hun agenda en zullen plaatsvinden tussen 20 januari en 28 maart in Brugge**. Na afloop wacht u een attentie.

Deze studie zal op een wetenschappelijke manier uitgevoerd worden en de gegevens zullen uitsluitend binnen dit onderzoek worden gebruikt. Daarnaast zal tijdens de sessie het geluid opgenomen worden, zodat de gegevens nadien kunnen verwerkt worden in deze studie.

In overeenstemming met de Belgische Wet van 8 december 1992 en de Belgische wet van 22 augustus 2002, zal de persoonlijke levenssfeer worden gerespecteerd.

**Uw anonimiteit is bij het afnemen van het onderzoek volledig gegarandeerd.** Concreet betekent dit dat de gegevens anoniem verwerkt worden.

De toestemmingsverklaringen worden apart bewaard, zodat niemand een verband kan leggen tussen de antwoorden en de persoon die ze gegeven heeft. Na het verwerken van de gegevens, door Anaël Duthoy, en de verdediging van de bachelorproef worden de toestemmingsverklaringen en het verzamelde materiaal vernietigd.

Om tijdens de groepsessie aan de slag te gaan hoeft u zich enkel bekend te maken met uw voornaam. Deze manier van werken en uw bijdrage zullen nieuwe ideeën en inzichten over het zelfbeeld en de verschillende facetten ervan genereren.

Ik wil u bedanken voor uw belangstelling en ben ervan overtuigd dat uw deelname zal bijdragen tot een succesvolle studie.

*Bent u 17 à 19 jaar, **heeft u interesse en toestemming van uw ouders** om hieraan deel te nemen, dan kunt u me bereiken op het nummer 0472/45.38.88 of per E-mail: [anael.duthoy@student.howest.be](mailto:anael.duthoy@student.howest.be). Gelieve uw voornaam, leeftijd en woonplaats te vermelden. Indien u nog mensen kent die hiervoor interesse zouden hebben gelieve deze brief dan te verspreiden onder hen.*

Met vriendelijke groeten,

Anaël Duthoy

Opleiding Toegepaste Psychologie

## 2 Informed consent minderjarige



### Bacheloropleiding Toegepaste Psychologie

#### MODEL 3

#### Toestemmingsverklaring\*

voor deelname aan onderzoek in het kader van de Bachelorproef:

*Kwalitatieve studie naar de beïnvloeding van de media op lichaamstevredenheid bij  
adolescente meisjes in Vlaanderen.*

#### **VOOR DE MINDERJARIGE:**

Ik heb uitleg gekregen over het onderzoek. De brief over het onderzoek heb ik gelezen. Ik heb mijn eventuele vragen over het onderzoek gesteld. Ik heb nagedacht of ik aan het onderzoek wil deelnemen. Ik mag op ieder moment stoppen met het onderzoek als ik dat wil en ben akkoord met het gebruik van audiomateriaal (enkel geluid).

#### **Ik doe mee aan het onderzoek.**

Naam:

Geboortedatum:

Handtekening:

Datum

#### **VOOR DE OUDER(S)/VOOGD :**

- (1) Ik ben over het onderzoek geïnformeerd. Ik heb de schriftelijke informatie gelezen.
- (2) Ik ben in de gelegenheid gesteld om vragen over het onderzoek te stellen.
- (3) Ik heb over zijn/haar deelname aan het onderzoek kunnen nadenken.
- (4) Ik heb het recht mijn toestemming op ieder moment weer in te trekken zonder dat ik daarvoor een reden behoeft op te geven. Niet deelnemen zal op geen enkele manier de relatie met de onderzoeker of de instelling beïnvloeden.

---

\* Dit formulier is bestemd voor onderzoek voor minderjarigen tussen 11 en 18 jaar.

**Ik stem toe met deelname van bovenvermelde persoon aan het onderzoek.**

Naam:

Adres:

Telefoon- of Gsm-nummer:

E-mail:

Relatie tot de deelnemer:

Handtekening(en):

Datum:

---

Ondergetekende, verantwoordelijke onderzoeker, verklaart dat de hierboven genoemde persoon zowel schriftelijk als mondeling over het bovenvermelde onderzoek is geïnformeerd.

Naam:

Functie

Handtekening:

Datum:

### 3 Informed consent meerderjarige

#### Bacheloropleiding Toegepaste Psychologie

#### MODEL 1 Toestemmingsverklaring\*

voor deelname aan onderzoek in het kader van de Bachelorproef:  
Kwalitatief onderzoek naar beleving van media op lichaamstevredenheid bij adolescenten  
meisjes.

- (1) Ik ben over het onderzoek geïnformeerd. Ik heb de schriftelijke informatie gelezen.
- (2) Ik ben in de gelegenheid gesteld om vragen over het onderzoek te stellen.
- (3) Ik heb over mijn deelname aan het onderzoek kunnen nadenken.
- (4) Ik heb het recht mijn toestemming op ieder moment weer in te trekken zonder dat ik daarvoor een reden hoef op te geven. Niet deelnemen aan dit onderzoek zal geen enkele invloed hebben op de relatie met de onderzoeker of met de behandelaar/directie van de instelling.

Ik stem toe met deelname aan het onderzoek.

Naam:

Geboortedatum:

Adres:

Telefoon- of Gsm-nummer:

E-mail:

Handtekening:

Datum:

---

Ondergetekende, verantwoordelijke onderzoeker, verklaart dat de hierboven genoemde persoon zowel schriftelijk als mondeling over het bovenvermelde onderzoek is geïnformeerd.

Naam:

Functie:

Handtekening:

Datum:

---

\* Dit formulier is bestemd voor onderzoek met meerderjarigen.



## 4 Brief na focusgroep

Beste meisjes,

De bachelorproef schiet goed op. Nogmaals bedankt voor jullie deelname. Ik vroeg mij af of het voor jullie goed is om op de hoogte te blijven van het verloop van deze bachelorproef. De tekst van jullie groeps gesprek werd uitgetypt en is nu beschikbaar op de Facebookgroep. Lees het gerust eens door en opmerkingen of aanvullingen zijn zeker welkom.

Zouden jullie het goed vinden als de tekst van jullie groep verstuurd wordt naar een andere groep? De bedoeling daarvan is om zicht te krijgen op hun meningen daaromtrent. Dit gebeurt volledig anoniem en jullie namen zijn onherkenbaar. Op die manier komen er misschien nog opmerkingen en aanvullingen bij die bruikbaar zijn voor deze studie. Als jullie akkoord gaan kan je via Facebook of op onderstaand e-mailadres iets laten weten.

Daarnaast zou ik jullie ook nog willen vragen of jullie deze korte vragenlijst omtrent het zelfvertrouwen willen invullen. Het is geen verplichting dit in te vullen. Het kan een belangrijke meerwaarde zijn voor deze bachelorproef. Als jullie het resultaat van de vragenlijst hebben dan mogen jullie dit in een privébericht doorsturen of e-mailen naar [anael.duthoy@student.howest.be](mailto:anael.duthoy@student.howest.be)

Link: <http://www.wwnorton.com/college/psych/psychsci/media/rosenberg.htm>

Alvast bedankt!

Vriendelijke groetjes,

Anaël Duthoy

## 5 Materiaallijst

- GSM om een foto te nemen van elke collage
- 6 bonnen H&M ter waarde van 6 euro
- Audio materiaal om op te nemen
- Laptop en micro
- Verlengkabel
- Tablet
- Gebak als afsluiter
- Drank: water (bruis/plat)
- Drankbekers
- Scharen
- Lijm
- Tijdschriften: Elle, Goed Gevoel, Flair,.... (verschillende soorten)
- Papier voor de collages 6 vellen van A3

## 6 Leidraad focusgroep

*Deze leidraad werd opgesteld om verder onderzoek mogelijk te maken. Om de groeps gesprekken gelijkvormig te houden is het aangewezen deze leidraad te volgen.*

### **Inleiding**

Bij start van de discussiegroep wil ik eerst en vooral iedereen bedanken voor de aanwezigheid. *Dan stel ik mijzelf voor als studente Toegepaste Psychologie. Vervolgens vraag ik of de deelnemers zich kort kunnen voorstellen en een naamkaartje willen maken. Daarna wordt onderstaande uitleg gegeven.*

*Doel en de werkwijze van het onderzoek:*

Deze discussiesessie is erg belangrijk, omdat het de basis vormt van verder onderzoek en jullie me ondertussen ook helpen bij het ontwikkelen van mijn bachelorproef. Er staat audiomateriaal klaar om alles op te nemen, zodat ik nadien alles kan herbeluisteren. Ik wil nog eens benadrukken dat de opnames alleen zullen verwerkt worden door mijzelf en dat ik ze nadien zal wissen. Ook worden jullie namen in mijn bachelorproef vervangen door fictieve namen, omdat ik gebonden ben aan beroepsgeheim. Er werd jullie een toestemmingsformulier opgestuurd die jullie ouders en jullie zelf dienden te ondertekenen. Jullie worden na het onderzoek nog steeds op de hoogte gehouden van het verloop van deze studie. Na deze sessie wordt jullie daaromtrent een brief meegegeven.

De bedoeling van vandaag is dat we ideeën, gevoelens, meningen of gedachten gaan uitwisselen over de volgende onderwerpen: het zelfbeeld, het lichaamsbeeld, de tevredenheid, de rol van de media en de rol van leeftijdsgenoten,... Ik ben vooral benieuwd naar jullie ideeën daaromtrent. Vervolgens wil ik met jullie bespreken hoe mensen de dag van vandaag lichaamsbeeld en lichaamstevredenheid ervaren.

Er zijn 3 thema's die ik wil bespreken met jullie:

1. De mate van tevredenheid over het lichaam anno 2014. Wat roept dit op bij jullie?
2. Het ideale lichaamsbeeld anno 2014. Wat is voor jullie het ideale beeld?
3. Beleving van beelden uit media de dag van vandaag.

Ik hoop dat jullie zich op je gemak voelen om de ideeën naar voor te brengen in de groep. Er bestaan hier geen goede of foute antwoorden op en als jullie mening afwijkt van dat van de

anderen is dat juist boeiend. Ik ben nieuwsgierig naar verschillende meningen en we hoeven het niet met elkaar eens te zijn. Ik ben op zoek naar verschillende verhalen, ideeën en meningen en niet naar één antwoord.

Voor we van start gaan wil ik graag nog vragen of het mogelijk is om de hand op te steken wanneer je aan het woord wil komen, zodat ik de naam kan herhalen. Dit is omdat ik enkel werk met audiomateriaal. Als er door elkaar gepraat zal worden kan ik moeilijkheden krijgen bij het uittypen van het transcript.

*Als moderator is het belangrijk om open vragen te stellen, iedereen aan het woord te laten en objectief te blijven. Per thema volgen belangrijke vragen. Maar er mogen daarnaast nog andere vragen gesteld worden in verband met de thema's en onderzoeksvragen.*

### **Thema 1: Wat roept 'tevredenheid over het lichaam' bij jullie op?**

#### **Vragen:**

- A. Welke woorden komen in je op als je denkt aan 'lichaamstevredenheid'?
- B. Als iemand tevreden is over zijn lichaam, aan wat kunnen jullie dit merken?
- C. Als iemand ontevreden is over zijn lichaam, hoe merken jullie dit dan?

Je mag ook praten over eigen ervaringen.

#### ➤ **Gedrag:**

Aan wat merk je dat mensen al dan niet tevreden zijn met hun lichaam? Wat wordt er gedaan/niet gedaan?

Wat zeggen mensen zoal als ze niet tevreden zijn met hun lichaam?

Hoe hoor je van anderen dat ze (on)tevreden zijn over hun lichaam? En hoe kan je dat afleiden.

#### ➤ **Gevoelens:**

Welke gevoelens heeft iemand die tevreden/ ontevreden is met zijn lichaam?

Hoe voel je je bij iemand die zelfzeker is over zijn lichaam?

#### ➤ **Gedachten:**

Welke gedachten komen op bij iemand die tevreden/ontevreden is?

Hoe komen mensen aan deze ideeën?

- D. En de omgeving? is die belangrijk? Welke boodschappen krijgt men uit de omgeving?  
Wat zeggen mensen soms?  
*Hier ga je vragen stellen op persoonlijk niveau, in het vorige bleef je algemeen.*
- E. Met welke elementen van jezelf ben je tevreden? Met welke niet?
- F. Iedereen ervaart soms eens ontevredenheid over zijn lichaam. Hoe ga je daarmee om?
- G. Spreek je erover met anderen of juist niet? Met wie wel, met wie niet? Hoe spreek je daar dan over met anderen, hoe begin je?
- H. Het zelfbeeld en de lichaamstevredenheid kunnen veranderen met de tijd, hoe is dit voor jullie? Wat had er invloed denken jullie op die veranderingen?

### **Thema 2: ideale lichaamsbeeld: wat is volgens jullie het ideale lichaam?**

*(Duur: 15 min)* “Jullie zien hier een aantal grote lege bladen liggen (A3) en een aantal tijdschriften (Flair, Elle, Cosmopolitan, Feeling, Goed Gevoel,...). Jullie mogen die tijdschriften eens doornemen en prentjes uitkiezen om zo een collage samen te stellen van wat volgens jullie het lichaamsideaal is de dag van vandaag.”

#### **Vragen bij deze associatieve opdracht (duur: 30 min):**

- A. Met welke woorden zou je het ideaalbeeld van vandaag omschrijven (aan de hand van de collage)? → Daarbij ingaan op gelijkenissen en verschillen die aan bod komen.
- B. Hoe ziet volgens jullie een ideaal lichaam er uit?
- C. Waar komen die ideeën over het ideale lichaamsbeeld vandaan?
- D. Hebben jullie hier ervaringen mee?
- E. Hoe voelen jullie zich bij het ideaalbeeld dat volgens jullie de dag van vandaag aanwezig is?
- F. Heeft het volgens jullie een invloed op jullie gedrag? Gevoelens?
- G. Wat valt jullie op als jullie naar elkaars collage kijken?

### **Thema 3: Beleving van beelden uit de media de dag van vandaag.**

- A. Welke media kanalen zijn belangrijk in jullie leven? Speelt media een belangrijke rol in jullie leven?
- B. Als het een belangrijke rol speelt in jullie leven, op welke manier dan?
- C. Kunnen jullie voorbeelden geven uit jullie omgeving of uit eigen ervaring?

**Een PowerPoint tonen met een selectie van beelden bestaande uit hele dunne modellen en natuurlijke beelden van gewone vrouwen.**

“ Ik wil jullie graag vijf mediabeelden tonen. Bekijk ze goed want nadien zal ik telkens een paar vragen stellen.”

Gedrag: Welke gedragingen vallen jullie op?

Gevoelens: Welke gevoelens roept het beeld bij jullie op?

Gedachten: Waar denk je aan als je deze afbeelding ziet?

Deze vragen telkens herhalen per afbeelding.

- Ik heb jullie 5 mediabeelden getoond:
  - Welk beeld vonden jullie het meest aantrekkelijk?
  - Welk beeld vonden jullie het minst aantrekkelijk?
  - Welk beeld vonden jullie het meest gezond?
  - Welk beeld is het beeld waar je zelf wil naar streven?
- Waar komen die ideeën vandaan?
- Hoe wordt er thuis over media gesproken?

Stelling: uit wetenschappelijk onderzoek blijkt dat media invloed heeft op het zelfbeeld en de lichaamstevredenheid van adolescente meisjes.

- In welke mate voelen jullie beïnvloeding door media?
- Hoe voelen jullie je daar bij?

**Slot**

*Het gesprek afronden.* Ik wil jullie enorm bedanken voor jullie samenwerking en inzet.

Daarom is er voor elk van jullie een cadeaubon voorzien ter waarde van 6 euro bij H&M. Het gesprek zal ik nadien uittypen en anoniem verwerken. Dit betekent dat ik jullie naam zal vervangen door een fictieve naam. Deze gegevens zullen dan verwerkt worden in mijn Bachelorproef om zicht te krijgen op hoe meisjes van jullie leeftijd omgaan met media en hun lichaamsbeeld. Bedankt voor jullie deelname en als jullie nadien nog vragen hebben mogen jullie altijd contact opnemen met mij.”

## 7 PowerPoint

**GROEPSGESPREK**  
Wat roepen deze beelden bij jullie op?

**Victoria Secret Angels**  
Bron: <http://www.victoriasecret.com/~/media/VS Angels/111500>



1 2

**Dove campagne**  
Bron: <http://www.dove.com/~/media/VS Angels/111500>

“Wanneer vrouwen eenzamer hun rollen op het podium, dan zal het niet alleen hun zelfvertrouwen maar ook dat van de mensen om hen heen toenemen.”



3 4

**Plus size model**  
Bron: <http://www.plus-size-model.com/>



5

**Zonder make-up**  
Bron: <http://www.zondermakeup.com/>



6

## 8 Collages focusgroepen

### 8.1 Focusgroep 1



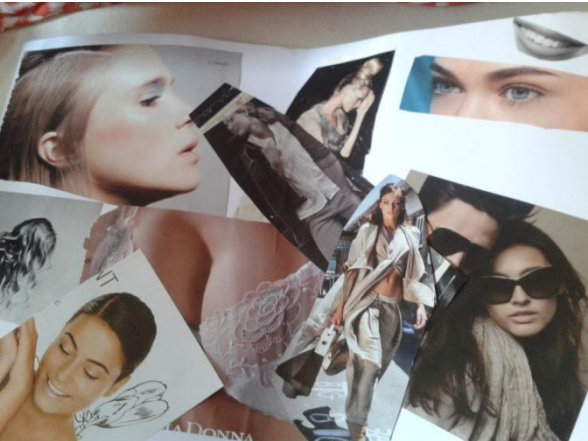


8.2 Focusgroep 2





8.3 Focusgroep 3



## 9 Observaties

### Focusgroep 1

Er is een meisje beginnen huilen omdat lichaamstevredenheid voor haar een gevoelig onderwerp bleek te zijn. Ze krijgt echter heel veel steun van de andere meisjes. Het valt me op dat er enkele meisjes veel aan bod komen en één meisje amper aan bod komt.

Het valt op tijdens het gesprek dat veel meisjes onzeker zijn.

### Focusgroep 2

Het valt me op dat, in deze groep, de meisjes elkaar meer tegenspreken. Terwijl de meisjes in de vorige groepen veel meer met elkaar akkoord gingen. Dat maakt het interessanter omdat je zo meer meningen verzamelt. Het is opvallend dat tijdens de vorige groepen, het tijdschrift Goed Gevoel nooit werd gekozen om de collage te maken. In deze groep werd het door één iemand doorgenomen, maar ze heeft het nadien aan de kant gelegd.

### Focusgroep 3

Het valt me op in deze groep dat de meisjes elkaar meer tegenspreken. Terwijl in de vorige groepen de meisjes veel meer akkoord gingen met elkaar. Dat maakt het interessant omdat je meer meningen verzamelt. Opvallend is dat er tijdens de vorige groepen het tijdschrift Goed Gevoel nooit werd doornomen wanneer de collage werd gemaakt. In deze groep wordt het door één iemand doorgenomen, maar ze heeft het nadien aan de kant gelegd.

### Algemeen

Over het algemeen viel me op dat de tijdschriften Flair en Goed Gevoel (waar meer modellen met een maatje meer in voorkomen) niet werden gebruikt tijdens het maken van de collage. Ook niet bij de oudere meisjes. Er werd meer gegrepen naar tijdschriften zoals Elle en Cosmopolitan.

## 10 Categorieën

<p><b>Ideaalbeeld:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mooie ogen (7) +</li> <li>- Haar (15) +</li> <li>- Mooi gezicht (6) +</li> <li>- Lichaamsbouw (26) (25+) (1-)</li> <li>- Huidskleur (2) +</li> <li>- Kledij (3) +</li> <li>- Sexy (2) +</li> <li>- Mond (5) +</li> <li>- Mooie huid (2) +</li> <li>- Lach (10) +</li> <li>- Mooie nagels +</li> <li>- Natuurlijke schoonheid (5) +</li> <li>- Geschoren oksels en benen -</li> <li>- Schoonheid (2) +</li> <li>- Levensstijl (5) +</li> <li>- Totaalbeeld (3) +</li> <li>- Zelfzeker (2) (+) (-)</li> <li>- Gelukkig +</li> <li>- Perfectie +</li> <li>- Realistisch +</li> <li>- Gezond (2) +</li> <li>- Van persoon tot persoon +</li> </ul>	<p><b>Maatschappij:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facebook (14) (6-) (8+)</li> <li>- Internet (12) (6-) (6+)</li> <li>- Reclame (8) (5-) (3+)</li> <li>- Tv programma (16) (9-) (7+)</li> <li>- Foto's (2) -</li> <li>- Sociale media (2) -</li> <li>- Beroemdheden (3) -</li> <li>- Magazines (9) (6+) (3-)</li> <li>- Films (6) (3-) (3+)</li> <li>- Media (12) (9-) (3+)</li> <li>- Winkel -</li> <li>- Op straat (2) (+) (-)</li> <li>- Opvoeding (4) (2+) (2-)</li> <li>- Individualisering (2) (-) (+)</li> <li>- Massa -</li> <li>- Leefwereld +</li> </ul>
<p><b>Lichaamstevredenheid:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zelfvertrouwen (12) (11+) (1-)</li> <li>- Uitstraling (10) (9+) (1-)</li> <li>- Sociaal zijn (10) +</li> <li>- Zelfbeeld (4) (2+) (2-)</li> <li>- Gedrag (6) (1+) (5-)</li> <li>- Onbezorgd (4)+</li> <li>- Neerkijken op (9) -</li> <li>- Moeilijk (5) -</li> <li>- Gelukkiger (3) +</li> <li>- Uiterlijk (8) (6+) (2-)</li> <li>- Tevreden (5)+</li> <li>- Totaalbeeld (4) (2+) (2-)</li> <li>- Schijnheilig (2) -</li> <li>- Aantrekkelijk (3) +</li> <li>- Neerbuigend (2) -</li> <li>- Fluctueert (4) (3-) (+)</li> <li>- Divers (3) (2+) (1-)</li> <li>- Naar opkijken (2) +</li> <li>- Echt zijn (4) +</li> <li>- Geen problemen met gewicht +</li> <li>- Situationeel (2) (1+) (1-)</li> </ul>	<p><b>Lichaamsontevredenheid:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Onzelfzeker (15) -</li> <li>- Laag zelfbeeld (9) -</li> <li>- Door de maatschappij -</li> <li>- Ontevreden (4) -</li> <li>- Zomer (2) -</li> <li>- Beschermen (1-) (1+)</li> <li>- Lichaamstaal -</li> <li>- Teruggetrokken (7) -</li> <li>- Vertrouwen -</li> <li>- Kledij (2) -</li> <li>- Meelopen (1-) (1+)</li> <li>- Gevoelig voor media -</li> <li>- Slechte dag -</li> <li>- Er over praten +</li> <li>- Gevoel onpopulair zijn (2) -</li> </ul>

<p><b>Anderen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vrienden (9) (2-) (7+)</li> <li>- Jongens (17) (13-) (4+)</li> <li>- Scouts +</li> <li>- School (6) (5+) (1-)</li> <li>- Mannen (2) +</li> <li>- Leeftijdsgenoten (3) (2-) (1+)</li> </ul>	<p><b>Familie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ouders (3) (2-) (1+)</li> <li>- Siblings (8) (6+) (2-)</li> <li>- Mama (7) (3+) (4-)</li> <li>- Nichten (2) -</li> <li>- Grootmoeder +</li> </ul>
<p><b>Zelfbeeld:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vast in je hoofd (2) –</li> <li>- Negatief zelfbeeld (3) –</li> <li>- Ontevreden met zichzelf (2) –</li> <li>- Tevreden (2) +</li> <li>- Zelfbewust (2)+</li> <li>- Uiterlijk +</li> <li>- Realistisch +</li> <li>- Innerlijk +</li> <li>- Schuldgevoel bij klagen -</li> </ul>	<p><b>Opsmuk:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Make-up (17) (9-) (8+)</li> <li>- Fotoshop (15) (14 -) (1+)</li> <li>- Iedereen mooi (2) +</li> <li>- Neutraal (4) (3+) (1-)</li> <li>- Belichting -</li> </ul>
<p><b>Beleving media:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Besef druk (18) ( 16-) (2+)</li> <li>- Invloed (9) (6-) (3+)</li> <li>- Confrontatie (6) –</li> <li>- Magere meisjes (2) –</li> <li>- Hoge standaard –</li> <li>- Gevoel (8) -</li> <li>- Gefotografeerd op slecht moment (2) (+) (-)</li> <li>- Geschokt (2) –</li> <li>- Discriminatie (2) -</li> <li>- Gedachten (2+) (1-)</li> <li>- Commercieel (11) (6-) (5+)</li> <li>- Onrealistisch (3) (2+) (1-)</li> <li>- Kritisch blijven (2+)</li> <li>- Zoekend naar eigen stijl (2) -</li> <li>- Onbewust (4) –</li> <li>- Inspiratie (8) +</li> <li>- Normalisering –</li> <li>- Afschermen (6) +</li> <li>- Extremen tonen (8) –</li> <li>- Zou positief kunnen zijn –</li> <li>- Niemand bewust kwetsen +</li> <li>- Identiteit (2) -</li> </ul>	<p><b>Beleving ideaalbeeld:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aantrekkelijk (3) +</li> <li>- Aanvaarding (2) +</li> <li>- Zelfzeker (3) +</li> <li>- Onverschillig (4) (3+) (1-)</li> <li>- Streefdoel (25) (14 -) (11+)</li> <li>- Idool (3+)</li> <li>- Ideaalbeeld (3) (2+) (1-)</li> <li>- Mediagestuurd (2) (1-) (1+)</li> <li>- Onmogelijk (6) –</li> <li>- Lichaamsbouw (3) +</li> <li>- Perfectie (12) (7+) (5-)</li> <li>- Onbewust (2) (1 -) (1+)</li> <li>- Andere troeven +</li> <li>- Fake (2) –</li> <li>- Moed +</li> <li>- Opedrongen (3) –</li> <li>- Indrukken (+) (-)</li> <li>- Voorkeur (3) +</li> <li>- Belang uiterlijk (5) –</li> <li>- Karakter (1+) (1-)</li> <li>- Relativeren (3) +</li> <li>- Allemaal hetzelfde (2) –</li> <li>- Te zelfzeker -</li> <li>- Er zijn grenzen +</li> <li>- Motivatie (2) +</li> <li>- Gevoel (4) (3-) (1+)</li> <li>- Zelfbeeld (1-) (2+)</li> </ul>

<p><b>Beleving tov anderen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vergelijken (23) (14-) (9+)</li> <li>- Concurrentie (2) -</li> <li>- Relativeren +</li> <li>- Besef zelf mooi te zijn +</li> <li>- Onbewust (3) -</li> <li>- Verwarrend -</li> <li>- Zelfde interesses (3) +</li> <li>- Kledij (3) (2-) (+)</li> <li>- Druk (3) (2 -) (1+)</li> <li>- Openheid (2) +</li> <li>- Zelfzeker +</li> <li>- Gedachten anderen (8) (5+) (3-)</li> <li>- Mening van anderen (4) -</li> <li>- Kritiek (19) -</li> <li>- Mensen kijken (3) (2-)b(1+)</li> <li>- Voor jezelf houden (2) +</li> <li>- Populair op Facebook (4) -</li> <li>- Invloed anderen (5) -</li> <li>- Bang vet zichtbaar -</li> <li>- Onbegrip bij ontevredenheid -</li> <li>- Groepsgebeuren (9) (4-) (5+)</li> <li>- Onbegrip (3) -</li> <li>- Verschillen +</li> <li>- Er bij horen (3) -</li> <li>- Anderen beoordelen (3 -)</li> <li>- Geen eigen mening -</li> <li>- Ideaalbeeld beamen -</li> <li>- Feministisch -</li> <li>- Beoordelen op lichaam -</li> <li>- Jongens (2 -)</li> <li>- Bespreekbaar (10) (6+) (4-)</li> <li>- Geen waarheid (2) -</li> <li>- Gevoelens (4) -</li> </ul>	<p><b>Mode:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Modeshow (3) -</li> <li>- Kledij (29) (20+) (9-)</li> <li>- Modellen (5) -</li> <li>- Modewereld -</li> </ul>
<p><b>Leeftijd:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ouder worden (4) +</li> <li>- Vroeger (17) (3+) (14-)</li> </ul>	<p><b>Nodig om tevreden te zijn:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zelfaanvaarding (4) +</li> <li>- Gezondheid (4) +</li> <li>- Realistisch zijn +</li> <li>- Mager blijven +</li> <li>- Goed uitzien (2) +</li> <li>- Afschermen +</li> <li>- Complimentje (2) +</li> </ul>
<p><b>Lichaamsbouw:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Slank (3+)</li> <li>- Te mager (11) -</li> <li>- Zelfde lichaamsbouw mooi +</li> </ul>	<p><b>Ziekelijk mager:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anorexia (7) -</li> <li>- Onaantrekkelijk - (3)</li> <li>- Onbegrip (4) -</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Super mager (2) –</li> <li>- Dik (12) (10-) (2+)</li> <li>- Keuze (2) -</li> <li>- Tussenin (2) +</li> <li>- Mager (5) +</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ongezond (3) –</li> <li>- Beleving (3+) (5-)</li> <li>- Anderen (3+)</li> <li>- Vroeger iedereen mager –</li> <li>- Veel veranderd +</li> <li>- Standaard –</li> <li>- Ongelukkig (2) –</li> <li>- Dieet (5) –</li> <li>- Druk (6) –</li> </ul>
<p><b>Plus size:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Niet zo willen uitzien later –</li> <li>- Lichaamsbouw (6) (3+) (3-)</li> <li>- Uitstraling (9) (8+) (1-)</li> <li>- Zelfvertrouwen (3) +</li> <li>- Vergelijken met hen (4) +</li> <li>- Mooi (4) +</li> <li>- Minder neerkijken +</li> <li>- Vroeger +</li> <li>- Echte vrouwen (3) +</li> <li>- Gewone mensen (2) +</li> <li>- Goed gevoel +</li> </ul>	<p><b>Slanke modellen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Niet zo willen worden +</li> <li>- Niet naturel (4) –</li> </ul>
<p><b>Vollere modellen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aantrekkelijk (2) +</li> <li>- Uitstraling (3) +</li> <li>- Verschillend +</li> <li>- Realistisch (2) +</li> <li>- Tevreden (3) +</li> <li>- Gevoel (3) +</li> <li>- Er op gelijken +</li> <li>- Kan voor anderen onbereikbaar zijn (2) –</li> <li>- Gezond (2) +</li> </ul>	

## 11 Codeboom

Code	Aantal meisjes	Coding references
<b>Lichaamstevredenheid</b>		
- Kenmerken tevredenheid	14	
• Zelfzeker	6	12
• Sociaal zijn	5	10
• Uitstraling	6	10
• Neerkijken op	5	9
- Kenmerken ontevredenheid	14	
• Onzeker	7	15
- Nodig om tevreden te zijn	6	
• Zelfwaardering	3	4
• Gezond zijn	4	4
<b>Ideaalbeeld</b>		
- Kenmerken ideaalbeeld	14	
- Beleving	14	
• Streefdoel	10	25
• Perfectie	5	12
• Onmogelijk	6	6
• Opedrongen	3	3
<b>Media</b>		
- Mediakanalen	14	
• Internet/Facebook	6/9	12/14
• Tv	7	16
• Magazines	6	9
• Films	4	6
- Manipulatie van beelden	11	
• Make-up	9	17
• Photoshop	9	15
- Beleving	14	
• Druk voelen	6	18
• Commercieel	5	11
• Invloed	5	9
• Inspiratie	5	8
• Gevoel	5	8
• Afschermen	6	8
<b>Andere</b>		
- Belangrijke anderen	14	
• Familie	8	21
• Vrienden	6	9
• Jongens	8	17
- Opvoeding	2	4
- Beleving ten opzichte van anderen		
• Vergelijken	8	23
• Kritiek	5	19
• Concurrentie	2	2
- Kledij	8	29
- Vroeger	6	17

## 12 Onderzoeksschema

