

**KU LEUVEN**

**FACULTEIT SOCIALE WETENSCHAPPEN**

**MASTER OF SCIENCE IN DE**

**COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN**

**Love finds a way, one and only  
and love at first sight**

Het verband tussen Tv kijken  
en romantische idealen

Promotor : Prof. Dr. J. VAN DEN BULCK

Assessor : E. TIMMERMANS

**MASTERPROEF**

aangeboden tot het verkrijgen  
van de graad van Master of  
Science in de  
Communicatiewetenschappen  
door

**Birger VANDAEL**

academiejaar 2014-2015



**KU LEUVEN**

FACULTEIT SOCIALE WETENSCHAPPEN  
MASTER OF SCIENCE IN DE  
COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

**Love finds a way, one and only  
and love at first sight**

Het verband tussen Tv kijken  
en romantische idealen

Promotor : Prof. Dr. J. VAN DEN BULCK  
Assessor : E. TIMMERMANS

MASTERPROEF  
aangeboden tot het verkrijgen  
van de graad van Master of  
Science in de  
Communicatiewetenschappen  
door  
**Birger VANDAEL**

academiejaar 2014-2015

## 1. Inhoud

Lijst van tabellen .....	7
Lijst van figuren .....	8
2. Voorwoord.....	9
3. Inleiding.....	10
4. Literatuurstudie.....	11
4.1 Romantische idealen.....	11
4.1.1 ‘Romantic Destiny’ en ‘Belief in growth’ .....	14
4.2 Voorspellende variabelen .....	16
4.2.1 Geslacht .....	16
4.2.2 Relatiestatus en liefdeservaring .....	18
4.2.3 Relatiestatus ouders .....	20
4.3 Cultivatietheorie als theoretisch kader.....	21
4.3.1 Storytelling .....	21
4.3.2. Cultural Indicators Project.....	22
4.3.3 Cultivatietheorie .....	23
4.3.4 Het medium televisie .....	24
4.4 De invloed van televisiegebruik op romantische idealen ..	26
4.4.1 Inleiding.....	26
4.4.2 Genre-specifieke cultivatie .....	28
4.4.3 Romantische fictie .....	29
4.4.4 Reality Dating Tv .....	32
4.5 Perceived Realism .....	34

	5
4.6	Binge Watching .....36
5.	Methode.....38
5.1	Inleiding.....38
5.2	Deelnemers .....38
5.3	Metingen.....39
6.	Resultaten .....45
6.1	Beschrijvende analyses.....45
6.1.1	Relatiegegevens .....45
6.1.2	Televisiekijkgedrag .....47
6.1.3	Romantische idealen.....51
6.1.4	Perceived Realism .....53
6.1.5	Binge Watching .....54
6.2	Verklarende analyses.....55
6.2.1	Invloed van relatiegegevens op romantische idealen .....55
6.2.2	Invloed van relatiestatus ouders op romantische idealen.56
6.2.3	Invloed van romantische televisie op romantische idealen .....57
6.2.4	Invloed van Perceived Realism op romantische idealen .58
6.2.5	Regressie analyses van romantische idealen .....59
7.	Discussie.....66
7.1	Bespreking van de resultaten.....66
7.2	Limitaties en aanbevelingen .....73
8.	Besluit.....76
9.	Referentielijst .....78
10.	Appendix .....93

10.1	Tabellen .....	93
10.2	Figuren.....	95
10.3	Vragenlijst .....	96

## Lijst van tabellen

Tabel 1 Relatiegegevens bij mannen en vrouwen .....	45
Tabel 2 Gegevens rond relaties en seks bij jongvolwassenen .....	46
Tabel 3 Geslacht en gegevens rond relatie en seks.....	46
Tabel 4 Populariteit van genres bij jongvolwassenen.....	47
Tabel 5 Geslacht en Televisie kijkgedrag.....	48
Tabel 6 Populariteit van televisieprogramma's bij jongvolwassenen .....	49
Tabel 7 Populariteit van romantische films bij jongvolwassenen ....	50
Tabel 8 Populariteit van Disney films bij jongvolwassenen .....	51
Tabel 9 Verschillen in geloof in romantische idealen .....	52
Tabel 10 Geslacht en romantische idealen .....	53
Tabel 11 Perceived Realism bij jongvolwassenen.....	54
Tabel 12 Geslacht en perceived realism.....	54
Tabel 13 Regressie analyse bij 'liefde vindt een weg' .....	60
Tabel 14 Regressie analyse bij 'de ideale partner' .....	61
Tabel 15 Regressie analyse bij 'de ware' .....	62
Tabel 16 Regressie analyse bij 'liefde op het eerste zicht' .....	64
Tabel 17 Regressie analyse bij romantische idealen .....	65
Tabel 18 Correlatietabel .....	94

**Lijst van figuren**

Figuur 1 Factoranalyse Romantic Beliefs Scale .....	95
---	----



## 2. Voorwoord

Deze masterproef schrijven was voor mij de grootste academische uitdaging die ik ooit ben aangegaan en graag wil ik enkele mensen bedanken die mij hierbij hebben geholpen en gesteund.

In de eerste plaats zou ik graag mijn assessor E. Timmermans bedanken. Ik stond bij deze masterproef helemaal alleen en zij heeft gedurende het hele jaar klaar gestaan voor al mijn vragen en problemen. Het feit dat ze bijna het hele jaar in de Verenigde Staten vertoefde, heeft haar niet tegengehouden om altijd snel, diepgaand en uitgebreid in te gaan om de stukken die ik haar doorstuurde.

Daarnaast wil ik mijn ouders en grootouders bedanken die me de kans geven om in de best mogelijke omstandigheden te studeren en mij steunen bij elke stap die ik zet. Ik ben bijzonder dankbaar voor de kansen die ik van hen krijg. Vervolgens gaat er een woord van dank uit aan iedereen die mijn vragenlijst heeft ingevuld en aan mijn broers Jarno en Ferre die me geholpen hebben met het zoeken naar geschikte respondenten.

Ten slotte een woord van dank aan mijn vrienden met wie ik uren schrijfplezier heb beleefd in de bibliotheek. Ik wil hierbij Jente, Stijn, Wesley en Jonas expliciet bedanken. Ze vormden niet enkel een steun maar ook een uitlaatklep gedurende de moeilijke momenten.

Deze thesis draag ik op aan mijn grootvader en peter die recent is overleden. Ik hoop dat hij ergens nog een beetje fier kan zijn.

### 3. Inleiding

Worden romantische idealen gecreëerd door het kijken van Tv? Het is een vraag die heel wat communicatiewetenschappers zich stellen wanneer ze medestudenten horen vertellen over idealen als ‘liefde overwint alles’, ‘ik geloof in de ware’ en ‘liefde op het eerste zicht’. Is liefde en romantiek op televisie immers niet altijd bijzonder idealistisch? Geloven we niet allemaal dat wat op televisie getoond wordt een realistische afbeelding is? Worden deze romantische idealen dan ook niet in onze denkpatronen gepland door het kijken van televisie?

In deze masterthesis wordt onderzocht of de manier waarop romantische idealen op televisie worden getoond invloed hebben op de idealen die jongvolwassenen hebben. Op basis van een literatuurstudie, waarin romantische idealen en cultivatie grondig zullen worden bestudeerd, zullen hypotheses worden opgesteld die het fenomeen proberen te onderzoeken.

Vervolgens zal er een vragenlijst worden opgesteld die de aspecten uit de hypotheses tracht zo goed mogelijk te bevragen. Hieruit worden de resultaten gehaald die uitvoerig worden besproken en bediscussieerd. Ten slotte is er plaats voor de limieten van dit onderzoek en aanbevelingen voor verder onderzoek.

## 4. Literatuurstudie

### 4.1 *Romantische idealen*

Jongvolwassenen worden voortdurend geconfronteerd met liefde en romantiek. Liefde, romantiek en flirtgedrag staan centraal in het leven van deze leeftijdsgroep (Moore & Leung, 2001) en passionele liefde wordt enorm intens beleefd (Hatfield & Sprecher, 1986). Potentiële partners worden benaderd met in het achterhoofd romantische idealen (Sprecher & Metts, 1999). Deze romantische idealen zijn attitudes die men heeft ten opzichte van liefde en romantiek (Knox & Sporakowski, 1968). Het gaat hier dan ten eerste om gevoelens die mensen belangrijk vinden in een relatie, zoals onder andere passie en intimiteit (Fletcher & Kininmonth, 1992; Sternberg, 1997; Fletcher & Simpson, 1999; Segrin en Nabi, 2002). Ten tweede gaat het om liefdesidealen, zoals het geloof in liefde op het eerste zicht en *soul-mates* (Galician, 2007; Eidelson & Epstein, 1982; Sprecher & Metts, 1989; Knee, 1998). Deze romantische idealen spelen een rol in het liefdesleven van mensen, zoals bij de partnerkeuze, de relatie-evaluatie en het beëindigen van de relatie (Osborn, 2012; Sprecher & Metts, 1999).

Romantische idealen spelen binnen relaties zowel een sturende als een evaluerende rol (Fletcher, Simpson, Thomas & Giles, 1999). Een persoon kan immers bepaalde romantische idealen hebben terwijl die niet duidelijk aan bod komen in de relatie (Moore & Leung, 2001). Romantische overtuigingen zijn persoonlijk en volledig verschillend van de sociale normen die men heeft over koppels (Bejanya, Marshall & Ferenczi, 2014). Toch zijn jongeren het er wel in grote mate over eens dat liefde en romantiek de basis vormen voor langdurende relaties (Erikson, 1968). De ideeën die men heeft ten opzichte van liefde werken allereerst als een duidelijke aanwijzing voor de manier waarop iemand zich gedraagt ten opzichte van een huidige of toekomstige partner (Sprecher & Metts, 1989). Wanneer mensen een relatie hebben, kunnen romantische idealen ook een invloed hebben op de tevredenheid van deze relatie (Knee,

1998; Eidelson & Epstein, 1982). Mensen spiegelen hun algemene ideeën en verwachtingen van relaties aan de percepties van hun huidige relatie om te beoordelen of ze een goede of slechte relatie hebben (Fletcher, Simpson, Thomas & Giles, 1999). Ze linken dus de romantische idealen die ze hebben aan de mate waarin hun relatie lijkt op deze idealen. Vervolgens evalueren mensen hun huidige relatie door de voordelen van de relatie tegenover de nadelen te zetten. Wanneer de uitkomst hoger ligt dan de verwachtingen, vindt relatietevredenheid plaats (Winn, 2007).

Ten slotte zijn romantische idealen ook nog eens belangrijk bij het beëindigen van een relatie. Mensen die geloven in een *soul-mate* en ervan overtuigd zijn dat hun partner die *soul-mate* niet is, zetten sneller een punt achter hun relatie dan mensen die geloven dat liefde enige inspanning vereist (Franiuk, Cohen & Pomerantz, 2002).

Er zijn verschillende redenen om te geloven dat romantische idealen een belangrijk onderzoeksdomein betreft. Het hebben van een intieme relatie en de idealen die men hierover heeft, zijn van groot belang in het (liefdes)leven van mensen en verdienen volgens diverse onderzoekers meer aandacht (e.g., Milardo & Wellman, 1992; McAdams, 2001; Berscheid, 1994; Fletcher, Simpson, Thomas & Giles, 1999). Bovendien krijgen mensen een gigantische hoeveelheid informatie binnen met betrekking tot relaties. Dit gebeurt niet enkel via gebeurtenissen die men ziet bij de relaties van ouders, vrienden en familie, maar ook via de media (Fletcher, Simpson, Thomas & Giles, 1999). Er is echter weinig onderzoek gedaan naar hoe jonge volwassenen omgaan met deze informatie over romantiek (Bouchey, 2007). Omwille van het belang van de romantische idealen voor het liefdesleven van mensen, is het dus zeker belangrijk om te achterhalen welke idealen jongvolwassen met deze inputvormen.

Volgens het *Ideals Standards Model* van Fletcher en Simpson (2000) zijn romantische idealen op te delen in drie componenten: overtuigingen over de persoon in kwestie, overtuigingen over de partner en overtuigingen over de relatie. In dit onderzoek wordt er gefocust op de derde component, namelijk overtuigingen over relaties. Het gaat hierbij niet alleen over de relatie en het samenzijn op zich, maar over alles wat hierbij komt kijken. Meer bepaald

worden hiermee de liefdesidealen, liefdesverwachtingen en liefdesovertuigingen bedoeld (Fletcher & Simpson, 2000).

De derde component van romantische idealen volgens Fletcher en Simpson (2000) zijn de percepties over de relatie. In dit onderzoek wordt dat uitgebreid naar percepties over liefde in het algemeen. Hiermee wordt bedoeld wat liefde nu eigenlijk betekent, hoe deze kan ontstaan en in welke mate liefde verder verloopt. Meer bepaald is er een onderscheid te maken tussen enerzijds het geloof dat geliefden elkaar ontmoeten door het lot en dat wanneer deze voorbestemden elkaar gevonden hebben, liefde haar weg kan gaan. Anderzijds is er het geloof dat er inspanning nodig is om liefde te laten groeien en te laten blijven duren. Dit onderscheid wordt verder in deze studie uitgebreid omschreven door Knee (1998).

Fletcher en Simpson (2000) leggen de nadruk op liefdesovertuigingen en romantische idealen. Voorbeelden van deze idealen zijn het geloof in liefde op het eerste zicht, liefde overwint alles, ware liefde is voor altijd en er is niets zo belangrijk als liefde (Galician, 2007; Holland & Eisenhart, 1990; Weaver & Ganong, 2004). Deze idealen werden vaak onder verschillende noemers onderzocht. Dit leidde uiteindelijk tot de *Romantic Beliefs Scale* (Sprecher & Metts, 1999). Er zijn echter nog andere onderzoekers die de opdeling van idealen in twee categorieën in studies hebben beschreven. Zo onderscheidt Knee (1998) het geloof in het romantische lot en het geloof in de groei van een relatie. Een gelijkaardig onderscheid wordt gemaakt door Franiuk, Cohen en Pomerantz. Dit heeft geleid tot de *'Implicit Theories of Relationships Scale'* (Knee, 1998). De oorsprong en evolutie van beide schalen wordt hieronder verder beschreven.

In 1973 onderscheidden Lantz, Schmitt en Herman vijf dimensies in romantische liefde: idealisatie van de geliefde/partner (*idealization of the Loved one*), de ware/soul-mate (*the one and only*), liefde op het eerste zicht (*love at first sight*), liefde overwint alles (*love wins out over all*) en de verheerlijking van persoonlijke emoties (*glorification of personal emotions*).

De *Romantic Beliefs Scale* (Sprecher & Metts, 1989) bevat vier van deze liefdesidealen: 'liefde vindt een weg' (*'Love finds a way'*), 'de ware' (*'The one and only'*), 'de ideale partner' (*'idealization'*) en

‘liefde op het eerste zicht’ (*Love at first sight*). Sommige auteurs veranderen ‘liefde vindt een weg’ ook wel eens in ‘liefde overwint alles’ (*Love conquers all*). Beiden worden als synoniemen beschouwd.

#### 4.1.1 ‘Romantic Destiny’ en ‘Belief in growth’

De theorie van Knee kent haar wortels bij de *Implicit Theories*. Dit zijn kennisstructuren die bepaalde overtuigingen inhouden en gevormd worden op basis van herinneringen (Ross, 1989). Er is onderscheid tussen twee assumpties die mensen maken over persoonlijke eigenschappen. Ofwel geloven ze dat een eigenschap zoals intelligentie of moraliteit gedetermineerd is (*entity theory*), ofwel geloven ze dat een eigenschap kneedbaar is en kan veranderen, en ontwikkelen (*incremental theory*) (Dweck, Chiu & Hong, 1995).

Knee (1998) heeft deze theorieën doorgetrokken naar relaties. Hij maakt het onderscheid tussen mensen die geloven dat relaties ontstaan zijn door het lot (*romantic destiny*) en mensen die geloven dat relaties gekenmerkt worden door groei (*belief in growth*). Vervolgens beschrijft hij vijf algemene tendensen in het onderzoek die overeen komen met het lot: a) liefde overwint alles, b) ‘de ware’ bestaat voor iedereen, c) de geliefde voldoet aan iemands’ hoogste idealen, d) liefde kan toeslaan op het eerste zicht en e) volg het hart en niet het hoofd bij het kiezen van een partner (Knee, 1998, p. 361). Deze overtuigingen omtrent het romantische lot gelijken sterk op de schaal van Sprecher en Metts (1989).

Deze overtuigingen samen vormen het geloof in ‘het romantische lot’. Dit houdt het geloof in dat potentiële partners al dan niet gemaakt zijn voor elkaar. Een longitudinale studie van Knee (1998) bracht aan het licht dat de eerste indrukken van tevredenheid en verbondenheid belangrijk zijn voor het succes van een relatie. Indien deze indrukken positief zijn, leidt dit vaak tot een succesvolle relatie, terwijl negatieve indrukken vaak leiden tot het falen van een relatie. (Knee, 1998, p.367). Met andere woorden, wanneer deze mensen die sterk geloofden in het lot, van bij het begin tevreden waren, duurden

hun relaties behoorlijk lang, wanneer zij van bij het begin onvoldaan waren, eindigden hun relaties snel. Het geloof in het romantische lot was daarenboven ook geassocieerd met het nemen van verantwoordelijkheid bij het beëindigen van een relatie. Mensen die geloven in het romantische lot, hebben vermoedelijk een ideaalbeeld van liefde voor ogen. Ook de rol van relatietevredenheid lijkt hier dus belangrijk.

Naast het geloof in het romantische lot, spreekt Knee (1998) ook van *growth belief*, het geloof in 'groei'. Zowel het geloof in het romantische lot als het *growth belief* zijn manieren om te denken over het slagen van een relatie. Ze hanteren allebei een kijk op hoe een relatie hoort te zijn. Deze kijk is verschillend, maar niet tegenovergesteld. Wanneer een persoon hoog scoort op het ene geloof, zal hij/zij niet automatisch laag scoren op het andere geloof (Knee, 1998).

De theorie rond het *growth belief* stelt dat succesvolle relaties door obstakels sterker worden (Knee, 1998). Van een ideaalbeeld is er geen sprake. Hier is een relatie niet voorbestemd (het lot), maar wordt ze wel sterker doorheen de tijd. Het geloof in deze groei van een relatie, hangt overigens samen met het algemeen positief evalueren van deze relatie en het nemen van minder verantwoordelijkheid bij het beëindigen van een relatie. Indien er een eind komt aan deze relatie, waren mensen die hierin geloven wel sneller akkoord met de stelling dat de basis van de breuk reeds in het begin te vinden was (Knee, 1998). Een laatste voorbeeld van een mogelijk effect dat de overtuigingen omtrent liefde kunnen hebben, is dat het geloof in de groei van een relatie geassocieerd is met minder onenightstands tijdens de eerste maand van het studentenleven en met het daten van een bepaalde persoon voor een langere periode (Knee, 1998).

Een gelijkaardig onderscheid werd in 2002 gemaakt door Franiuk, Cohen en Pomerantz. Mensen die geloofden in een *soul-mate* werden vergeleken met mensen die geloofden dat liefde enige inspanning vereist. Deze overtuigingen waren ook op termijn zeer stabiel. Algemeen werd vastgesteld dat wanneer iemand vindt dat zijn/haar partner ideaal is, het geloof in een *soul-mate* positief is voor de relatie. Wanneer deze persoon dit echter niet denkt, is het geloof in

een *soul-mate* negatief voor de relatie (Franiuk, Cohen & Pomerantz, 2002). Mensen die geloven dat liefde enige inspanning vereist, voelen zich dus minder bedreigd bij het idee dat hun partner niet ideaal is (Franiuk, Cohen & Pomerantz, 2002). Zowel bij Franiuk, Cohen en Pomerantz (2002) als bij Knee (1998) wordt er een onderscheid gemaakt tussen liefde op een passieve manier (het lot, de *soul-mate*) en liefde op een actieve manier (liefde moet groeien, liefde vereist inspanning).

## 4.2 Voorspellende variabelen

### 4.2.1 Geslacht

Wanneer romantische idealen worden onderzocht, is het belangrijk om rekening te houden met variabelen die dit kunnen beïnvloeden. Eén van die variabelen is het geslacht. Zo wordt er in onderzoek op zoek gegaan naar de waarheid van de bekende stelling: “mannen komen van Mars, vrouwen van Venus” (Sprecher & Toro-Morn, 2002). Er werden aanwijzingen gevonden voor de stelling dat mannen en vrouwen stevig verschillen in bepaalde attitudes en geloofsovertuigingen betreffende romantische relaties (Hendrick & Hendrick, 1995). De populaire literatuur neigt er echter naar om deze verschillen te benadrukken en daarnaast is het achterliggend paradigma problematisch (Sprecher & Toro-Morn, 2002). Enkele onderzoeken weerlegden dus de grote verschillen tussen mannen en vrouwen en vonden geen wat betreft romantische overtuigingen (Sprecher, Aron, Hatfield, Cortese, Potapova & Levitskaya, 1994; Simmons, Kolke & Shimizu, 1986).

Er bestaat een breed verspreid idee dat vrouwen romantischer zijn en sneller verliefd worden dan mannen (Harrison & Shortall, 2011). Nochtans spreekt onderzoek dit al lange tijd tegen. Zo vond een studie van Knox en Sporakowski in 1968 dat mannen romantischer waren dan vrouwen. In 2001 concludeerden Fehr en Broughton dat de liefdesopvattingen bij vrouwen en mannen veel gelijkaardiger waren dan verondersteld en dat mannen ‘passie’ belangrijker leken te vinden binnen de relatie dan vrouwen (Fehr & Broughton, 2001).



Daarnaast toonde recenter onderzoek aan dat de voorkeur van mannen voor romantische films onderschat wordt (Harris, Hoekstra, Scott, Sanborn, Dodds & Brandenburg, 2004). Onlangs werd aangetoond dat mannen eerder dan vrouwen beweren verliefd te worden. Ze zouden dit overigens ook eerder uiten (Harrison & Shortall, 2011). Dit wordt bevestigd door ander onderzoek waarbij ook blijkt dat mannen gelukkiger zijn dan vrouwen wanneer ze voor het eerst een liefdesuiting ontvangen (Ackerman, Griskevicius & Li, 2011). Bilandzic en Busselle (2008) onderzochten de mate waarin mensen opgaan in een film. Het gaat hier dan om de unieke ervaring die ze hebben bij het zien van bepaalde verhalen. Ze vonden dat mannen meer opgingen in een romantische komedie dan vrouwen. De invloed van het opgaan in een romantische komedie op genre-consistente beoordelingen was positief. Dit impliceert dat mannen romantischer zijn ingesteld. Het lijkt dus een mythe dat vrouwen romantischer zijn dan mannen, het tegendeel lijkt volgens het zojuist vermelde onderzoek zelfs aannemelijker.

Zoals daarnet werd aangetoond, zijn er aanwijzingen uit onderzoek dat mannen romantischer zijn ingesteld dan vrouwen. Deze instelling is mogelijk het gevolg van het hebben van meer uitgesproken romantische idealen. Het is overigens mogelijk dat mannen deze romantische idealen meer hebben, omdat ze volgens divers onderzoek op bepaalde vlakken romantischer zijn ingesteld (Harrison & Shortall, 2011; Fehr & Broughton, 2001; Ackerman, Griskevicius & Li, 2011). Aanwijzingen voor deze stelling worden gegeven door Sprecher en Metts (1989) die vonden dat mannen meer dan vrouwen geloofden in onder meer liefde op het eerste zicht en liefde als de basis voor het huwelijk. Hierbij dient wel te worden vermeld dat romantiek niet enkel gerelateerd was aan gender, maar ook aan genderrollen. Daarmee worden de karaktertrekken die behoren tot mannelijkheid en vrouwelijkheid bedoeld.

***Hypothese 1: Mannen hebben meer uitgesproken romantische idealen en liefdesovertuigingen dan vrouwen.***

#### 4.2.2 Relatiestatus en liefdeservaring

**Relatiestatus.** Al uit vroeg onderzoek blijkt dat de relatiestatus zorgt voor verschillen op vlak van romantische idealen, dit werd later ook verschillende keren bevestigd (Franiuk, Cohen & Pomeratz, 2002; Fisher, 2015). Mannen in een relatie hebben een meer realistisch beeld van de liefde dan mannelijke vrijgezellen. Vanaf het moment dat ze een relatie starten, beginnen ze liefde niet langer te zien als alleen maar rozengeur en maneschijn maar begrijpen ze dat liefde ook verantwoordelijkheden met zich mee neemt. Een relatie is voor mannen de brug van romantiek naar realisme betreffende hun ideeën over liefde (Knox & Sparakowski, 1968). Dat wordt inderdaad bevestigd door het onderzoek van Montgomery en Sorell (1997) waaruit blijkt dat er heel wat significante verschillen zijn tussen vrijgezellen en getrouwde mensen betreffende het hebben van attitudes over liefde.

Recenter bleek dat het geloof in een *soul-mate* bij mensen die momenteel een relatie hebben niet hoger lag dan bij mensen die geen relatie hebben. Dit was echter wel het geval wanneer de romantische geloofsovertuigingen concreet werden toegepast op de huidige relatie (Franiuk, Cohen, Pomeratz, 2002). Wanneer er naar wordt gevraagd, kan de relatiestatus dus een effect hebben op romantische idealen. Sprecher en Metts (1999) beklemtonen het belang van relatietevredenheid bij de effecten die de relatiestatus kan hebben op romantische geloofsovertuigingen. Deze geloofsovertuigingen waren meer uitgesproken bij personen die meer tevreden waren over de relatie. De verschillen in idealen tussen vrijgezellen en mensen met een relatie is mogelijk het gevolg van druk en verantwoordelijkheid, maar het kan ook het gevolg zijn van ervaring (Knox & Sparakowski, 1968).

**Liefdeservaring:** De aandacht enkel richten op de huidige relatiestatus is niet voldoende om ervaring met relaties te bepalen (Segrin & Nabi, 2002). Een persoon die bijvoorbeeld zeer recent een einde maakte aan een relatie van vijf jaar kan gecategoriseerd worden als ‘single en niet op zoek’ terwijl deze persoon veel ervaring heeft met relaties (Segrin & Nabi, 2002). Terwijl de meeste theoretische benaderingen van romantische relaties de aandacht

vestigen op de rol en de relatie van de ouders – hier als controlevariabele gebruikt - spelen oude relaties ook een belangrijke rol in het scheppen van romantische verwachtingen (Connolly, Furnan & Konarski, 2000). Mogelijk zijn de effecten van wat mensen zien via vrienden, familie en media op hun romantische idealen sterker bij de mensen die geen directe ervaring hebben met romantische relaties (Lee, 1989).

Er zijn bovendien aanwijzingen te vinden voor de stelling dat vorige relaties een invloed hebben op verwachtingen en percepties van liefde en romantiek (Osborn, 2012). Ook Cann, Mangum en Wells (2001) vonden steun voor de veronderstelling dat overtuigingen betreffende romantische relaties van elkaar verschillen als resultaat van ervaringen. Knee (1998) suggereert ten slotte dat het geloof in het romantische lot meer aanwezig is wanneer een relatie begint, terwijl geloof in groei meer aanwezig is wanneer de relatie dient behouden te worden. Personen die al langer een relatie hebben, geloven meer in groei dan personen die nog niet lang een relatie hebben.

**Seksuele ervaring:** Ten slotte komt ook de seksuele ervaring van jongvolwassenen in dit onderzoek aan bod. Deze variabele zou een invloed kunnen hebben op romantische overtuigingen, hoewel er nog maar weinig onderzoek is dat deze thematiek behandeld heeft.

18-jarige studenten geven zich gemiddeld 4.05 op een schaal van 10 op vlak van seksuele ervaring, wat meestal het resultaat is van één of twee seksuele relaties. 43,04% van deze leeftijdsgroep is nog maagd. Volgens andere studies bleek wel dat de seksuele ervaring van jongvolwassenen invloed kan hebben op de tevredenheid (Harden, 2012), terwijl positieve seksuele ervaringen ook tot positieve overtuigingen rond liefde en relaties kan leiden (Metts, 2004). Bij 18-jarigen was er echter geen verband van seksuele ervaring op het geloven in romantische overtuigingen, al wordt dit toegeschreven aan de beperkte periode dat deze studenten een relatie hadden (Lippman, Ward & Seabrook, 2014).

Grello, Welsh en Harper (2006) stelden vast dat personen die regelmatig *casual sex* hebben, zeer weinig verwachtingen hebben van de toekomst met deze sekspartner. Meer dan de helft van de personen – zowel bij mannen als bij vrouwen – beschouwden de seks

als een eenmalige gebeurtenis en slechts een grote minderheid dacht dat de ontmoeting het begin van een romance kon worden. We verwachten dan ook dat mensen met meer seksuele ervaring er minder romantische overtuigingen op na houden.

***Hypothese 2: Er is een positief verband tussen relatietevredenheid en het geloven in de vier romantische idealen: (geloof in 'liefde vindt een weg', 'de ware', 'de ideale partner' en 'liefde op het eerste zicht').***

***Hypothese 3: Ervaring op liefdesvlak is negatief gecorreleerd met het geloven in de vier romantische idealen van de Romantic Beliefs Scale (Sprecher & Metts, 1989): (geloof in 'liefde vindt een weg', 'de ware', 'de ideale partner' en 'liefde op het eerste zicht').***

***Hypothese 4: Ervaring op liefdesvlak is positief gecorreleerd met het geloof in groei.***

***Hypothese 5: Er is een negatief verband tussen het hebben van seksuele ervaring en het geloven in de vier romantische idealen (geloof in 'liefde vindt een weg', 'de ware', 'de ideale partner' en 'liefde op het eerste zicht').***

#### 4.2.3 Relatiestatus ouders

Niet alleen de eigen relatiestatus, maar ook de relatiestatus van de ouders speelt mogelijk mee bij het vormen van liefdesidealen. Steinberg, Davila en Fincham (2006) halen aan dat de kwaliteit van de relaties van de ouders een invloed heeft op de romantische overtuigingen van jongeren. Zij benadrukken het belang van deze variabele omdat jongeren nog voor ze zelf betrokken zijn in serieuze relaties toch al verwachtingen opbouwen voor hun toekomstige liefdeslevens. Ook volgens het onderzoek van Rowland (2006) blijkt dat een scheiding van de ouders zorgt voor een directe impact op romantische overtuigingen. Niet alleen toonden de jongvolwassenen negatieve percepties ten opzichte van trouwen, ze toonden zich

eveneens meer open voor scheidingen. Ander onderzoek naar mogelijke effecten vond dat dochters van gescheiden ouders minder idealistisch waren op het vlak van romantische overtuigingen. Bij mannen was dit verschil er niet (Sprecher, Cate & Levin, 1998). Dit leidt tot volgende hypothese:

***Hypothese 6: Personen van wie de ouders gescheiden zijn, hebben minder uitgesproken romantische idealen (geloof in ‘liefde vindt een weg’, ‘de ware’, ‘de ideale partner’ en ‘liefde op het eerste zicht’) en een hoger growth belief.***

#### 4.3 *Cultivatietheorie als theoretisch kader*

##### 4.3.1 *Storytelling*

De kern van cultivatie ligt bij ‘*storytelling*’, het vertellen van verhalen. Het meeste van wat we weten of denken te weten hebben we immers nooit persoonlijk ervaren. We leven in een wereld opgetrokken door verhalen die we horen, zien en vertellen” (Gerbner, 1999, p. ix). Deze verhalen zijn dus bijzonder belangrijk binnen onderzoek over wat mensen denken en geloven. Verhalen geven immers een beeld van wat belangrijk, juist en rechtvaardig is. Gedurende een lange tijd werden verhalen *face to face* verspreid door middel van religie, gemeenschappelijke rituelen, mythologieën en metaforen (Gerbner & Gross, 1976). De industriële evolutie heeft alles veranderd. Door de opkomst van de drukkerij, de publicaties en massatransport ontstond het massapubliek. De tweede grote transformatie kwam er door de elektronische revolutie met de televisie voorop (Gerbner, 1999, p. x-xi). Televisie oogt bijzonder realistisch en werd zo één van de belangrijkste, zo niet de belangrijkste, verteller van verhalen. “Het vertelt het merendeel van de tijd het merendeel van de verhalen aan het merendeel van de mensen” (Shanahan & Morgan, 1999, p.13). Televisie is een essentieel onderdeel van ons dagelijks leven. “Haar drama, reclame,

nieuws en andere programma's brengen een relatief samenhangende wereld van gedeelde beelden en berichten in elk huis" (Gerbner, Gross, Morgan & Signorielli 1986, p.18).

#### 4.3.2. *Cultural Indicators Project*

Zoals net aangehaald waren de verhalen die aan mensen worden verteld lange tijd zelf gemaakt, terwijl ze nu het resultaat zijn van een complex marketingproces. Het culturele aspect wordt niet langer beheerd door staat en kerk, maar door staat en televisie. Deze situatie dient onderzocht te worden en dat is exact wat het '*Cultural Indicators Project*' tracht te doen (Gerbner, 1998). Dit project bestaat sinds 1967 en onderzoekt de gevolgen van het opgroeien met televisie sinds 1974 (Gerbner, 1998).

De eerste studies hielden zich voornamelijk bezig met Tv-geweld en de gevolgen hiervan. Later volgde er een grotere verscheidenheid aan onderwerpen (Bryant & Zillman, 2002). Er werd onderzocht in welke mate televisie kijken bijdraagt tot acties en ideeën van het publiek op gebied van geslacht, minderheidsgroepen, leeftijdsstereotypen, gezondheid, wetenschap, familie, educatie, politiek, religie en nog vele andere onderwerpen (Gerbner, 1998).

Het *Cultural Indicators Project* bestond uit een driedelige onderzoeksstrategie. Allereerst werd in de '*institutional process analysis*' het beleid van de mediastroom onderzocht. Vervolgens werd een '*message system analysis*' gebruikt om de meest stabiele, alomtegenwoordige en terugkerende afbeeldingen in media inhoud op te sporen (Gerbner, 1973). De derde en laatste stap was de '*cultivation analysis*'. Hier onderzocht men de antwoorden op vragen over de televisiewereld, afhankelijk van de hoeveelheid blootstelling aan televisie. (Gerbner, 1973). Deze cultivatie-analyse concentreerde zich op de langdurige en gemeenschappelijke gevolgen van opgroeien en leven met televisie: de cultivatie van stabiele, weerbare en breed verspreide assumpties, beelden en opvattingen die door het medium gecreëerd werden (Gerbner, Gross, Morgan & Signorielli, 1986).

Dit *Cultural Indicators Project* stond uiteindelijk aan de basis voor de cultivatie theorie. Gerbner bedacht deze theorie om ons te helpen met het begrijpen van de gevolgen die het opgroeien in een wereld gedomineerd door televisie met zich meeneemt (Morgan, Shanahan & Signorielli).

### 4.3.3 *Cultivatietheorie*

De cultivatietheorie stelt dat televisie specifieke en meetbare bijdrages levert aan het beeld dat kijkers hebben van de sociale realiteit (Gerbner, Gross, Morgan & Signorielli, 1980). De cultivatietheorie gaat er van uit dat hoe meer een persoon televisie kijkt, hoe groter de kans is dat diens beeld van de realiteit een afspiegeling is van wat getoond wordt op Tv. Met andere woorden: veel televisie kijken beïnvloedt de percepties van kijkers zodat deze dichter aanleunen bij ‘de realiteit’ van de televisiewereld (Shrum, Thomas, O’Guinn, Semenik & Faber, 1991). Veel blootstelling aan televisie kan vervolgens leiden tot een volledig verschillende perceptie van de realiteit (Cohen & Weimann, 2000). Bijzonder belangrijk binnen de cultivatietheorie is het gegeven dat televisiedrama een specifieke stijl van representatief realisme uitzendt. Dit is de vorm van het vertellen van verhalen waarbij de luisteraar of kijker ervan overtuigd raakt dat, indien aan bepaalde assumpties wordt voldaan, de evenementen echt zouden kunnen gebeuren in de realiteit. Uiteraard weten de meeste kijkers dat ze naar fictie aan het kijken zijn, maar ze verwachten dat wat gebeurt in de achtergrond realistisch is (Shanahan & Morgan, 1999, p.21-22).

De meeste voorbeelden van onderzoeken over cultivatie gaan zoals eerder gesteld over effecten van gewelddadige inhoud op de schrik van de kijkers. Het kijken van gewelddadige inhoud zorgde voor meer angst voor misdaad en hogere schattingen van het voorkomen van geweld in de realiteit (Eschholz, Chiricos & Gertz, 2003; Van den Bulck, 2004; Riddle, 2010). Het kijken van medische televisiedrama’s zorgde voor het overschatten van de overlevingskansen na reanimatie in het ziekenhuis (Van den Bulck, 2002).

#### 4.3.4 Het medium televisie

Televisie is een evidentie geworden. Hoe langer we leven met televisie, hoe meer onzichtbaar het wordt. Terwijl het aantal mensen dat nooit zonder televisie hebben geleefd alsmäär stijgt, wordt het medium steeds meer gezien als een vanzelfsprekend middel, een meubelstuk, een lid van de familie (Gerbner, Gross, Morgan & Signorielli 1986). Novak stelde in de jaren '80 vast dat mensen naast werken en slapen de meeste tijd spendeerden aan televisie. De titel van zijn artikel stelt dan ook suggestief: "*Television shapes the soul*" (Novak, 1986). Ook in de jaren '90 bleef televisie bijzonder aanwezig in Amerikaanse gezinnen (Gerbner, 1998).

Dat televisie ook vandaag nog steeds een belangrijk medium is, blijkt uit een Amerikaans rapport. Anno 2013 keek 32,5% van de studenten meer dan drie uur per dag televisie. Het aantal studenten dat meer dan drie uur per dag kijkt, neemt lichtjes af doorheen de studentenjaren, van 34,9% naar 31,3%. Sinds 1999 heeft er wel een terugval plaatsgevonden met betrekking tot studenten die 3 uur of meer per dag Tv kijken: van 42,8% naar 32,5%. De laatste jaren heeft de terugval zich echter gestabiliseerd (U.S. Departement of Health and Human Services, 2014).

Sinds het begin van de 21<sup>ste</sup> eeuw heeft er niet enkel een terugval van televisiegebruik plaatsgevonden, het gebruik is ook volledig veranderd. Aan het eind van de 20<sup>ste</sup> eeuw werden er enkele eigenschappen van televisie opgesteld waarmee cultivatie onderzoek rekening moest houden. Deze eigenschappen zijn intussen volledig achterhaald. Zo werd er allereerst gesteld dat de totale blootstelling aan televisie voor de meeste mensen het grootste deel van het mediagebruik in beslag neemt (Shanahan & Morgan, 1999). Het tweede punt van Shanahan en Morgen (1999) was dat de blootstelling aan televisie begint nog voor we de meeste andere media voor het eerst gebruiken. Televisie was ten derde meer beschikbaar en toegankelijk dan de meeste andere media (Shanahan & Morgan, 1999). Ten slotte werd gesteld dat televisie verschilde



van andere media in haar gecentraliseerde massaproductie (Shanahan & Morgan, 1999). Televisie is uniek in het brengen van drama en nieuws en wordt bovendien non-selectief bekeken op basis van het tijdstip (Gerbner, Gross, Signorielli & Morgan, 1976). Ook dit startpunt lijkt achterhaald te zijn.

Er heeft een overgang in televisiegebruik plaatsgevonden van een gedeelde activiteit naar een meer individualistische beoefening. Dit is het gevolg van de veranderingen die geassocieerd zijn met de invoering van digitale technologieën (Whitehouse-Hart, 2013). De afgelopen jaren was er een revolutie in de televisiewereld door de ontwikkeling van opname-replay technologieën zoals de DVD en de digitale televisie. Het belangrijkste gevolg was een groei van programmakeuze en de mogelijkheid om persoonlijk te navigeren doorheen het zenderaanbod over verschillende technologische platformen heen. Dit liet kijkers toe om de televisie te gebruiken om programma's en films te kijken *on demand*. Dat was vroeger compleet ondenkbaar (Whitehouse-Hart, 2013). Ook Klinger (2006) haalt deze evolutie aan en voegt daaraan ook de opkomst van homecinema, satelliettelevisie en *pay-per-view* toe. Daarnaast is het door het binnendringen van *streaming video players* en andere internettechnologieën zoals downloadsites in de consumentenmarkt mogelijk om films en andere media via het internet te kijken. Kijkers hangen dus niet langer vast aan de films die een Tv-zender uitzendt, ze kunnen deze ook gewoon van het internet halen. Dit is niet enkel zeer gemakkelijk uit te voeren, maar ook zeer aantrekkelijk (Klinger, 2006). Het gevolg is dat cinema een deel is geworden van thuisentertainment. In de Verenigde Staten zien kijkers al twee decennia lang meer films thuis dan in de bioscoop en in andere landen wordt cinema meer geassocieerd met televisie dan met grote schermen (Klinger, 2006).

Deze veranderingen in televisiegebruik hebben natuurlijk ook gevolgen in cultivatie onderzoek. Zo is de opkomst van het internet allicht één van de redenen dat er minder Tv wordt gekeken (Norman, 2001). Cultivatie onderzoek richt zich dus steeds meer op het internet (Fortner & Fackler, 2014). Ook is er de opkomst van een tweede scherm terwijl er televisie wordt gekeken. Het gaat dan om bijvoorbeeld een tablet of een smartphone. Dit zorgt voor een unieke

Tv ervaring met tal van extra mogelijkheden zoals het oproepen van de programmagids of het online aanraden van programma's (Cesar, Bulterman & Jansen, 2008). Ten slotte is er ook de overgang van het kijken van televisie op een Tv-scherm naar het kijken van televisie op een computerscherm. Het voordeel is hier de mogelijkheid tot multitasking (Brasel & Gips, 2011). Het kijken van televisie als een digitaal bestand op een computer is verschillend door de aanwezigheid van alle andere geopende vensters (Brooker, 2009). Omwille van deze reden heeft cultivatie onderzoek het steeds meer over 'screen media' in plaats van over enkel en alleen televisie (Lippman, Ward & Seabrook, 2014).

#### *4.4 De invloed van televisiegebruik op romantische idealen*

##### *4.4.1 Inleiding*

De centrale vraag van deze studie is of er een relatie is tussen televisiegebruik en romantische idealen en wat deze relatie concreet inhoudt. Er is in ieder geval voldoende onderzoek gedaan om een relatie te verwachten. Bij de eerste onderzoeken binnen dit domein werd er vaak gekeken naar de waarden van het huwelijk. In 1980 werd er bij 200 adolescenten onderzoek gedaan naar hun verwachtingen van hun (liefdes)leven. Er werd een positieve relatie gevonden tussen Tv-kijken en de waarde die ze gaven aan het huwelijk (Morgan & Harr-Mazar, 1980). Bachen en Illouz (1996) toonden vervolgens aan dat kinderen tussen 8 en 17 al snel een romantische fantasie hebben die gevormd is door de media en de consumentenmarkt die zich focust op producten rond liefde en romantiek. Hoewel jongeren romantiek zien als een onschuldige fenomeen dat in het echte leven niet zo nadrukkelijk aanwezig is, kunnen bij hen toch romantische gevoelens, overtuigingen en gedragingen gecultiveerd worden door de televisie (Ward 2002; Eggermont, 2004). Daarnaast zijn er een reeks onderzoeken die bevestigen dat televisie bepaalde idealen, verwachtingen en geloofsovertuigingen rond liefde en romantiek kan cultiveren. Zo is het kijken van televisie gerelateerd aan het idee bij adolescenten dat

een romantische partner aantrekkelijk moet zijn en een leuke persoonlijkheid moet hebben (Eggermont, 2004). Er werd ook een associatie gevonden tussen de voorkeur voor romantische media en romantische geloofsovertuigingen (Holmes, 2007). Ten slotte is ook gebleken dat personen die sterk onrealistische overtuigingen hadden over intieme relaties, meer waren blootgesteld aan populaire, romantische media (Shapiro & Kroeger, 1991).

Hoe mensen denken over liefde, romantiek en relaties wordt dus vaak beïnvloed door onrealistische afbeeldingen van liefde en romantiek op televisie (Abowitz, Knox, Zusman & McNeely, 2009; Osborn, 2012). Dit effect is volgens diverse onderzoeken sterker bij jongvolwassenen dan bij volwassenen (Segrin & Nabi, 2002; Cohen & Weimann, 2000). Niet iedereen wordt echter beïnvloed door televisie. Sommige volwassen personen geloven niet dat de manier waarop romantiek en liefde wordt afgebeeld in verhalen en films bestaat in het echte leven (Brown, Steele & Walsh-Childers, 2011). De variabelen die bepalen of deze onrealistische afbeeldingen van romantiek en liefde al dan niet worden gecultiveerd, zullen in deze studie onderzocht worden.

Het onderzoek naar de relatie tussen televisiegebruik en romantische idealen loopt al meer dan dertig jaar. In de vroege jaren '90 werd gesteld dat televisie de meest voorkomende en doordringende bron kan zijn van meningen en acties gerelateerd aan relaties voor brede lagen van de samenleving (Signorielli, 1991). In hetzelfde jaar stelden Harrington en Bielby (1991) dat het romantische genre aantoont wat liefde in dit tijdperk betekent, terwijl het de typische idealen van traditionele liefde, meer bepaald de levenslange binding en zelfopoffering, weigert op te geven. Het cultivatie onderzoek met betrekking tot romantische inhoud onderzoekt al van bij het begin vaak het verband tussen Tv kijken en overtuigingen over een specifieke vorm van een relatie, namelijk het huwelijk. Zo werd in 1981 reeds aangetoond dat vaste kijkers van soaps veel meer geloofden dat huwelijken fragiel zijn (Buerkel-Rothfuss & Mayes, 1981). Andere onderzoekers spraken dit tegen en stelden het tegendeel. Zo concludeerde Signorielli (1991) in een onderzoek bij studenten dat Tv kijken juist zorgde voor een grotere uiting van de kans te trouwen en kinderen te krijgen. Opvallend bij

dit onderzoek is dat er ook een positieve relatie werd gevonden tussen Tv kijken en het uiten van twijfel over het huwelijk als levensstijl. Deze resultaten zijn paradoxaal en tonen aan hoe mensen ambivalent denken over het huwelijk.

De meeste studies rond cultivatie van liefdesidealen tonen echter slechts zeer matige en zelfs kleine effecten aan (Segrin & Nabi, 2002). Cohen en Weimann (2000) claimen dat dit niet leidt tot het verwerpen van de cultivatietheorie, maar wel tot een meer gesofisticeerde conceptualisatie van het proces en de bijhorende variabelen. Hun bevindingen suggereren dat significante cultivatie effecten kunnen gevonden worden wanneer de hoeveelheid kijken wordt gecombineerd met toewijding, wat enkel plaatsvindt wanneer het gaat om het kijken van een specifiek genre.

#### *4.4.2 Genre-specifieke cultivatie*

Cultivatie effecten zouden vooral sterk zijn, wanneer bepaalde risicogroepen zijn betrokken (Cohen & Weimann, 2000). Binnen de thematiek van 'romantische idealen' kan het dus nuttig zijn om te kijken naar het onderscheid tussen televisie kijken in het algemeen en het kijken van specifieke programma's. Er is namelijk een verschil tussen verschillende programma's in de manier waarop mannen en vrouwen in relaties worden afgebeeld (Signorielli, 1982; Signorielli, 1991). Segrin en Nabi (2002) vonden dat Tv kijken in het algemeen geen goede voorspeller is van idealistische verwachtingen van het huwelijk en intenties om te trouwen. Ze vonden echter wel dat specifieke Tv-genres een goede voorspeller kunnen zijn. Daarmee bedoelen ze Tv programma's die gefocust zijn op huwelijk en hechte relaties zoals romantische komedies en soaps/series (Segrin & Nabi, 2002). Ook Straub (2006) concludeerde dat algemeen televisie kijken geen percepties over romantiek en huwelijk kan voorspellen, terwijl het romantische genre van televisieprogramma's wel een rol spelen in het voorspellen van romantische percepties.

Studies tussen 1991 en 2007 die hierop volgden vonden een associatie tussen de voorkeur voor op romantiek georiënteerde media

en meer romantische idealen (Shapiro & Kroeger, 1991; Holmes, 2007) alsook hogere verwachtingen (Segrin & Nabi, 2002). Haferkamp (1999) vond gelijkaardige resultaten: veel naar soaps kijken was geassocieerd met hogere partnerverwachtingen. Ook in recente literatuur is er sprake van een verband: Hefner en Wilson (2013) vonden een verband tussen het bekijken van een romantische komedie en de bevestiging van romantische idealen, meer bepaald de bevestiging van de idealisering van de andere.

Recent gingen Lippman, Ward en Seabrook (2014) dieper in op de verschillende romantische genres. Ze vonden dat blootstelling aan films in het (semi-)romantische genre geassocieerd was met een sterker geloof in ‘liefde vindt een weg’. Blootstelling aan *reality* Tv rond huwelijken en trouwen was geassocieerd met een sterk geloof in ‘de ideale partner’ en ‘liefde op het eerste zicht’ en blootstelling aan *sitcoms* was geassocieerd met een zwakker geloof in ‘*de ideale partner*’ en ‘*de ware*’. Er werd dan ook geconcludeerd dat het belangrijk is om specifieke genre metingen te gebruiken in studies rond romantische media.

Bilandzic en Busselle (2008) gingen dieper in op het specifieke genre “de romantische komedie”. Zij vonden dat de aanwezigheid van genre-consistente overtuigingen die al aanwezig zijn voor de blootstelling, de transportatie van deze overtuigingen vergemakkelijken. Deze transportatie was niet consistent gerelateerd met stijgingen in genre-gerelateerde oordelen na één enkele blootstellingen. Binnen het genre van de romantische komedie was de belangrijkste voorspeller voor het opgaan in de film ‘regelmatige blootstelling’ (Bilandzic & Busselle, 2008). Dat veel mensen regelmatig worden blootgesteld aan romantische films, blijkt uit het onderzoek van Hall (2005). Zij vond dat onder de filmgenres, de romantische komedies het hoogst gemiddelde kijkersaantal had.

#### 4.4.3 Romantische fictie

Het lijkt dat romantische fictie wel degelijk een groot aantal romantische idealen bevat. De aanwezigheid van twee personages die voor elkaar gemaakt lijken te zijn, wordt door Winn (2007)

bijvoorbeeld gezien als één van de meest voorkomende elementen in romantische films. Er is ook vaak sprake van liefde op het eerste zicht. Volgens Rios en Reyes zelfs te veel, waardoor mensen dit in de realiteit ook verwachten (2007). Baxter (2014) komt tot een gelijkaardige conclusie, hij stelt dat personages in liefdesverhalen doorgaans al beginnen met het zoeken van mogelijk verwantschap bij de eerste ontmoeting. Bij een studie over de films van Eric Rohmer, vond ook Tortajada (2004) dat de eerste ontmoeting een belangrijke rol speelt. Rohmer confronteert hier de personages met de stereotype van liefde en verleiding. De eerste ontmoeting kan bijvoorbeeld refereren naar liefde op het eerste zicht. Ook de vermelding van een speciale relatie of een *soul-mate* is regelmatig aanwezig in romantische films (Johnson & Holmes, 2009). Tyree bespreekt in 'Slumdog Millionaire' (2008) een ander aspect van romantische idealen, namelijk de aanwezigheid van 'liefde overwint alles.' Johnson en Holmes (2009) voerden een inhoudsanalyse uit op 40 romantische komedies en kwamen tot de conclusie dat romantische films vertellen over zowel nieuwe als langdurende relaties. De relaties in de films zijn nieuw en spannend, maar tegelijkertijd ook belangrijk en betekenisvol (Johnson & Holmes, 2009). In dit onderzoek ging het om de 40 films die het meeste opbrachten binnen dit genre, maar er werd wel alleen maar rekening gehouden met films van de zes grootste studio's van Hollywood.

Romantische idealen en uitdagingen zijn volgens Hefner en Wilson (2013) gewoonweg alom aanwezig in romantische komedies. Zij vonden in hun onderzoek dat veel uitspraken in romantische films vallen in te delen onder de vier verschillende geloofsovertuigingen die de Romantic Beliefs Scale opstelt. Zo zijn er uitspraken uit Hitch (2005), Runaway Bride (1999) en Fever Pitch (2005) die vallen onder 'De ware' / '*Soul-mate*'. Quotes uit Made of Honor (2008) en Rumor Has It (2005) vallen onder de noemer 'de ideale partner. In Shakespeare in Love (1998) en Notting Hill (1999) zijn er kenmerken van 'Liefde overwint alles' terug te vinden en een voorbeeld van 'Liefde op het eerste zicht' is er in 27 dresses (2008) (Hefner & Wilson, 2013). In dit onderzoek werden de 52 films in het genre van de romantische komedie die het meest opbrachten in het laatste decennium bestudeerd. Romantische idealen zijn dus terug te

vinden in romantische films. De invloed van romantische films op romantische idealen is één van de genres die onderzocht zullen worden, maar ook romantische Tv-series zullen in deze studie aan bod komen.

In sommige onderzoeken wordt er een onderscheid gemaakt tussen de twee belangrijkste vormen van romantische fictie: romantische komedies en romantische drama's (Dowd & Pallotta, 2000). Beide genres kunnen zowel betrekking hebben op films als op televisieseries. Het is niet altijd duidelijk tot welk genre een film behoort, zo zijn er bepaalde films die kenmerken van beide genres bevatten (Dowd & Pallotta, 2000). Verder is het moeilijk om beiden te onderscheiden omdat nagenoeg elke film komische en romantische elementen bevat (McDonald, 2007).

**Romantische drama's:** Er waren lange tijd meer romantische drama's dan romantische komedies, maar hier is de laatste decennia verandering in gekomen. Romantische drama's gaan vaak over onmogelijke liefdes met weinig succes (Dowd & Pallotta, 2000). Ook romantische dramaseries op televisie worden beschreven als programma's die de nadruk plaatsen op romantische relaties en dating (Rivadeneira & Lebo, 2008).

**Romantische komedies:** Romantische komedies behoren tot de meest duurzame films in de geschiedenis en brengen bijzonder veel geld op. De laatste drie decennia werden er steeds meer *romcom's* op de markt gebracht (Kaklamanidou, 2013). Het verhaal draait om een ontmoeting tussen twee geliefden die vervolgens van elkaar gescheiden worden maar aan het eind van het verhaal op romantische wijze worden herenigd als koppel (Dowd & Pallotta, 2000). Ook McDonald (2007) beschrijft de romantische komedie als een verhaal van "jongen ontmoet meisje, jongen verliest meisje, jongen wint meisje terug".

**Disney Films:** Een speciaal luik van dit onderzoek zijn de Disney films. De kindertijd is een belangrijke periode is bij het vormen van (romantische) overtuigingen. De hoeveelheid televisie die kinderen kijken tijdens de periode dat ze in de basisschool zitten, voorspellen overtuigingen. Dit is niet het geval bij de hoeveelheid televisie die ze kijken op de middelbare school (Riddle, 2010). In Disney films zitten heel wat romantische idealen 'verborgen'. Zo bleek dat in 78,3% van

de Disney films ‘liefde op het eerste zicht’ aan bod komt (Tanner, Haddock, Zimmerman & Lund, 2003; Hefner, 2011). Soms vallen ze werkelijk meteen voor elkaar ondanks bepaalde verschillen (De Kleine Zeemeermin, Pocahontas) terwijl er in sommige Disney films toch een zekere tijd is vooraleer de liefde toeslaat (De Aristokatten, De Leeuwenkoning). In andere Disney films wordt getoond hoe de geliefden verliefd worden, trouwen en voor altijd gelukkig verder leven (Sneeuwwitje). Het komt er gewoonweg op neer dat wanneer een man en een vrouw elkaar ontmoeten in een Disney film, zij bijna altijd verliefd worden (Tanner, Haddock, Zimmerman & Lund, 2003). Disney films zitten dus vol romantische idealen. Mogelijk hebben personen die over de jaren heen vaker blootgesteld waren aan Disney films meer uitgesproken romantische idealen dan personen die minder vaak Disney films keken.

***Hypothese 7: Er is een negatief verband tussen het kijken van romantische drama's en het geloven in romantische idealen ('liefde vindt een weg', 'de ware', 'de ideale partner' en 'liefde op het eerste zicht').***

***Hypothese 8: Er is een positief verband tussen het kijken van romantische komedies en het geloven in de vier romantische idealen ('liefde vindt een weg', 'de ware', 'de ideale partner' en 'liefde op het eerste zicht').***

***Hypothese 9: Er is een positief verband tussen veel blootstelling aan Disney films in de kindertijd en het geloven in de vier romantische idealen ('liefde vindt een weg', 'de ware', 'de ideale partner' en 'liefde op het eerste zicht').***

#### 4.4.4 Reality Dating Tv

Zonet werd romantische televisie behandeld. Een tweede luik van deze studie is *reality dating* Tv. Dit is een relatief nieuw subgenre dat zich focust op de ongeleide interacties tussen echte mensen.



Sommige *reality* programma's zijn in een spelvorm gegoten (bv. idool), terwijl andere programma's draaien rond *dating* (bv. Boer zkt Vrouw). Daarnaast zijn er ook nog *reality* programma's die een realistisch beeld willen geven van het leven van andere mensen (Ward & Carlson, 2013). Een groot deel van *reality* programma's draaien dus rond dating, liefde en romantiek. In de Engelstalige literatuur gaan studies binnen dit thema meestal over 'The Bachelor' (e.g. Andrejevic, 2004; Cloud, 2010). Rivadeneyra en Lebo (2008) beschrijven *reality dating* programma's zoals The Bachelor als programma's die gerelateerd zijn aan het houden van meer genderstereotype rollen in dating situaties. Het plot van dit type programma houdt vaak datingwedstrijden in waarin de kijkers kunnen kijken naar het volledige datingproces dat vaak traditionele datingrollen inhoudt.

Kan *reality dating* Tv een invloed hebben op percepties van mensen? Het is in elk geval zo dat de vrouwen in *reality dating* programma's steeds in verband worden gebracht met romantiek, familie en vrienden. Mannelijke karakters daarentegen worden vaker opgevoerd in werk-gerelateerde rollen (Lauzen, Dozier & Horan, 2008). Rivadeneyra en Lebo (2008) vonden bij studenten alvast een relatie tussen het kijken van *reality dating* programma's zoals 'The Bachelor' en het al dan niet hebben van meer traditionele overtuigingen betreffende genderrollen en dating. (Rivadeneyra & Lebo, 2008). Daarnaast zorgden dergelijke programma's ervoor dat bepaalde onrealistische ideeën zoals 'we hebben liefde nodig en wel nu' vereeuwigd worden (Galician, 2007). Niet enkel onrealistische ideeën worden door deze programma's gecultiveerd, ook traditionele genderovertuigingen zoals 'mannen worden gedreven door seks' en 'vrouwen zijn seksuele objecten' lijken door *reality dating* Tv te worden gecultiveerd (Ward, 2002; Zurbriggen & Morgan, 2006). Dit laatste zou vooral plaatsvinden bij jonge mannen die meer naar dit type televisie kijken. Zij beschouwden dit type televisie verder ook als realistischer (Ferris, Smith, Greenberg & Smith, 2007).

Het lijkt dus duidelijk dat *reality dating* Programma's traditionele overtuigingen over dating en gender kunnen cultiveren. Er is echter nog maar weinig onderzoek gedaan naar de invloed van deze *reality dating* programma's op romantische idealen. Daarom zal in dit

onderzoek gekeken worden of er een invloed is van het kijken van *reality dating* programma's op romantische overtuigingen. Eerder onderzoek heeft immers ook al aangetoond dat traditionele genderovertuigingen samenhangen met romantische idealen (Peplau, Hill & Rubin, 1993). Door de aanwezigheid van romantische inhoud in deze programma's, verwachten we dat deze inhoud ook invloed heeft op romantische idealen. Lippman, Seabrook en Ward (2014) stelden dat 'liefde op het eerst zicht' één van de meest voorkomende gegevens is in *reality dating* programma's die gebaseerd zijn op relaties. Vervolgens vonden ze ook dat blootstelling aan deze programma's effectief zorgde voor het meer geloven in liefde op het eerste zicht. Er was overigens ook een positieve associatie tussen het geloof in 'de ideale partner' en blootstelling aan dit soort *reality dating* programma's.

***Hypothese 10: Er is een positief verband tussen kijken naar reality dating programma's en het geloven in de vier romantische idealen ('liefde vindt een weg', 'de ideale partner', 'de ware' en 'liefde op het eerste zicht').***

#### 4.5 *Perceived Realism*

*Perceived Realism* (i.e., de mate waarin de televisiekijker een programma als 'realistisch' ervaart) is eveneens een televisieproces dat een invloed kan hebben op de relatie tussen blootstelling aan bepaalde televisie inhoud en liefdesidealen. *Perceived Realism* is meer bepaald de mate waarin mensen geloven dat wat zij lezen, zien en ervaren in de media (zoals op televisie) representatief is voor het 'echte leven' (Anderson, 2005). Dit kan bijvoorbeeld belangrijk zijn omdat het een invloed heeft op het kijkplezier (Bilandzic & Busselle, 2011). *Perceived realism* is ook een belangrijke eigenschap van storytelling (Cho, Shen & Wilson, 2014). Deze eigenschap kan echter worden verstoord door bijvoorbeeld omgevingsgeluid, maar ook door het verhaal zelf. Er kan bijvoorbeeld inconsistentie zijn met de actualiteit of er kunnen tegenstellingen in het verhaal zelf zitten (Bilandzic & Busselle, 2011). Uit onderzoek van Chock (2011) is

gebleken dat *perceived realism* stijgt wanneer de blootstelling aan media groter is. De invloed van seksuele ervaring en relatiestatus op *perceived realism* waren niet significant.

Osborn (2012) vond dat het geloof dat televisie in het romantische genre ‘realistisch’ is (*perceived realism*) een sterkere voorspeller is voor de verwachtingen die mensen hebben van relaties. Dit was zelfs een betere voorspeller dan het aantal uren blootstelling aan programma’s met romantische inhoud. Rivadeneyra en Lebo (2008) vonden dat het geloof dat niet-romantische televisiedrama’s realistisch waren, gerelateerd is aan het hebben van minder traditionele liefdes- en datinggewoonten. Eerder vonden Rivadeneyra en Ward (2005) ook bij studenten van Mexicaanse afkomst dat vrouwen die meer televisie keken en het als realistischer beschouwden, meer traditionele genderattitudes hadden. Het hebben van traditionele attitudes over gender, zou mogelijk verwant kunnen zijn met het hebben van bepaalde liefdesidealen. Dit is exact wat Peplau, Hill en Rubin (1993) aantoonde: traditionele genderattitudes waren gecorreleerd met romantische overtuigingen, al was dit enkel significant voor mannen.

Lippman, Ward en Seabrook (2014) gingen op zoek naar de mogelijke relatie tussen *perceived realism* en romantische overtuigingen en vonden ook dat deze positief met elkaar waren geassocieerd. Dit was zelfs het geval bij elk van de vier specifiek romantische overtuigingen van Sprecher en Metts (1999). Een mogelijke verklaring voor deze associaties is dat *perceived realism* mediavorbeelden van romantiek meer toegankelijk maakt, wat er uiteindelijk voor zorgt dat mensen deze ideale afbeeldingen ook sneller gaan overnemen (Lippman, Ward & Seabrook, 2014).

***Hypothese 11: Perceived Realism is positief gecorreleerd met het geloven in de vier romantische idealen (‘liefde vindt een weg’, ‘de ware’, ‘de ideale partner’ en ‘liefde op het eerste zicht’).***

#### 4.6 *Binge Watching*

De hoeveelheid Tv-kijken kan beïnvloed worden door bepaalde specifieke kijkpatronen. Een goed voorbeeld hiervan is de opkomst van cult-televisie en het fenomeen van *binge watching*, ook wel eens *binge viewing* genoemd. Cult-televisie wordt gekenmerkt door de specifieke aandacht van de fans. Deze vormen een (online) gemeenschap waarin er wordt gediscussieerd over de inhoud en de personages van een programma. Bovendien bestaan er blogs, boeken, forums die bij het programma horen (Brooker, 2009). Dit is typisch cult-televisie dat gekenmerkt wordt door dergelijke vormen van onderdompeling die ervoor zorgen dat de serie blijft bestaan buiten het kijken van het programma zelf. Het programma wordt dan bijvoorbeeld deel van een marktstrategie waarbij het programma in andere vormen te koop wordt aangeboden (Hanna, 2014). Voorbeelden van cult-televisie zijn ‘Lost’ (Brooker, 2009), ‘Star Trek’, ‘X-files’ (Jones, 2002) en the Prisoner (Hanna, 2014). Er zijn echter ook moderne voorbeelden van cultseries die vooral populair zijn bij *emerging adult* zoals ‘How I met your Mother’ (Weinman, 2014), ‘Game of Thrones’ (Umstead, 2014), ‘Breaking Bad’ (Umstead, 2014) en ‘Dexter’ (Choi, 2012).

Door de invoering van DVD, *streaming* sites en downloads werd het mogelijk voor kijkers om zelf te bepalen wanneer ze wat kijken. Daarnaast wordt dergelijke cult-televisie steeds meer op een computerscherm geconsumeerd (Brooker, 2009). Kompere (2006) spreekt hier van een nieuwe relatie tussen televisie en haar kijkers. Deze nieuwe relatie kan ook afwijkende cultivatie effecten tot het gevolg hebben. Aangezien het om een vrij nieuw fenomeen gaat, is cultivatie-onderzoek in dit domein echter nauwelijks te vinden.

Wat houdt het fenomeen van *binge watching* precies in? Op Academic Dictionaries & Encyclopedias wordt ‘*binge watching*’ gedefinieerd als “*A period of excessive indulgence spent watching previously broadcast episodes of a TV show*” (Academic, s.d.). Het gaat dus om snel opeenvolgend kijken van buitensporig veel afleveringen van een Tv-serie. Deze afleveringen worden vaak bekeken op een computerscherm wat voor een andere ervaring zorgt dan het kijken op een groot televisiescherm. Het grote voordeel van

het computerscherm is de mogelijkheid tot multitasking (Brooker, 2009). *Binge watching* gebeurt vaak intens en zonder gezelschap (Choi, 2012). Toch wordt het steeds populairder. Steeds meer mensen kijken televisie op alternatieve manieren zoals via opnames of op digitale platformen en het merendeel van deze mensen die *Tv streamen* geeft daarenboven toe regelmatig verschillende afleveringen van *Tv series* na elkaar te kijken (Umstead, 2014).

De effecten van *binge watching* zijn nog niet geheel duidelijk. Wanneer een kijker geen pauzes neemt bij het kijken van de avonturen die de hoofdrolspeler meemaakt, kunnen de problemen van de hoofdrolspelers de problemen van de kijker worden. Het kijken van een volledige serie in één keer kan voor pure fantasiebeelden zorgen (Choi, 2012). Dat kan gevolgen hebben in cultivatie onderzoek want de '*Narrative Transportation Theory*' suggereert dat de cognitieve, emotionele en ingebeelde onderdompeling in een verhaal een sleutelmechanisme is voor de verandering van attitudes, geloofsovertuigingen en gedrag (Green & Clark, 2013). Mogelijk leidt *binge watching* tot meer uitgesproken romantische idealen. Het is dus interessant om in deze studie na te gaan wat de effecten van *binge watching* zijn op het geloven in romantische idealen.

***Hypothese 12: Binge watching van romantische fictiereeksen leidt tot het hebben van meer uitgesproken romantische idealen (geloof in 'liefde vindt een weg', 'de ware', 'de ideale partner' en 'liefde op het eerste zicht').***

## 5. Methode

### 5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt het onderzoek besproken dat bij Vlaamse *emerging adults* zal worden gedaan. In een onderzoek naar *emerging adults* op sociale netwerken delen Subrahmanyama, Reich, Waechter en Espinoza (2008) *emerging adults* in twee groepen in: de groep van 18 tot 22 jaar en de groep van 23 tot 29 jaar. In het onderzoek van Ward (2002) gaat het over mensen van 18 tot 22 jaar, wat ook het geval is bij de studie van Collins en van Dulmen (2006). Het begrip '*emerging adults*' lijkt dus niet eenduidig. De persoon die allicht het beste onderzoek heeft gedaan naar deze leeftijdsgroep is Jeffrey Jensen Arnett. Hij stelt dat de '*emerging adulthood*' een nieuw concept is voor de periode van verandering en belang die oude tieners doormaken. De focus ligt daarbij op 18 tot 25-jarigen (Arnett, 2000). Arnett (2000) roept dan ook op om de *emerging adulthood* in onderzoek te beschouwen als een afzonderlijke periode van het leven. In dit onderzoek zullen alle mensen tussen 18 en 25 jaar beschouwd worden als *emerging adults*. Personen die niet voldeden aan deze leeftijdscategorie, werden dan ook uit het onderzoek verwijderd.

Aanvankelijk hadden 443 personen deelgenomen aan deze studie. 91 personen hadden de vragenlijst niet volledig ingevuld en werden verwijderd uit de studie. Eén persoon was te jong voor het onderzoek (15 jaar) en 1 persoon was te oud voor de studie (27 jaar). Deze twee personen werden dan ook verwijderd uit de studie. Uiteindelijk namen dus 350 jongvolwassenen tussen 18 en 25 jaar met een gemiddelde leeftijd van 20.87 jaar ( $SD = 1.713$ ) deel aan dit onderzoek.

### 5.2 Deelnemers

**Demografische gegevens:** Er deden 142 mannen (40.6%) en 208 vrouwen (59.4%) mee aan het onderzoek. De meerderheid van de

respondenten studeerden aan de universiteit (63.7%), de andere personen waren studenten aan de hogeschool (24%), voltijds werkend (5.4%), halftijds werkend (0.9%), werkloos (0.9%) of categoriseerde zichzelf onder andere (5.1%) waarvan een groot deel nog studeerde op de middelbare school. De personen die reeds werken (voltijds of halftijds) waren gemiddeld 22.59 jaar oud zijn en 68.2% van hen had een diploma hoger onderwijs of universiteit op zak. Het gaat hier dus niet om een groep mensen die volledig verschillende studies heeft gevolgd in vergelijking met de studerende populatie. Ze worden dan ook behouden in de studie. Wanneer er echter wordt gekeken naar het effect van de studies, wordt er enkel een onderscheid gemaakt tussen universiteitsstudenten en hogeschoolstudenten en wordt er met deze groep geen rekening gehouden. De opleiding is dan een dummyvariabele in plaats van een categorische variabele en kan op die manier gebruikt worden in de analyses.

De overgrote meerderheid was heteroseksueel (94.3%), gevolgd door homoseksueel/lesbisch (2.0%), biseksueel (2.3%) en 1.4% koos ervoor de informatie niet openbaar te maken. Doordat de groepen niet groot genoeg zijn om met elkaar te vergelijken, wordt deze variabele niet opgenomen in de analyses.

### *5.3 Metingen*

**Demografische variabelen:** Respondenten wordt gevraagd naar hun geslacht, leeftijd, seksuele geaardheid en de relatiestatus van de ouders. Bij de relatiestatus van de ouders van jongvolwassenen worden de categorische variabelen als dummyvariabele gehercodeerd zodat deze variabele in de analyses kan worden gebruikt.

**Sociaaleconomisch Status (SES):** Er werd gevraagd naar het hoogst behaalde diploma van de moeder en het hoogst behaalde diploma van de vader om zo het sociaaleconomisch status (SES) te bepalen. 9 personen wisten minsten één van beiden niet, waardoor zij bij alle vragen rond het SES als ‘missings’ werden opgegeven en uit de analyse werden geschrapt. Deze categorische variabele werd

gehercodeerd tot dummyvariabele. De groepen ‘laag SES’ en ‘hoog SES’ zijn wel niet perfect gelijk verdeeld aan gezien enkele personen zich op het splitspunt (14) bevonden.

**Relatie variabelen:** Ze gaven aan of ze op dit moment een relatie hebben en respondenten in een relatie werden gevraagd om hun relatie met hun partner zo goed mogelijk te omschrijven waarbij de respondenten de mogelijkheid hebben tussen “niet-samenwonend”, “samenwonend”, “wettelijk samenwonend”, “verloofd”, “getrouwd”, “hertrouwd” en “andere”. Personen die geen relatie hebben, werden doorgevraagd naar de vraag: “hoe lang ben je single?” Respondenten gaven daarnaast aan hoeveel relaties ze reeds gehad hebben en hoe ze hun seksuele ervaring zouden omschrijven. Bij bepaalde analyses wordt van de categorische variabele “aantal sekspartners” een dummyvariabele gemaakt die een onderscheid maakt tussen personen zonder seksuele ervaring (=0) en personen die al minstens één sekspartner gehad hebben (=1).

**Relatietevredenheid:** Door middel van de ‘*Relationship Assessment Scale*’ van Hendrick (1988) wordt relatietevredenheid gemeten. Deze 5-punten likertschaal bepaald aan de hand van 7 vragen hoe tevreden een persoon is over zijn relatie. Zowel item 4 als item 7 waren ‘*reversed codes*’ dus de scores hierop werden gehercodeerd. Uit een factoranalyse waarbij gebruik werd gemaakt van een ‘*Direct Oblimin Rotation*’ (Determinant = .055, KMO = .880,  $p < .001$ ) blijkt dat alle items voldoende laden op de factor waartoe ze behoren. Het component (eigenvalue = 3.790) bestaat uit 7 items en verklaart 54.148% van de variantie. De variabele ‘relatietevredenheid’ wordt dus toegevoegd aan de dataset door de 7 items bij elkaar op te tellen en te delen door 7. Deze schaal is voldoende betrouwbaar. ( $\alpha = .842$ ).

**Romantische idealen.** Om dit domein te onderzoeken, zal er gebruik gemaakt worden van twee schalen. Allereerst is er de *Romantic Beliefs Scale* van Sprecher en Metts (1989). Het gaat hier om een 15-item likertschaal. De antwoordmogelijkheden gaan van ‘helemaal niet akkoord’ (1) tot ‘helemaal akkoord’ (7). De keuze voor deze schaal werd gemaakt omdat deze schaal is voortgekomen uit vroegere typologieën en op een goede manier de romantische idealen onderzoekt. Verder werd ze vaak gebruikt in recent



onderzoek (e.g. Weaver & Ganong, 2004; Hefner & Wilson, 2013, Lippman, Ward & Seabrook, 2014).

Uit een factoranalyse waarbij gebruik werd gemaakt van een ‘*Direct Oblimin Rotation*’ (Determinant = .016, KMO = .867,  $p < .001$ ) blijkt dat op één na alle items laden op de factor waartoe ze behoren. Items 6, 11 en 14 laden echter nog meer op een andere factor, maar hun correlatie met de factor waar ze volgens de schaal van Sprecher en Metts (1989) toe behoren is telkens minstens 0.400. Item 13 laadt enkel op de verkeerde factor en wordt uit de factoranalyse verwijderd. Vervolgens wordt een nieuwe factoranalyse uitgevoerd die wederom betrouwbaar is (Determinant = .023, KMO = .856,  $p < .001$ ). Figuur 1 toont de factoranalyse van de *Romantic Beliefs Scale*.

Een eerste component (eigenvalue = 4.518) bestaat uit 5 items en verklaart 32.273% van de variantie. Deze nieuwe factor, ‘liefde vindt een weg’ werd berekend door items 2, 5, 9, 11 en 15 op te tellen en vervolgens te delen door 5. Deze nieuwe factor is betrouwbaar ( $\alpha = .673$ ). Een tweede component (eigenvalue = 1.576) bestaat uit 3 items en verklaart 11.259% van de variantie. Deze nieuwe factor, ‘de ideale partner’, werd berekend door items 7, 8 en 14 op te tellen en vervolgens te delen door 3. Deze nieuwe factor is echter onbetrouwbaar ( $\alpha = .577$ ) maar omdat de factoranalyse niet centraal stond in deze studie, wordt de factor wel behouden. Een derde component (eigenvalue = 1.247) bestaat uit 3 items en verklaart 8.904% van de variantie. Deze nieuwe factor, ‘de ware’, werd berekend door items 3, 4 en 10 op te tellen en vervolgens te delen door 3. Deze nieuwe factor is redelijk betrouwbaar ( $\alpha = .649$ ). Een vierde component (eigenvalue = .939) bestaat uit 3 items en verklaart 6.709% van de variantie. Deze nieuwe factor, ‘liefde op het eerste zicht’, werd berekend door items 1, 6 en 12 op te tellen en vervolgens te delen door 3. Deze nieuwe factor is redelijk betrouwbaar ( $\alpha = .643$ ).

Er wordt ook een variabele ‘romantische idealen’ aangemaakt om romantische idealen in het algemeen te bepalen. Deze bestaat uit alle 15 items van de *Romantic Beliefs Scale*. Uit een factoranalyse waarbij gebruik gemaakt wordt van een ‘*Direct Oblimin Rotation*’ blijkt echter dat het eerste item niet voldoende laadt voor deze factor.

Item 1 wordt dan ook uit de factoranalyse geschrapt. De factoranalyse wordt opnieuw gedaan en deze is betrouwbaar ((Determinant = .016, KMO = .867,  $p < .001$ ). Deze schaal is betrouwbaar ( $\alpha = .850$ ).

Ten tweede wordt de ‘*Implicit Theories of Relationships Scale*’ van Knee (1998) gebruikt. Deze onderzoekt of mensen geloven in een romantisch lot en geloven in liefde die moet groeien (Knee, Patrick & Lonsbary, 2003). Deze likertschaal bestaat uit 22 items, 11 “*Destiny belief items*” en 11 “*Growth belief items*”. De antwoordmogelijkheden van deze likertschaal gaan van “helemaal niet akkoord” (1) tot “helemaal akkoord” (7).

Uit een factoranalyse (Determinant = .001, KMO = .860,  $p < .001$ ) blijkt dat op twee na alle items laden voor het juiste geloof. Enkel items 17 en 18 laden niet op beide factoren en worden dus uit de factoranalyse geschrapt. Hierna wordt opnieuw een factoranalyse uitgevoerd die wederom betrouwbaar is (Determinant = .001, KMO = .868,  $p < .001$ ).

Een eerste component (eigenvalue = 5.033) bestaat uit 11 items en verklaart 25.165% van de variantie. Deze nieuwe factor, “*Romantic Destiny*”, werd berekend door items 1 tot 11 op te tellen en vervolgens te delen door 11. Deze nieuwe factor is betrouwbaar ( $\alpha = .860$ ). Een tweede component (eigenvalue = 3.457) bestaat uit 9 items en verklaart 17.286% van de variantie. Deze nieuwe factor, “*Growth Belief*”, werd berekend door items 12, 13, 14, 15, 16, 19, 20, 21 en 22 op te tellen en te delen door 9. Deze nieuwe factor is betrouwbaar ( $\alpha = .798$ ).

**Televisiekijkgedrag.** Kijkgedrag wordt gemeten door middel van de vraag: “Als je televisie kijkt op een gewone weekdag (maandag tot vrijdag), hoeveel uur kijk je dan gemiddeld op één dag? Neem hierin NIET het aantal uur op dat je aan “*binge watching*” doet.” Hierbij wordt duidelijk vermeld dat het online kijken, alsook het kijken “*OnDemand*” moet worden meegerekend. De antwoordmogelijkheden zijn “0 uur”, “minder dan 30 minuten”, “30 minuten tot 1 uur”, “1,5 tot 2 uur”, “2 tot 2,5 uur”, “2,5 tot 3 uur”, “3 tot 4 uur”, “4 tot 5 uur”, “ongeveer 6 uur” en “meer dan 6 uur”. Vervolgens wordt het Tv-kijkgedrag in het weekend op dezelfde manier bevraagd. Om het totale Tv-kijkgedrag te bekomen werd

overall het gemiddelde van elke categorie omgezet in minuten ('meer dan 6 uur' werd omgezet naar 420 minuten). Het gemiddeld aantal minuten op een weekday werd vermenigvuldigd met 5, het gemiddeld aantal minuten op een weekenddag vermenigvuldigd met 2. Dit werd bij elkaar opgeteld en gedeeld door het aantal weekdays (zeven) en vervolgens gedeeld door 60 om terug op aantal uren te komen in plaats van minuten.

**Romantische genres:** In dit onderzoek zal er een genre meting worden gebruikt om te controleren of bepaalde genres een verschillende invloed hebben ten opzichte van andere genres. Het op lijsten van verschillende soorten genres zal gebeuren op dezelfde manier als Osborn (2012) dit heeft gedaan. Om de voorkeur voor verschillende genres te bepalen, wordt er gebruik gemaakt van de vraag "Hoe vaak kijk je naar deze soorten tv-programma's?". Hierop worden 18 Engelstalige en Vlaamse genres met bijhorende voorbeelden bevestigd, wanneer het om hetzelfde genre gaat, worden de Engelstalige en Vlaamse genres bij elkaar opgeteld en gedeeld door twee. Vervolgens zullen er specifieke voorbeelden van romantische drama series, romantische, komische series en *reality dating* programma's gegeven worden waarbij de respondenten moeten aangeven of ze dit programma gezien hebben en hoe vaak dit het geval was. Hetzelfde gebeurt voor romantische drama films en romantische komedies. De voorbeelden zullen in dit onderzoek deels aangepast worden aan de Vlaamse televisie en zijn gebaseerd op de indeling van de grootste database van televisieprogramma's: IMDB (IMDB, 2015). Ten slotte zal ook gebruik gemaakt worden van een situatieschets door middel van de vraag: "Stel: Je hebt een lui avondje ingepland en heel veel zin om een goede serie of film te kijken. Hoe groot is de kans dat je een romantische drama serie, een romantische komedie of een *reality dating* show kijkt?" Het kijken van Disney films wordt bepaald door twee vragen. Allereerst is er de algemene vraag: "Hoeveel Disney films zag je als kind", waarin men de mogelijkheid heeft om te antwoorden met "geen enkele", "een paar Disney films", "zo goed als alle Disney films" en "ik heb zo goed als alle Disney films meerdere keren bekeken". Ten tweede worden er 12 concrete voorbeelden gegeven van films. Conform de hypothese gaat het hier om 12 films waarin een prinses aan bod

komt. Het gaat hierbij om voorbeeldfilms die reeds gebruikt werden in voorgaand onderzoek (Hefner 2011; Griffin, 2014).

**Perceived Realism.** Om *Perceived Realism* te meten, werd gekozen voor een aangepaste versie de ‘*Perceived Realism Scale*’ die in 2001 ontwikkeld werd door Busselle. Deze schaal ging oorspronkelijk om misdadprogramma’s maar werd aangepast aan programma’s over relaties, zodat het toepasbaar wordt op dit onderzoek. (e.g. “You can not learn anything about real life by watching prime-time drama programs” werd: “Je kan niets leren over hoe relaties horen te zijn door naar romantische drama’s te kijken”) Hier wordt aan de respondenten gevraagd om aan te geven in hoeverre ze akkoord gaan met vijf stellingen over het realiteitsniveau van romantiek, liefde en relaties. Item 3 en 5 waren ‘*Reversed Codes*’ dus de codes hiervan werden gehercodeerd. De vragenlijst werd één keer toegepast op romantische fictie. Vervolgens werd de lijst ook één keer volledig toegepast op *reality dating*. In plaats van romantische fictie als genre te gebruiken, gingen de vragen hier over *reality dating*.

Uit een factoranalyse bij ‘*Perceived Realism*’ van romantische fictie (determinant = .360, KMO = .775) blijkt dat alle 5 items voldoende hoog laden om behouden te worden. Het component (eigenvalue = 2.470) bestaat uit 5 items en verklaart 49.394% van de variantie. ‘*Perceived Realism*’ bij romantische fictie’ werd berekend door de 5 items op te tellen en vervolgens te delen door 5. De betrouwbaarheid van deze schaal is voldoende hoog ( $\alpha = .736$ ).

Uit een factoranalyse bij ‘*Perceived Realism*’ van *reality dating* programma’s (determinant = .224, KMO = .744) blijkt dat alle items voldoende hoog laden om behouden te worden. Het component (eigenvalue = 2.631) bestaat uit 5 items en verklaart 52.628% van de variantie. ‘*Perceived Realism*’ bij *reality dating* programma’s werd berekend door de 5 items op te tellen en vervolgens te delen door 5. De betrouwbaarheid van deze schaal is voldoende hoog ( $\alpha = .750$ ).

**Binge Watching.** Om *binge watching* te kunnen onderzoeken, werd de respondent gevraagd of hij/zij de afgelopen maand aan *binge watching* heeft gedaan. Indien dit het geval is, wordt er gevraagd om een schatting te maken van het aantal dagen dat dit gebeurde en van het aantal uren per dag dat dit gebeurde. Ten slotte dient de

respondent ook de Tv-reeksen op te geven waarbij hij/zij aan *binge watching* heeft gedaan. De serie die in de steekproef het meest werd bekeken door *binge watching* is *'How I met your mother'*. 23 personen stelden dat ze verschillende afleveringen na elkaar hebben gekeken de afgelopen maand. *'Suits'* volgde op korte achterstand met 22 liefhebbers. Ook *'Arrow'* (13), *'The Big Bang Theory'* (17), *'Breaking Bad'* (17), *'Friends'* (19), *'Game of Thrones'* (17), *'Grey's Anatomy'* (16), *'House of Cards'* (19) en *'Pretty Little Liars'* (19) bleken bij jongvolwassenen populair te zijn.

## 6. Resultaten

### 6.1 Beschrijvende analyses

#### 6.1.1 Relatiegegevens

Er werd een opdeling gemaakt tussen personen die een relatie hebben en personen die vrijgezel zijn alsook tussen mannen en vrouwen. Onderstaande tabel toont deze relatiegegevens.

**Tabel 1 Relatiegegevens bij mannen en vrouwen**

	Mannen	Vrouwen	Totaal
<b>Personen met een relatie</b>	64 45.1%	108 51.9%	172 49.1%
<b>Vrijgezel</b>	78 54.9%	100 48.1%	178 50.9%
<b>Totaal</b>	<b>142</b>	<b>208</b>	<b>350</b>

Onderstaande tabel toont de andere variabelen die te maken hebben met de relatiestatus en de ervaring met relaties en seks. De periode met een relatie, relatietevredenheid en de periode dat iemand single is, werd enkel gevraagd aan de personen die hier van toepassing waren. De periodes zijn in jaren uitgedrukt, relatietevredenheid werd gemeten op een schaal van 1 tot 5, het

aantal relaties en sekspartners is in absolute cijfers en de seksuele ervaring werd gemeten met een 10-puntenschaal.

**Tabel 2 Gegevens rond relaties en seks bij jongvolwassenen**

	<b>N</b>	<b>M</b>	<b>SD</b>
<b>Periode van relatie</b>	172	2.62	2.21
<b>Relatietevredenheid</b>	172	3.27	.60
<b>Periode single</b>	178	6.64	8.44
<b>Aantal relaties gehad</b>	350	2.19	2.52
<b>Seksuele ervaring</b>	350	4.70	2.69
<b>Aantal sekspartner</b>	350	2.63	3.98

Onafhankelijke t-testen werden uitgevoerd om het verschil na te gaan tussen mannen en vrouwen voor de relatiegegevens. Tabel 3 toont aan dat er significante verschillen zijn bij één variabele. Meer bepaald zijn vrouwen die een relatie hebben significant langer samen met hun partner dan mannen.

**Tabel 3 Geslacht en gegevens rond relatie en seks**

	<b>Mannen</b>	<b>Vrouwen</b>	<b>df</b>	<b>T</b>
<b>Periode van relatie</b>	M = 1.98 SD = 1.93	M = 3.01 SD = 2.28	170	-3.02**
<b>Relatietevredenheid</b>	M = 3.34 SD = .45	M = 3.24 SD = .67	170	1.198
<b>Periode single</b>	M = 7.90 SD = 8.86	M = 5.66 SD = 8.00	176	1.75
<b>Aantal relaties gehad</b>	M = 2.30 SD = 3.20	M = 2.12 SD = 1.94	348	.63
<b>Seksuele ervaring</b>	M = 4.40 SD = 2.62	M = 4.90 SD = 2.73	348	-1.72

<b>Aantal sekspartners</b>	M = 2.44 SD = 3.84	M = 2.76 SD = 4.08	348	-.76
----------------------------	-----------------------	-----------------------	-----	------

\*Significant op .05 niveau

\*\*Significant op .01 niveau

\*\*\* Significant op .001 niveau

### 6.1.2 Televisiekijkgedrag

Uit de vragenlijst bleek dat de respondenten gemiddeld 2.01 uur (SD = 1.32) televisie per dag keken. Vervolgens werd er gemeten welke genres het meest bekeken worden op een schaal van 1 tot 5. Romantische komedies vormden het populairste romantische genre (M = 2.86, SD = .91), gevolgd door romantische drama's (M = 2.04, SD = .98) en *reality dating* programma's (M = 1.83, SD = .90). In tabel 4 wordt het volledige overzicht van het kijken van de verschillende genres voorgesteld.

**Tabel 4 Populariteit van genres bij jongvolwassenen**

<b>Genre</b>	<b>M</b>	<b>SD</b>
Het nieuws	3.88	1.20
Muziekvideo's	3.18	1.73
Romantische komedies	2.86	.91
Actie- en politiereeksen	2.35	.84
Dramaseries	2.31	.92
Fantasy series	2.22	1.34
Reality programma's	2.07	1.10
Romantische drama's	2.04	.98
Supernatural drama's	2.03	1.33
Animatieseries	2.01	1.15

<b>Soaps</b>	1.89	.95
<b>Reality dating</b>	1.83	.90

Door middel van onafhankelijke t-testen werd bepaald of er bij het televisiekijkgedrag van romantische genres verschillen waren tussen mannen en vrouwen. Dat bleek bij enkele genres wel degelijk het geval te zijn. Mannen en vrouwen verschilden significant van elkaar met betrekking tot het kijken romantische drama's. Meer bepaald kijken vrouwen veel meer naar dit genre dan mannen. Er waren echter geen verschillen bij het kijken van romantische komedies. *Reality Dating* programma's werden dan weer wel vaker door vrouwen bekeken dan door mannen.

**Tabel 5 Geslacht en Televisie kijkgedrag**

	<b>Mannen</b>	<b>Vrouwen</b>	<b>df</b>	<b>T</b>
<b>Tv-kijkgedrag</b>	M = 1.98 SD = 1.35	M = 2.04 SD = 1.30	348	-.38
<b>Romantische drama's</b>	M = 1.52 SD = .73	M = 2.39 SD = .97	348	- 9.61***
<b>Romantische komedies</b>	M = 2.96 SD = .91	M = 2.79 SD = .90	348	1.75
<b>Reality Dating</b>	M = 3.20 SD = 1.50	M = 3.98 SD = 1.91	348	- 4.26***

\*Significant op .05 niveau

\*\*Significant op .01 niveau

\*\*\* Significant op .001 niveau

Het kijken van specifieke televisieprogramma's werd gemeten met een schaal van 1 tot 5. De populairste romantische komediereeks is 'Friends' (M = 3.43, SD = 1.45). 'Oh Oh Cherso' is het meest bekeken *reality dating* programma (M = 2.67, SD = 1.57). Danni Lowinski is het hoogst scorende romantische dramaprogramma (M =



2.41, SD = 1.56). Het volledige overzicht van televisieprogramma's wordt in onderstaande tabel weergegeven.

**Tabel 6 Populariteit van televisieprogramma's bij jongvolwassenen**

<b>Programma</b>	<b>M</b>	<b>SD</b>
<b>Friends</b>	3.43	1.45
<b>How I met your Mother</b>	2.96	1.72
<b>Oh Oh Cherso</b>	2.67	1.57
<b>Boer zkt vrouw</b>	2.43	1.34
<b>Danni Lowinski</b>	2.41	1.56
<b>Gossip Girl</b>	2.40	1.36
<b>Sex and the City</b>	2.35	1.53
<b>Grey's Anatomy</b>	2.31	1.58
<b>The Vampire Diaries</b>	1.77	1.36
<b>Singl3s</b>	1.69	1.20
<b>Loslopend Wild</b>	1.68	1.23
<b>Tom &amp; Harry</b>	1.65	1.31
<b>Vriendinnen</b>	1.63	1.29
<b>The Bachelor</b>	1.44	.95
<b>Connie &amp; Clyde</b>	1.44	1.07
<b>Girls</b>	1.41	1.03

Er werd ook gepeild naar het kijkgedrag van romantische films op een schaal van 1 tot 5. De populairste romantische dramafilm was 'Titanic' (M = 3.94, SD = 1.23) gevolgd door 'The Notebook' (M = 3.03, SD = 1.53) en 'P.S. I love you' (M = 2.70, SD = 1.45). 'Love Actually' is de meest bekeken romantische komedie (M = 2.50, SD = 1.48) en gaat daarmee 'Notting Hill' (M = 2.26, SD = 1.53) en '500

Days of Summer' vooraf ( $M = 1.85$ ,  $SD = 1.28$ ). Het volledige overzicht van romantische films staat in onderstaande tabel.

**Tabel 7 Populariteit van romantische films bij jongvolwassenen**

<b>Programma</b>	<b>M</b>	<b>SD</b>
<b>Titanic</b>	3.94	1.23
<b>The Hunger Games</b>	3.11	1.23
<b>The Notebook</b>	3.03	1.53
<b>P.S. I love you</b>	2.70	1.45
<b>Twilight</b>	2.65	1.39
<b>Love Actually</b>	2.50	1.48
<b>Notting Hill</b>	2.26	1.53
<b>The Fault in our Stars</b>	1.91	1.16
<b>500 Days of Summer</b>	1.85	1.28
<b>Forgetting Sarah Marshall</b>	1.79	1.16
<b>The Vow</b>	1.79	1.25
<b>50 Shades of Grey</b>	1.49	.89
<b>Smoorverliefd</b>	1.47	.91
<b>The Best of Me</b>	1.28	.72
<b>Plan Bart</b>	1.05	.30

Tenslotte werden de respondenten gevraagd om het gezien hebben van Disney films rond liefde en romantiek in te schatten op een schaal van 1 tot 4. Uit de vragenlijst bleek dat Sneeuwitje de meest bekeken Disney film was ( $M = 3.15$ ,  $SD = .85$ ), gevolgd door Assepoester ( $M = 2.79$ ,  $SD = .95$ ) en Aladdin ( $M = 2.69$ ,  $SD = .97$ ). De volledige lijst van Disney films is terug te vinden in tabel 8.

Tabel 8 Populariteit van Disney films bij jongvolwassenen

<b>Programma</b>	<b>M</b>	<b>SD</b>
<b>Sneeuwitje</b>	3.15	.85
<b>Assepoester</b>	2.79	.95
<b>Aladdin</b>	2.69	.97
<b>De Kleine Zeemeermin</b>	2.68	.96
<b>Belle en het Beest</b>	2.65	1.03
<b>Doornroosje</b>	2.61	1.04
<b>Pocahontas</b>	2.51	1.05
<b>Mulan</b>	2.25	1.11
<b>Frozen</b>	2.02	1.02
<b>Rapunzel</b>	2.00	1.02
<b>De prinses en de kikker</b>	1.55	.78
<b>Brave</b>	1.44	.66

### 6.1.3 Romantische idealen

Het romantische ideaal waarin de respondenten het meest in geloven is ‘liefde vindt een weg’ ( $M = 4.66$ ,  $SD = 1.05$ ), gevolgd door het geloof in de ware ( $M = 3.96$ ,  $SD = 1.24$ ). Dit verschil is significant ( $t(349) = 11.35$ ,  $p < .001$ ). Het geloof in de ware ligt gemiddeld hoger dan het geloof in ‘liefde op het eerste zicht’ ( $3.59$ ,  $SD = 1.18$ ), ook dit verschil is significant ( $t(349) = 4.57$ ,  $p < .001$ ). Het ideaal waar de respondenten het minst in geloven is ‘de ideale partner’ ( $M = 3.56$ ,  $SD = 1.11$ ) maar het verschil met het geloof in ‘liefde op het eerste zicht’ is niet significant ( $t(349) = -.32$ ,  $p = .75$ ). Het *growth belief* ( $M = 5.39$ ,  $SD = .64$ ) ligt gemiddeld hoger dan het geloof in het romantische lot ( $M = 3.14$ ,  $SD = .88$ ). Dit verschil is significant ( $t(349) = -36.89$ ,  $p < .001$ ). Onderstaande tabel toont hoe de romantische idealen zich verhouden ten opzichte van elkaar.

**Tabel 9** Verschillen in geloof in romantische idealen

<b>Paar</b>	<b>Romantische idealen</b>	<b>M</b>	<b>SD</b>	<b>df</b>	<b>T</b>
1	Liefde vindt een weg	4.66	1.05	349	11.35***
	De Ware	3.96	1.24		
2	De Ware	3.96	1.24	349	4.57***
	Liefde op het eerste zicht	3.59	1.18		
3	Liefde op het eerste zicht	3.59	1.18	349	.32
	De ideale partner	3.56	1.11		
4	Destiny Belief	3.14	.88	349	-.36.89***
	Growth Belief	5.39	.64		

\*Significant op .05 niveau

\*\*Significant op .01 niveau

\*\*\* Significant op .001 niveau

Zoals verwacht uit de literatuurstudie lijkt het romantische lot sterk op de romantische idealen. In dit onderzoek is er een correlatie tussen het geloof in het romantische lot en het geloof in zowel 'liefde vindt een weg' ( $r = .20$ ,  $p < .001$ ) als in 'de ideale partner' ( $r = .48$ ,  $p < .001$ ), 'de ware' ( $r = .34$ ,  $p < .001$ ), 'liefde op het eerste zicht' ( $r = .20$ ,  $p < .01$ ) en romantische idealen in het algemeen ( $r = .40$ ,  $p < .01$ ). Deze correlaties zijn niet extreem sterk, maar wel telkens significant. Het heeft weinig zin om verder rekening te houden met dit geloof.

Door middel van onafhankelijke t-testen werd er bepaald of er een invloed was van geslacht op romantische idealen. Er werd geconcludeerd dat mannen significant meer geloofden in 'liefde op het eerste zicht' en romantische idealen in het algemeen. Vrouwen geloofden significant meer in het growth belief. Het volledige overzicht van de verschillen op vlak van geslacht bij het hebben van romantische idealen, staat in tabel 9.

Tabel 10 Geslacht en romantische idealen

	Mannen	Vrouwen	df	T
<b>Liefde vindt een weg</b>	M = 4.78 SD = 1.01	M = 4.58 SD = 1.06	348	1.73
<b>De ideale partner</b>	M = 3.69 SD = 1.10	M = 3.47 SD = 1.11	348	1.85
<b>De ware</b>	M = 3.97 SD = 1.27	M = 3.96 SD = 1.22	348	.09
<b>Liefde op het eerste zicht</b>	M = 3.85 SD = 1.06	M = 3.41 SD = 1.23	348	3.51*
<b>Romantische idealen</b>	M = 3.94 SD = .80	M = 3.75 SD = .83	348	2.110*
<b>Growth belief</b>	M = 5.29 SD = .74	M = 5.46 SD = .74	348	-2.436*

\*Significant op .05 niveau

\*\*Significant op .01 niveau

\*\*\* Significant op .001 niveau

#### 6.1.4 Perceived Realism

Er werd een onderscheid gemaakt tussen het *perceived realism* met betrekking tot romantische fictie en het *perceived realism* met betrekking tot *reality dating* programma's. Het gemiddelde *perceived realism* van romantiek, liefde en relaties in romantische fictie ligt op 3.21 (SD = .90) en het gemiddelde *perceived realism* in *reality dating* programma's ligt op 2.73 (SD = .95). Dit verschil is significant ( $t(349) = 8.867$ ,  $p < .001$ ). Dat betekent dus dat jongvolwassenen het realiteitsgehalte van romantische fictie hoger inschatten dan het realiteitsgehalte van *reality dating*. Onderstaande tabel weergeeft het *perceived realism* van beide genres.

**Tabel 11 Perceived Realism bij jongvolwassenen**

	M	SD	df	T(349)
Perceived Realism Romantisch fictie	3.21	.90	349	8.867***
Perceived Realism Reality Dating	2.73	.95		

\*Significant op .05 niveau

\*\*Significant op .01 niveau

\*\*\* Significant op .001 niveau

Er werden onafhankelijke t-testen uitgevoerd om het verschil na te gaan tussen het *perceived realism* bij mannen en vrouwen. Deze resultaten toonden aan dat er geen significante verschillen waren op vlak van het geslacht.

**Tabel 12 Geslacht en perceived realism**

	Mannen	Vrouwen	df	T
<b>Perceived Realism</b>	M = 3.13	M = 3.26	348	-1.399
<b>Romantisch fictie</b>	SD = .89	SD = .89		
<b>Perceived Realism</b>	M = 2.75	M = 2.72	348	.327
<b>Reality Dating</b>	SD = .93	SD = .97		

\*Significant op .05 niveau

\*\*Significant op .01 niveau

\*\*\* Significant op .001 niveau

### 6.1.5 Binge Watching

202 respondenten gaven aan de afgelopen maand aan *binge watching* gedaan te hebben. Dat is 57.7% van de respondenten. Personen die stelden aan *binge watching* te hebben gedaan deden dat gemiddeld op 7.23 dagen per maand (SD = 5.74). Er werden 151 verschillende series opgegeven.

## 6.2 Verklarende analyses

### 6.2.1 Invloed van relatiegegevens op romantische idealen

Eerst wordt er gekeken of er een relatie is tussen de relatiestatus en het hebben van de vier liefdesidealen. Dit is het geval voor twee liefdesidealen, alsook voor de samenvattende variabele “romantische idealen.” Meer bepaald is er een significant positieve samenhang tussen het hebben van een relatie en het geloof in ‘liefde vindt een weg’ ( $r = .29, p < .001$ ). Ook de positieve samenhang tussen het hebben van een relatie en het geloof in ‘de ware’ is significant ( $r = .19, p < .001$ ). Er is ten slotte ook een significant positieve samenhang tussen het hebben van een relatie en romantische idealen in het algemeen ( $r = .23, p < .001$ ). Daarnaast is er een negatieve correlatie tussen het hebben van een relatie en *growth belief* ( $r = -.11, p < .05$ ). Mensen met een relatie beseffen dus meer dat er inspanningen nodig zijn om een relatie te doen werken. De correlaties worden getoond in tabel 18.

Bij de personen met een relatie, 178 in totaal, werd er verder gezocht naar het verband tussen relatietevredenheid en het geloven in romantische idealen. Er werd een positieve correlatie gevonden tussen relatietevredenheid en het geloof in ‘liefde vindt een weg’ ( $r = .21, p < .01$ ), ‘de ideale partner’ ( $r = .26, p < .01$ ), ‘de ware’ ( $r = .24, p < .01$ ) en romantische overtuigingen in het algemeen ( $r = .25, p < .01$ ). Relatietevredenheid is dus sterk gekoppeld aan het geloven in romantische idealen. De correlaties zijn opnieuw te vinden in tabel 18.

Met liefdeservaring wordt zowel de ervaring met relaties met verschillende personen als de ervaring met de huidige relatie bedoeld. Ten eerste werd er gebruik gemaakt van de vraag naar het aantal relaties dat personen al hebben gehad. Ten tweede werd er gevraagd naar de periode/duur van de relatie die jongvolwassenen momenteel hebben. Ook bij de duur van de relatie is er enkel rekening gehouden met de 172 personen die een relatie hebben. Bij de eerste manier is er een significante correlatie tussen het aantal

relaties dat personen hebben gehad en het geloof in ‘liefde vindt een weg’ ( $r = .12, p < .05$ ) (zie tabel 18). Wanneer er in plaats van het aantal relaties dat personen gehad hebben, gekeken wordt naar de duur van de relatie die jongvolwassenen momenteel hebben, blijkt er nergens een samenhang te zijn.

Vervolgens wordt gekeken of ervaring op liefdesvlak gecorreleerd is met het *belief in growth*. Wanneer er wordt gekeken naar het aantal relaties wordt er alvast geen samenhang gevonden. Dit is ook niet het geval wanneer er wordt rekening gehouden met de duur van de relatie (zie tabel 18).

Wanneer er wordt gekeken naar seksuele ervaring, kan dit op twee manieren. Ofwel wordt er gekeken naar het aantal sekspartners dat een persoon reeds heeft gehad, ofwel houdt men rekening met de seksuele ervaring die een persoon zichzelf toeschrijft. Beide manieren zijn sterk met elkaar gecorreleerd ( $r = .59, p < .001$ ). Er wordt een positief verband gevonden tussen het geloof in ‘liefde op het eerste zicht’ en ‘seksuele ervaring’ ( $r = .13, p < .05$ ). Wanneer er naar het aantal sekspartners wordt gekeken, worden er gelijkaardige resultaten gevonden. Ook daar is er een positieve samenhang tussen ‘liefde op het eerste zicht’ en aantal sekspartners. Deze correlatie is significant ( $r = .14, p < .01$ ) (zie tabel 18).

### 6.2.2 Invloed van relatiestatus ouders op romantische idealen

Kinderen van gescheiden ouders geloven minder in ‘liefde vindt een weg’ ( $M = 4.587, SD = 1.003$ ) dan kinderen van ouders die niet gescheiden zijn ( $M = 4.680, SD = 1.054$ ), dit verschil is echter niet significant ( $t(348) = .634, p = .527$ ). Hetzelfde geldt voor het geloof in ‘de ideale partner’. Ook daar geloven kinderen van gescheiden ouders ( $M = 3.459, SD = 1.022$ ) minder in ‘de ideale partner’ dan kinderen van ouders die niet gescheiden zijn ( $M = 3.585, SD = 1.125$ ). Dit verschil is eveneens niet significant ( $t(348) = 0.806, p = .421$ ). Bij het geloof in ‘de ware’ is de situatie gelijkaardig. Ook daar geloven kinderen van gescheiden ouders ( $M = 3.803, SD = 1.201$ ) opnieuw minder in ‘de ware’ dan kinderen van ouders die niet



gescheiden zijn ( $M = 3.993$ ,  $SD = 1.246$ ). Dit verschil is eveneens niet significant ( $t(348) = 1.088$ ,  $p = .278$ ). Bijgevolg geldt voor het geloof in romantische idealen in het algemeen ook dat kinderen van gescheiden ouders ( $M = 3.743$ ,  $SD = .792$ ) minder hierin geloven dan kinderen van ouders die niet gescheiden zijn ( $M = 3.841$ ,  $SD = .825$ ). Dit verschil is ook niet significant ( $t(348) = .629$ ,  $p = .395$ ). Het omgekeerde is het geval bij één ideaal. Meer bepaald geloven kinderen van gescheiden ouders meer in 'liefde op het eerste zicht' ( $M = 3.760$ ,  $SD = 1.145$ ) dan kinderen van ouders die niet gescheiden zijn ( $M = 3.549$ ,  $SD = 1.189$ ). Wederom is het verschil niet significant ( $t(348) = -1.264$ ,  $p = .207$ ). Het *belief in growth* ligt hoger bij kinderen van ouders die niet gescheiden zijn ( $M = 5.406$ ,  $SD = .631$ ) dan bij kinderen van ouders die gescheiden zijn ( $M = 5.326$ ,  $SD = .663$ ). Ook hier is het verschil niet significant ( $t(348) = .489$ ,  $p = .371$ ).

Een enkelvoudige regressie analyse bevestigt dat het al dan niet gescheiden zijn van de ouders geen goede voorspeller is voor zowel het geloof in 'liefde vindt een weg' ( $F(1,348) = .402$ ,  $p = .527$ ), het geloof in 'de ideale partner' ( $F(1,348) = .649$ ,  $p = .421$ ), het geloof in 'de ware' ( $F(1,348) = 1.814$ ,  $p = .278$ ), het geloof in 'liefde op het eerste zicht' ( $F(1,348) = 1.599$ ,  $p = .207$ ), het geloven in romantische idealen in het algemeen ( $F(1,348) = .725$ ,  $p = .395$ ) en het *growth belief* ( $F(1,348) = .801$ ,  $p = .371$ ).

### 6.2.3 Invloed van romantische televisie op romantische idealen

Met romantische televisie worden romantische drama's, romantische komedie, Disney films en *reality dating* programma's bedoeld. Eerst wordt er gekeken naar romantische drama's. Er wordt gebruik gemaakt van een algemene genre meting en ter controle ook van een meting die het gezien hebben van specifieke voorbeelden van het genre bevraagd. Deze twee metingen zijn sterk met elkaar gecorreleerd ( $r = .614$ ,  $p < .001$ ). Er worden echter geen verbanden gevonden tussen het kijken van romantische drama's en het geloven

in romantische idealen. Dit is het geval bij zowel de algemene als bij de specifieke meting.

Vervolgens wordt er gekeken naar romantische komedies. Ook hier wordt er gebruik gemaakt van een algemene meting en ter controle een meting van specifieke voorbeelden. Deze twee metingen zijn positief met elkaar gecorreleerd ( $r = .28$ ,  $p < .001$ ). Bij de algemene meting wordt er een positief verband gevonden tussen het kijken van romantische komedies en het geloof in 'liefde vindt een weg' ( $r = .12$ ,  $p < .05$ ) en het geloven in romantische idealen in het algemeen ( $r = .11$ ,  $p < .05$ ). Bij de meting van specifieke voorbeelden werden er geen effecten gevonden. De correlatietabel van de relatie tussen het kijken van romantische komedies en romantische idealen wordt getoond in tabel 18.

Een ander televisie- en filmgenre dat in deze studie aan bod komt, zijn Disney films. Er werden twee manieren gebruikt die het kijken van Disney films bepaalde. De eerste manier maakte gebruik van de vraag hoeveel Disney films de respondenten zagen als kind. De tweede manier maakte ter controle gebruik van specifieke voorbeelden om te bepalen hoeveel Disneyfilms een persoon heeft gekeken als kind. Er was een sterke correlatie tussen beide manieren ( $r = .76$ ,  $p < .01$ ). Geen van beide manieren vond echter een verband tussen het kijken van Disney films en de verschillende liefdesidealen.

Een laatste genre dat in deze studie besproken wordt, is het genre van *reality dating* programma's. Ook hier wordt er weer gebruik gemaakt van een algemene genre meting en van een meting van specifieke voorbeeldprogramma's. Beide metingen zijn positief gecorreleerd ( $r = .55$ ,  $p < .001$ ). Er wordt echter bij geen enkele meting een verband gevonden tussen het kijken van het genre en het geloven in romantische idealen.

#### 6.2.4 *Invloed van Perceived Realism op romantische idealen*

Jongvolwassenen met een hoger *perceived realism* bij romantische genres hebben ook meer uitgesproken romantische idealen. Meer bepaald is *perceived realism* significant positief

gecorrleerd met het geloof in ‘liefde vindt een weg’ ( $r = .128$ ,  $p < .05$ ), het geloof in ‘de ideale partner’ ( $r = .202$ ,  $p < .001$ ), het geloof in ‘de ware’ ( $r = .152$ ,  $p < .01$ ) en het geloof in romantische idealen in het algemeen ( $r = .203$ ,  $p < .001$ ) (zie tabel 18). Het geloven dat romantische fictie realistischer is, is positief gecorrleerd met het kijken naar romantische drama ( $r = .130$ ,  $p < .05$ ) maar niet met het kijken naar romantische komedies ( $r = .101$ ,  $p = .059$ ).

Vervolgens wordt er gekeken naar het *perceived realism* bij *reality dating* programma’s dat sterk gecorrleerd is met het *perceived realism* bij romantische genres ( $r = .407$ ,  $p < .001$ ). Dit *perceived realism* is gecorrleerd met het geloof in ‘de ideale partner’ ( $r = .175$ ), het geloof in ‘liefde op het eerste zicht’ ( $r = .158$ ,  $p < .01$ ) en het geloven in romantische idealen in het algemeen ( $r = .149$ ,  $p < .01$ ). Het geloven dat *reality dating* programma’s realistischer zijn is bovendien positief gecorrleerd met het kijken naar deze programma’s ( $r = .169$ ,  $p < .01$ ).

### 6.2.5 Regressie analyses van romantische idealen

In de volgende fase van het onderzoek werden er hiërarchische meervoudige regressie analyses uitgevoerd om te kijken welke variabelen het geloven in romantische idealen voorspellen.

De hiërarchische regressie analyses werden telkens op dezelfde wijze uitgevoerd: in de eerste blok werden de demografische variabelen toegevoegd (geslacht, leeftijd, opleiding, SES, relatiestatus ouders), in een tweede blok werden de relatievariabelen toegevoegd (relatiestatus, seksuele ervaring) en in een derde blok volgden de Tv-variabelen (kijken naar romantische drama’s, kijken naar romantische komedies, gezien hebben van Disney films, kijken naar *reality dating*, *binge watching* en *perceived realism*). Alle modellen zullen besproken worden, maar enkel het laatste model wordt opgenomen in tabelvorm aangezien deze het beste beeld geeft van de invloed van alle onafhankelijke variabelen.

**Liefde vindt een weg.** Bij het eerste model met de demografische variabelen zijn er geen significante voorspellers van liefde vindt een

weg. Vanaf model 2 blijken zowel geslacht als relatiestatus een significante invloed te hebben op het geloof in ‘liefde vindt een weg’. Na het toevoegen van de televisievariabelen in model drie verdwijnt de significante invloed van geslacht, terwijl de relatiestatus significant blijft. Respondenten geloven dus meer in ‘liefde vindt een weg’ wanneer ze een relatie hebben. Het laatste model toont ook dat respondenten met een hoger *perceived realism* meer geloofden in ‘liefde vindt een weg’. Uit de algemene analyse kan besloten worden dat alle modellen een significante bijdrage leverden aan de verklaarde variantie (zie tabel 13).

**Tabel 13 Regressie analyse bij 'liefde vindt een weg'**

Model	B	SE(B)	$\beta$	F	$\Delta R^2$
1				2.25*	.02
2				4.82***	.08
3	(constant)	4.1	.82	3.88***	.11
	Geslacht	-.25	.14	-.12	
	Leeftijd	-.01	.04	-.02	
	Opleiding	-.26	.14	-.11	
	Relatiestatus Ouders	-.02	.145	-.01	
	SES	-.15	.12	-.07	
	Relatiestatus	.57	.12	.28***	
	Seksuele ervaring	.01	.02	.02	
	Kijken romantische drama's	.03	.07	.02	
	Kijken romantische komedies	.05	.07	.04	
	Disney films	.09	.07	.06	
	Reality Dating	-.12	.07	-.10	
	Binge	.02	.12	.01	

Watching			
Perceived Realism	.21	.06	.18**

\*Significant op .05 niveau

\*\*Significant op .01 niveau

\*\*\* Significant op .001 niveau

**De ideale partner.** In de eerste twee modellen is geslacht niet significant, maar na toevoeging van de televisievariabelen in het derde model wordt geslacht een significante voorspeller voor het geloof in ‘de ideale partner’. Vrouwen geloofden significant minder in ‘de ideale partner’. Het laatste model toont ook dat respondenten met een hoger *perceived realism* meer geloven in ‘de ideale partner’. Uit de algemene analyse kan besloten worden dat model drie een significante bijdrage levert aan de verklaarde variantie. Die stijgt bij het laatste model met 5% (zie tabel 14).

**Tabel 14** Regressie analyse bij ‘de ideale partner’

Model	B	SE(B)	$\beta$	F	$\Delta R^2$
1				1.67	.01
2				1.41	.01
3	(constant)	2.18	.95	2.28**	.05
	Geslacht	-.31	.15	-.14*	
	Leeftijd	.02	.04	.02	
	Opleiding	-.3	.15	-.01	
	Relatiestatus Ouders	-.08	.16	-.03	
	SES	-.18	.14	-.08	
	Relatiestatus	.24	.13	.11	
	Seksuele ervaring	.02	.03	.05	
	Kijken romantische drama's	.03	.08	.03	
	Kijken romantische	.01	.08	.01	

komedies			
Disney films	-.05	.09	-.03
Reality Dating	.09	.08	.07
Binge Viewing	.05	.13	.02
Perceived Realism	.28	.07	.23***

\*Significant op .05 niveau

\*\*Significant op .01 niveau

\*\*\* Significant op .001 niveau

**De ware.** Vanaf model 2 waar de relatieve variabelen worden toegevoegd, blijkt de relatiestatus een significante invloed te hebben op het geloof in 'de ware'. Na toevoegen van de televisievariabelen in model drie blijft de significante invloed van de relatiestatus gelden. De respondenten geloven dus meer in 'de ware' wanneer ze momenteel een relatie hebben. Bij het laatste model wordt ook getoond dat respondenten met een hoger *perceived realism* significant meer geloven in 'de ware'. Uit de algemene analyse kan besloten worden dat model 2 en 3 een significante bijdrage leveren aan de verklaarde variantie. Die stijgt bij het laatste model met 8% (zie tabel 15).

**Tabel 15 Regressie analyse bij 'de ware'**

Model	B	SE(B)	$\beta$	F	$\Delta R^2$
1				1.20	.00
2				2.79**	.04
3	(constant)	4.01	1.04	3.08***	.08
	Geslacht	.08	.17	.03	
	Leeftijd	-.06	.05	-.08	
	Opleiding	-.15	.16	-.05	
	Relatiestatus Ouders	-.08	.18	-.02	
	SES	-.17	.15	-.07	

Relatiestatus	.60	.14	.24***
Seksuele ervaring	.01	.03	.01
Kijken romantische drama's	-.13	.09	-.10
Kijken romantische komedies	.06	.08	.04
Disney films	.07	.09	.05
Reality Dating	.08	.09	.05
Binge Watching	-.15	.14	-.06
Perceived Realism	.301	.08	.22***

\*Significant op .05 niveau

\*\*Significant op .01 niveau

\*\*\* Significant op .001 niveau

**Liefde op het eerste zicht.** In het eerste model met enkel de demografische variabelen, blijkt de opleiding een significante invloed te hebben op het geloof in 'liefde op het eerste zicht'. Na het toevoegen van de relatievariabelen in model 2 verdwijnt de significante invloed van opleiding en blijkt er geen verschil te zijn tussen universiteitsstudenten en hogeschoolstudenten wat betreft het geloof in 'liefde op het eerste zicht'. Vanaf model twee is er wel een invloed van geslacht. Deze invloed blijft significant wanneer in het derde model de televisievariabelen worden toegevoegd. Mannen geloven dus meer in 'liefde op het eerste zicht' dan vrouwen. Uit de algemene analyse kan besloten worden dat alle drie de modellen een significante bijdrage leveren aan de verklaarde variantie. De variantie in alle drie de modellen stijgt haast even veel: twee keer met 4% en één keer met 3% (zie tabel 16).

Tabel 16 Regressie analyse bij 'liefde op het eerste zicht'

Model	B	SE(B)	$\beta$	F	$\Delta R^2$
1				3.20**	.04
2				2.79**	.04
3	(constant)	3.16	1.02	1.81*	.03
	Geslacht	-.53	.16	-.22**	
	Leeftijd	.01	.05	.01	
	Opleiding	-.25	.16	-.09	
	Relatiestatus Ouders	.09	.17	.03	
	SES	.03	.14	.01	
	Relatiestatus	.18	.14	.08	
	Seksuele ervaring	.04	.03	.09	
	Kijken romantische drama's	.06	.09	.05	
	Kijken romantische komedies	.03	.08	.02	
	Disney films	-.05	.09	-.03	
	Reality Dating	-.00	.09	-.00	
	Binge Watching	.00	.14	.00	
	Perceived Realism	.12	.08	.09	

\*Significant op .05 niveau

\*\*Significant op .01 niveau

\*\*\* Significant op .001 niveau

**Romantische idealen.** Vanaf het tweede model waar de relatieve variabelen worden toegevoegd blijkt dat geslacht een



significante invloed heeft op het geloof in romantische idealen. Deze invloed wordt nog sterker als in het derde model de televisievariabelen worden toegevoegd. Mannen geloven significant meer in romantische idealen dan vrouwen. Vanaf het tweede model blijkt ook dat de relatiestatus opnieuw een significante voorspeller is voor het geloof in romantische idealen. Dit blijft het geval wanneer de televisievariabelen worden toegevoegd. Meer bepaald geloven mensen met een relatie meer in romantische idealen. Ook *perceived realism* heeft tenslotte opnieuw een invloed op het geloof in romantische idealen. Mensen met een hoger *perceived realism* geloven meer in romantische idealen. Uit de algemene analyse kan geconcludeerd worden dat model 2 en 3 een bijdrage leveren aan de verklaarde variantie.

**Tabel 17 Regressie analyse bij romantische idealen**

Model	B	SE(B)	$\beta$	F	$\Delta R^2$
1				2.22	.02
2				4.01***	.06
3	(constant)	3.26	.68	4.15***	.12
	Geslacht	-.23	.10	-.14*	
	Leeftijd	-.02	.03	-.04	
	Opleiding	-.15	.11	-.08	
	Relatiestatus Ouders	-.05	.11	-.02	
	SES	-.13	.10	-.07	
	Relatiestatus	.43	.09	.27	
	Seksuele ervaring	.01	.02	.04	
	Kijken romantische drama's	.01	.06	.02	
	Kijken romantische komedies	.04	.06	.04	
	Disney films	.03	.06	.03	

Reality Dating	-.01	.06	-.01
Binge Watching	.00	.09	.00
Perceived Realism	.24	.05	.26

\*Significant op .05 niveau

\*\*Significant op .01 niveau

\*\*\* Significant op .001 niveau

## 7. Discussie

### 7.1 Bespreking van de resultaten

Dit onderzoek heeft als doel gehad een vervolgstudie te leveren op bestaand onderzoek rond de invloed van televisie op romantische idealen bij jongvolwassenen. Het verschil met deze voorgaande studies is dat in dit onderzoek rekening wordt gehouden met de volledige geschiedenis van het liefdes- en zelfs seksleven van de jongvolwassenen. Door toevoeging van verschillende variabelen zoals de relatiestatus van de ouders, *perceived realism*, *binge watching*, sociaaleconomisch status en studieniveau, tracht dit onderzoek op een zo goed en volledig mogelijk manier het geloven in romantische idealen te voorspellen. Daarnaast wordt er bij de romantische fictie een onderscheid gemaakt tussen romantische drama's en romantische komedies, terwijl het meeste onderzoek dit niet doet. Bovendien werd er rekening gehouden met zowel de romantische idealen van Sprecher en Metts (1989) als met de ideeën over liefde die Knee (1998) heeft opgesteld. Doorgaans ligt de focus slechts op één van beiden. Zo werd er in het onderzoek van Hefner en Wilson (2013) alsook in het onderzoek van Lippman, Ward en Seabrook (2014) enkel rekening gehouden met de schaal van Sprecher en Metts (1989) en niet met de schaal van Knee (1998).

Hypothese één voorspelde dat mannen meer uitgesproken romantische idealen zouden hebben dan vrouwen. Onderzoek toonde namelijk aan dat mannen romantischer zijn ingesteld dan vrouwen

(Harrison & Shortall, 2011; Fehr & Broughton, 2001; Ackerman, Griskevicius & Li, 2011; Sprecher en Metts, 1989). De hypothese wordt in dit onderzoek bevestigd. Mannen geloven meer in romantische idealen dan vrouwen, al is dit verschil enkel voor het geloof in 'liefde op het eerste zicht' en romantische idealen in het algemeen significant. Uit de meervoudige regressie analyse blijkt dat geslacht ook een significante voorspeller is voor het geloof in 'de ideale partner'. Terwijl mannen meer geloven in de romantische idealen, geloven vrouwen meer dat liefde inspanningen nodig heeft. Vrouwen houden er namelijk een significant sterker *growth belief* op na. Mogelijk is dit te verklaren omdat de vrouwen in het onderzoek ( $M = 3.01$ ,  $SD = 2.28$ ) gemiddeld een langere relatie hebben dan mannen ( $M = 1.98$ ,  $SD = 1.93$ ) ( $t(348) = -1.72$ ,  $p < .01$ ). Knee (1998) stelde immers al dat *growth belief* meer optreedt naarmate een relatie in een gevorderd stadium zit. Mogelijk is er ook gewoon een verschil tussen mannen en vrouwen en zijn vrouwen meer afwachtend en bedachtzaam op het gebied van liefde en romantiek dan mannen (Harrison & Shortall, 2011).

Volgens de tweede hypothese is relatietevredenheid positief gecorreleerd met het geloven in romantische idealen. Onderzoek stelde immers dat personen die meer tevreden waren over hun relatie ook meer uitgesproken romantische idealen hadden (Sprecher & Metts, 1999). Dit onderzoek bevestigt die hypothese. Relatietevredenheid is sterk gecorreleerd met het geloven in 'liefde vindt een weg', 'de ideale partner', 'de ware' en romantische idealen in het algemeen. Uit het onderzoek van Murray, Holmes en Griffin (1996) blijkt dat wanneer personen hun partner beschrijven als een spiegelbeeld van hoe hun eigen ideale partner eruit ziet, zij meer tevreden zijn met hun relatie. Individuen zijn gelukkiger met hun relatie wanneer ze hun partner idealiseren en omgekeerd. Illusie is dus een belangrijke eigenschap bij relatietevredenheid.

De derde hypothese stelt dat ervaring op liefdesvlak negatief gecorreleerd is met het hebben van liefdesidealens. Uit vorige onderzoeken bleek namelijk dat vorige relaties en ervaring in de liefde wel degelijk een invloed kunnen hebben op de verwachtingen die men heeft van liefde en romantiek (Osborn 2012; Cann, Magnum & Wells, 2001). Voor deze hypothese is echter geen steun te vinden.

In tegendeel, er is zelfs een positief verband tussen het aantal relaties dat personen hebben gehad en het geloof in ‘liefde vindt een weg’ alsook het geloven in romantische idealen in het algemeen. De duur van de relatie die jongvolwassenen momenteel hebben blijkt met geen enkel romantisch ideaal samen te hangen. Mogelijk is het ontbreken van een negatief verband tussen ervaring op liefdesvlak en het hebben van liefdesidealen te wijten aan de jonge leeftijd van de respondenten. Personen die nog maar 18 tot 25 jaar zijn, zijn mogelijk nog niet voldoende geconfronteerd met de minder mooie kanten van liefde, romantiek en relaties, waardoor hun romantische idealen nog intact zijn. Het zou bijgevolg kunnen dat hoe hoger de leeftijd ligt waarop iemand vrijgezel is, hoe minder deze persoon gelooft in bepaalde romantische idealen. Dat wordt bevestigd door de studie. Wanneer er wordt gekeken naar de relatie tussen leeftijd en romantische idealen bij vrijgezellen blijkt inderdaad dat er een negatief verband is tussen het geloof in ‘liefde vindt een weg’ en leeftijd ( $r = -.155$ ,  $p < .05$ ). Hoe ouder een vrijgezel is, hoe minder hij/zij dus gelooft in dit ideaal ( $\beta = -.155$ ,  $t = -2.081$ ,  $p < .05$ ) ( $F(1,176) = 4.331$ ,  $p < .039$ ). Bij personen met een relatie is dit niet het geval. In tegendeel, er is hier een positief verband tussen het geloof in ‘de ideale partner’ en leeftijd ( $r = .206$ ,  $p < .01$ ). Hoe ouder een persoon met een relatie dus is, hoe meer hij/zij gelooft in dit ideaal ( $\beta = .206$ ,  $t = 2.748$ ,  $p < .01$ ). Niet zozeer het aantal relaties dat iemand gehad heeft, maar wel het al dan niet hebben van een relatie lijkt dus het geloven in romantische idealen te sturen.

Er is ook geen relatie tussen het hebben van liefdeservaring en het geloof in groei. Noch het aantal relaties, noch de duur van de huidige relatie is significant gecorreleerd met het *growth belief*. Nochtans is de duur van de huidige relatie positief gecorreleerd met het *growth belief* ( $r = .12$ ) maar deze relatie is niet significant ( $p = .11$ ). Mogelijk zijn de respondenten in dit onderzoek omwille van hun jeugdige leeftijd nog niet lang genoeg in een relatie om deze correlatie te bevestigen.

Een volgende hypothese houdt geen rekening met de ervaring met relaties, maar wel met seksuele ervaring. Personen geven zichzelf gemiddeld 4.70 op seksuele ervaring, wat iets meer is dan de 4.05 die gevonden werd in het onderzoek van Lippman, Ward en Seabrook

(2014). De onderzoekspopulatie van dit onderzoek is wel enkele jaren ouder ( $M = 20.87$ ) dan in het onderzoek van Lippman, Ward en Seabrook ( $M = 18.66$ ), wat dit verschil kan verklaren. Ook het aantal personen dat nog maagd is, ligt lager in dit onderzoek (18% vs. 43.04%). De bijhorende hypothese voorspelt een negatief verband tussen het hebben van seksuele ervaring en het geloven in romantische idealen. Vorig onderzoek, dat eerder beperkt was, stelde namelijk vast dat personen die regelmatig seksueel actief zijn met verschillende personen weinig romantische verwachtingen hebben (Grello, Welsh & Harper, 2006). De hypothese werd echter niet bevestigd door dit onderzoek. Er wordt zelfs een positief verband vastgesteld tussen seksuele ervaring en 'liefde op het eerste zicht'. Dit was zowel het geval wanneer er gekeken werd naar het aantal sekspartners, als wanneer er gekeken werd naar zelfrapportering seksuele ervaring. Dit geloof leidt dus mogelijk tot meer seksuele activiteit, wat niet geheel onlogisch is aangezien *casual sex* vaak gebaseerd is op uiterlijke aantrekking (Grello, Welsh & Harper, 2006). Er werd eveneens een verband gevonden tussen seksuele ervaring op vlak van zelfrapportering en het geloven in romantische idealen in het algemeen. Er werden geen verschillen gevonden tussen personen die nog maagd zijn en personen die minstens één sekspartner hebben gehad. Dit bevestigt eerder onderzoek (Lippman, Ward & Seabrook, 2014).

De zesde hypothese stelt dat personen van wie de ouders gescheiden zijn, minder uitgesproken romantische idealen en een hoger *growth belief* hebben. Uit onderzoek blijkt namelijk dat de relatie en mogelijke scheiding van ouders kan zorgen voor een stevige impact op romantische overtuigingen (Steinberg, Davila & Fincham, 2006; Rowland, 2006). Dit werd in dit onderzoek echter niet gevonden. Er waren geen significante verschillen in het geloof in romantische idealen tussen kinderen van gescheiden ouders en kinderen van niet gescheiden ouders. De relatiestatus van de ouders was ook voor geen enkel romantisch ideaal een significante voorspeller. Het eerste aspect van de zesde hypothese wordt dus niet bevestigd. Wanneer er wordt gekeken naar *belief in growth* wordt er eveneens geen effect gevonden van het al dan niet gescheiden zijn van de ouders. Bijgevolg wordt het tweede aspect van de zesde

hypothese ook niet bevestigd. De relatiestatus van de ouders heeft in dit onderzoek geen significante invloed op romantische idealen. Ook in andere onderzoeken werd de relatiestatus van de ouders gebruikt als controlevariabele en had dit geen effect op romantische idealen (Hefner & Wilson, 2013; Lippman, Ward & Seabrook, 2014). De relatiestatus van ouders is dus geen goede voorspeller voor het geloven in romantische idealen. Sprecher, Cate en Levin (1998) stelden al dat het onderscheid maken tussen getrouwde en gescheiden ouders geen goede methode is. Beter zou er rekening gehouden worden met de kwaliteit van het huwelijk. Dan zouden er wel verschillen zijn tussen kinderen van gelukkig getrouwde ouders en kinderen van gescheiden ouders.

Hypothese 7 verwachtte een negatief verband tussen het kijken van romantische drama's en het geloven in romantische idealen. Er werden echter geen verbanden gevonden. Uit de meervoudige regressie analyses blijkt dat andere variabelen zoals het geloof dat het genre realistisch is, het hebben van een relatie en het geslacht betere voorspellers zijn voor het geloven in romantische idealen dan het kijken van romantische drama's. Lippman, Ward en Seabrook (2014) onderzochten drie romantische genres waarvan (semi-)romantische films het meest lijkt op romantische drama's. Daar werd enkel een verband tussen het kijken van dat genre en het geloof in 'liefde vindt een weg' vastgesteld. Voor de andere romantische idealen werd er net als in dit onderzoek geen verband gevonden. In dit onderzoek werd er – zoals vaak in gelijkaardig – gebruik gemaakt van romantische (drama)films. Wanneer er in dit onderzoek echter enkel rekening wordt gehouden met het gezien geloven in romantische dramafilms, worden er nog steeds geen verbanden met romantische idealen gevonden. Mogelijk is de bevraging in dit onderzoek te complex door de vele antwoordmogelijkheden bij het al dan niet gezien hebben van series en programma's. Wanneer er bij de algemene genre meting enkel wordt rekening gehouden met twee groepen waarbij "Ik kijk dit genre bijna nooit" = 0 en alle andere antwoordmogelijkheden = 1 worden er nog steeds geen verbanden gevonden. Ook wanneer er bij de meting van specifieke meting rekening wordt gehouden met "Ik heb deze film niet volledig gezien" = 0 en alle andere antwoordmogelijkheden = 1 worden er geen

effecten gevonden. Samengevat kan worden gesteld dat het kijken van romantische drama's in dit onderzoek geen effect heeft op het geloven in romantische idealen.

Romantische komedies stonden centraal in hypothese 8. Ook hier werd een verband verwacht tussen het kijken van dit genre en het geloof in romantische idealen, zij het een positief verband. Bij de algemene meting blijkt dat er inderdaad een verband is tussen het kijken van romantische komedies en het geloof in 'liefde vindt een weg' alsook het geloven in romantische idealen in het algemeen. De hypothese wordt dus deels bevestigd, al dient wel opgemerkt te worden dat bij het gelijkaardige onderzoek van Hefner en Wilson (2013) een verband werd gevonden tussen het geloof in 'de ideale partner' en het kijken van romantische idealen. Wanneer er vervolgens naar de meervoudige regressie analyses wordt gekeken, blijkt dat het kijken naar romantische komedies bij geen enkel ideaal een significante voorspeller is. Door toevoeging van de andere variabelen valt dit verband telkens weg. De variabelen die wel goede voorspellers bleken te zijn, waren het geloof dat het genre realistisch was, het geslacht en het hebben van een relatie. Ook hier kan worden geconcludeerd dat het kijken van romantische komedies in dit onderzoek geen effect heeft op het geloven in romantische idealen.

Samengevat kan dus worden gesteld dat hypothesen 7 en 8 niet bevestigd kunnen worden. Het kijken van romantische fictie correleert na het controleren voor andere variabelen met geen enkel romantisch ideaal. Nochtans werd in eerder onderzoek een verband tussen het kijken van romantische fictie en het geloven in romantische idealen aangetoond (Shapiro & Kroeger, 1991; Holmes, 2007; Hefner & Wilson, 2013). Dit onderzoek maakt echter gebruik van veel controlevariabelen en een specifieke leeftijd, waardoor bepaalde schijnverbanden mogelijk worden uitgesloten. Het lijkt er in elk geval sterk op dat in deze studie de voorkeur voor romantische fictie niet samenhangt met het hebben van meer of minder uitgesproken romantische idealen. Er werd immers ook een hypothetische vraag in het onderzoek opgenomen die aan de respondenten vroeg hoe groot de kans was dat ze op een lui Tv-avondje een romantisch drama, een romantische komedie of een *reality dating* show zouden kijken. Wanneer de respondenten

aangaven dat deze kans groter was, leidde dit niet tot het hebben van meer uitgesproken romantische idealen.

Disney films vormen het volgende genre dat besproken wordt. Hypothese 9 verwacht namelijk een verband tussen het gezien hebben van deze films en het geloven in romantische idealen. De kindertijd is namelijk een belangrijke periode voor de vorming van idealen en bovendien bevatten veel Disney films romantische elementen (Riddle 2010; Tanner, Haddock, Zimmerman & Lund, 2003). Er worden echter geen verbanden gevonden tussen het kijken van Disney films en romantische overtuigingen. Hypothese 9 wordt dus niet bevestigd. De stelling van Riddle (2010) dat de periode op de lagere school belangrijk is bij het scheppen van bepaalde idealen, is niet van toepassing op romantische idealen.

De 10 hypothese behandelt een ander genre, namelijk *reality dating* programma's. Door de aanwezigheid van romantische inhoud in deze programma's (Lippman, Seabrook & Ward, 2014) wordt er verwacht dat er een positieve relatie is tussen het kijken van dit genre en het geloven in romantische idealen. Dit is echter nergens het geval, waardoor de hypothese niet bevestigd kan worden. Dit spreekt het onderzoek van Lippman, Seabrook en Ward (2014) tegen die vonden dat *reality* programma's rond huwelijken wel geassocieerd waren met het geloof in 'liefde op het eerste zicht' en 'de ideale partner'. In dat onderzoek werd de huidige relatiestatus niet in de regressie analyse opgenomen, wat mogelijk de verschillende resultaten verklaart.

Volgens hypothese 11 is er een positief verband tussen het *perceived realism* en geloven in de vier romantische idealen. Osborn (2012) en Rivadeneyra en Lebo (2008) hadden namelijk al aangetoond dat dit een rol kan spelen bij het geloven in romantische idealen. *Perceived realism* was positief gecorreleerd met het hebben van drie romantische idealen en romantische idealen in het algemeen. Enkel bij het geloof in 'liefde op het eerste zicht' was *perceived realism* geen significante voorspeller. Hypothese 11 kan wel bevestigd worden.

Hypothese 12 ten slotte verwachtte een verband tussen *binge watching* en romantische idealen. Hier werd geen enkel effect gevonden, waardoor ook hypothese 12 niet kan worden bevestigd.



*Binge watching* is nog een vrij nieuwe term en onderzoek hierrond is beperkt, waardoor het interessant leek dit in dit onderzoek te betrekken. Het al dan niet doen aan *binge watching* heeft echter geen effect op het hebben van meer of minder uitgesproken romantische idealen. Een mogelijke verklaring is dat er weinig verschillen zijn met het kijken van televisie op de klassieke manier. Hier werden immers ook geen effecten vonden.

## 7.2 Limitaties en aanbevelingen

Het is belangrijk om de limieten van dit onderzoek ook te vermelden. Bovendien kan dit toekomstig onderzoek op weg helpen.

Allereerst moet er worden opgemerkt dat het aantal universiteitsstudenten in de uiteindelijke steekproef bijzonder hoog lag (63.7%). Deze steekproef is dan ook niet geheel representatief voor de jongvolwassenen. Wanneer er vervolgonderzoek komt, is het aan te raden om actiever op zoek te gaan naar een bredere steekproef met meer mensen die aan de hogeschool studeren of al actief zijn op de arbeidsmarkt. Er kan gericht op zoek worden gegaan naar bepaalde respondenten om een representatievere steekproef van de jongvolwassenen te verkrijgen. Dit is belangrijk omdat de resultaten dan ook gemakkelijker veralgemeend kunnen worden. Bovendien kunnen dan studenten vergeleken worden met niet studenten, wat in dit onderzoek niet mogelijk was. Verder lijkt het ook interessant om de leeftijdsgroep die net voor jongvolwassenen komt te onderzoeken omdat de resultaten dan naast deze resultaten kunnen gelegd worden. Ook volwassenen kunnen een interessante leeftijdsgroep vormen. Zij hebben immers meer ervaring met romantiek, liefde en relaties waardoor het geloven in romantische idealen bepaalde evoluties kan doorgemaakt hebben.

Ten tweede dient opgemerkt te worden dat de betrouwbaarheid van de *Romantic Beliefs Scale* behoorlijk laag lag. Eén cronbach alpha zakte zelfs onder .60 wat geen betrouwbare schaal meer is. Dit komt mogelijk omdat de schaal vanuit het Engels vertaald werd en een dergelijke procedure nooit geheel zuiver kan verlopen.

Daarnaast dient op te merken dat het onderzoek slechts cross-sectioneel werd uitgevoerd waardoor er geen causale verbanden konden worden afgeleid, hetgeen wel vaker een probleem vormt binnen cultivatie onderzoek. Om een oplossing voor dit probleem te vormen, kan er gebruik gemaakt worden van een longitudinaal onderzoek. Het onderzoek dient dan over lange tijd te verlopen want cultivatie is een vrij stabiel proces dat slechts langzaam verandert (Gerbner, Gross, Morgan & Signorielli, 1986). Door bepaalde respondenten gedurende een bepaalde periode te volgen, kan er gekeken worden wat de impact is van bepaalde gebeurtenissen op het hebben van romantische idealen en de invloed van televisie hierop. Zo kan er gekeken worden naar de evoluties hiervan na een scheiding van de ouders, een relatiebreuk of juist het vinden van een partner. Bij een studie als deze zijn de resultaten slechts een momentopname. Ook kwalitatief onderzoek in plaats van kwantitatief onderzoek kan een interessante methode zijn. Door personen te laten praten over hun ideeën over romantiek en liefde kan er worden nagegaan of er een invloed is van televisie en wanneer deze invloed eventueel optreedt. Hieraan kan ook een experiment worden toegevoegd dat mensen laat kijken naar romantische fictie om zo te onderzoeken wat de effecten op korte termijn zijn op het hebben van romantische idealen.

In derde instantie is het belangrijk om te vermelden dat het onderzoek op de meeste aspecten gebaseerd is op zelfrapporteringen van jongvolwassenen, al werd er soms ook gebruik gemaakt van specifieke voorbeelden. Een alternatief zou zijn dat personen zelf een maand lang bijhouden welke programma's en films ze kijken en dat deze resultaten door de onderzoeker zelf worden verwerkt. Bovendien werd er vaak gevraagd naar televisiegebruik in de afgelopen maand. Het zou kunnen dat het televisiegebruik de laatste maand niet representatief is voor het algemeen televisiegebruik. Bovendien is het waarschijnlijk dat enkele respondenten hun televisiegebruik van de afgelopen maand niet correct inschatten en hun herinneringen onvolledig zijn. Ook hier kan het bijhouden van het televisiegebruik een oplossing vormen.

Ten slotte werd er in dit onderzoek gekozen om romantische fictie op te delen in romantische drama's en romantische komedies

en daarnaast ook nog Disney films en *Reality Dating* programma's in het onderzoek op te nemen. Het verschil tussen wel romantische inhoud en niet romantische inhoud is echter niet zwart-wit. Nagenoeg elk programma of elke film bevat wel romantische elementen (McDonald, 2007). Genres als dramareeksen, soaps, maar ook actie-, misdaad- en politiereeksen hebben romantische verhaallijnen. De hoofdrolpersonages hebben in de marge van het verhaal vaak ook liefdesproblemen die aan bod komen. Een inhoudsanalyse is een mogelijkheid om na te gaan in welke mate het tonen van romantiek, liefde en relaties bij deze genres verschilt.

## 8. Besluit

Deze masterproef heeft als doel gehad om te onderzoeken of er een relatie is tussen het kijken van televisie en het geloven in romantische idealen. Het televisiekijkgedrag werd hierbij in verschillende genres opgedeeld en tegelijkertijd werden er een reeks controlevariabelen toegevoegd die eveneens een invloed kunnen hebben op romantische idealen.

Uit het onderzoek is gebleken dat de effecten van het kijken naar romantische fictie op het geloven in romantische idealen zeer beperkt zijn. Door toevoeging van diverse controlevariabelen is gebleken dat drie variabelen een veel betere voorspeller zijn voor het hebben van romantische idealen in plaats van het kijken naar romantische fictie. Meer bepaald gaat het dan om het *perceived realism*, het geslacht en de huidige relatiestatus.

Een belangrijke bevinding is dat personen die meer geloven dat romantische fictie realistisch is, ook meer uitgesproken romantische idealen hebben. Dit geloof is een betere voorspeller voor het hebben van romantische idealen dan het kijken naar romantische fictie. Daarnaast is gebleken dat mannen meer uitgesproken romantische idealen hebben dan vrouwen. Ten derde hebben ook personen die momenteel een relatie hebben meer uitgesproken romantische idealen. Bij deze personen bleek dat relatietyevredenheid hierboven ook nog eens voor meer uitgesproken romantische idealen zorgt.

De populatie van dit onderzoek, jongvolwassenen, vormen een interessante doelgroep voor onderzoek rond romantische idealen aangezien ze een grote variëteit aan situaties betreffen en velen zich op een scharnierpunt bevinden in hun liefdesleven. De romantische idealen spelen een belangrijke rol in het liefdesleven en hebben gevolgen voor het verdere verloop van romantiek, liefde en relaties in hun leven. Het blijft belangrijk om te onderzoeken wat de mogelijke invloed is van (romantische) televisie op deze romantische idealen om conclusies te kunnen trekken. Uit dit onderzoek blijkt wel dat er rekening moet worden gehouden met bepaalde controlevariabelen om schijneffecten te vermijden. Bijkomend onderzoek is noodzakelijk om te bepalen hoe romantische idealen

evolueren en welke gebeurtenissen en factoren hier invloed op hebben.

## 9. Referentielijst

- Abowitz, D. A., Knox, D., Zusman, M., & McNeely, A. (2009). Beliefs about romantic relationships: Gender differences among undergraduates. *College Student Journal*, 43(2), p. 276.
- Ackerman, J.M., Griskevicius, V., & Li, N. (2011). Let's Get Serious: Communicating Commitment in Romantic Relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(6), pp. 1079-1094.
- Anderson, T. L. (2005). Relationships among Internet attitudes, Internet use, romantic beliefs, and perceptions of online romantic relationships. *CyberPsychology & Behavior*, 8(6), pp. 521-531.
- Andrejevic, M. (2004). *Reality TV: The work of being watched*. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.
- Arnett, J.J. (2000). Emerging Adulthood. *American Psychologist*, 55(5), pp. 469-480.
- Bachen, C. M., & Illouz, E. (1996). Imagining romance: Young people's cultural models of romance and love. *Critical Studies in Media Communication*, 13(4), pp. 279-308.
- Baxter, P. (2014). First sight: how love stories begin (and how some of them end) in today's French cinema. *Studies in French Cinema*, 14(2), pp. 132-155.
- Berscheid, E. (1994). Interpersonal relationships. *Annual review of psychology*, 45(1), 79-129.
- Bilandzic, H., & Busselle, R. W. (2008). Transportation and Transportability in the Cultivation of Genre-Consistent Attitudes and Estimates. *Journal Of Communication*, 58(3), pp. 508-529.

- Bilandzic, H., & Busselle, R. W. (2011). Enjoyment of films as a function of narrative experience, perceived realism and transportability. *Communications, 36*(1), pp. 29-50.
- Bouchev, H. A. (2007). Perceived romantic competence, importance of romantic domains, and psychosocial adjustment. *Journal of Clinical Child and Adolescent Psychology, 36*(4), pp. 503-514.
- Brasel, S. A., & Gips, J. (2011). Media multitasking behavior: Concurrent television and computer usage. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 14*(9), pp. 527-534.
- Brooker, W. (2009). Television out of Time: watching cult shows on download. In R. Pearson, (Red.), *Reading Lost: perspectives on a hit television show*. London: IB Tauris
- Brown, J.D., Steele, J.R., & Childers, K.W. (2002). *Sexual Teens, Sexual Media: Investigating Media's influence on adolescent Sexuality*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Bryant, J. & Zillmann, D. (2002). *Media effects: Advances in theory and research*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Buerkel-Rothfuss, N.L., & Mayes, S. (1981). Soap Opera Viewing: The Cultivation Effect. *Journal of Communication, 31*(3), pp. 108-115.
- Busselle, R. W. (2001). Television exposure, perceived realism, and exemplar accessibility in the social judgment process. *Media Psychology, 3*(1), pp. 43-67.
- Cann, A., Mangum, J. L., & Wells, M. (2001). Distress in response to relationship infidelity: The roles of gender and attitudes about relationships. *Journal of Sex Research, 38*(3), 185-190.
- Cargan, L. (1981). Singles: An examination of two stereotypes. *Family Relations, 30*(3), pp. 377-385.

- Cesar, P., Bulterman, D. C., & Jansen, A. J. (2008). Usages of the secondary screen in an interactive television environment: Control, enrich, share, and transfer television content. In *Changing television environments* (pp. 168-177). Berlijn: Springer Berlin Heidelberg.
- Cho, H., Shen, L., & Wilson, K. (2014). Perceived Realism: Dimensions and Roles in Narrative Persuasion. *Communication Research*, 41(6), pp. 828-851.
- Chock, T. M. (2011). Is it Seeing or Believing? Exposure, Perceived Realism, and Emerging Adults' Perceptions of Their Own and Others' Attitudes About Relationships. *Media Psychology*, 14(4), pp. 355-386.
- Choi, M. H. K. (2012). Can't stop, won't stop. *Wired*, 20(1), p. 66.
- Cloud, D. (2010). The irony bribe and reality television: Investment and detachment in The Bachelor. *Critical Studies in Media Communication*, 27(5), pp. 413-437.
- Cohen, J. & Weimann, G. (2000). Cultivation Revisited: Some Genres Have Some Effects on Some Viewers. *Communication Reports*, 13(2), pp. 99-114.
- Collins, A., & van Dulmen, M. (2006). Friendships and Romance in Emerging Adulthood: Assessing Distinctiveness in Close Relationships. In J.J. Arnett, & J.L. Tanner (eds.), *Emerging Adults in America: Coming of age in the 21<sup>st</sup> century* (pp. 219-234). Washington, DC: American Psychological Association.
- Connolly, J., Furman, W., & Konarski, R. (2000). The role of peers in the emergence of heterosexual romantic relationships in adolescence. *Child development*, 71(5), pp. 1395-1408.
- DePaulo, B.M., & Morris, W.L. (2005). Target Article: Singles in Society and in Science' Psychological. *Inquiry*, 16(2), pp. 57-83.



- Dowd, J. J., & Pallotta, N. R. (2000). The end of romance: The demystification of love in the postmodern age. *Sociological Perspectives*, 43(4), pp. 549-580.
- Dweck, C. S., Chiu, C. Y., & Hong, Y. Y. (1995). Implicit theories and their role in judgments and reactions: A word from two perspectives. *Psychological inquiry*, 6(4), pp. 267-285.
- Eggermont, S. (2004). Television Viewing, Perceived Similarity, and Adolescents' Expectations of a Romantic Partner. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(2), pp. 244-265.
- Eidelson, R.J., & Epstein, N. (1982). Cognition and relationship maladjustment development of a measure of dysfunctional relationship beliefs. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 50(5), pp. 715-720.
- Erikson, E. (1968). *Identity, youth and crisis*. New York: Norton.
- Eschholz, S., Chiricos, T., & Gertz, M. (2003). Television and fear of crime: Program types, audience traits, and the mediating effect of perceived neighborhood racial composition. *Social problems*, 50(3), 395-415.
- Fehr, B., & Broughton, R. (2001). Gender and personality differences in conceptions of love: An interpersonal theory analysis, *Personal Relationships* 8(2), pp. 115-136.
- Ferris, A.L., Smith, S., Greenberg, B.S., & Smith, S.L. (2007). The content of reality dating shows and viewer perceptions of dating. *Journal of Communication*, 57(3), pp. 490-510.
- Fisher, H. (05.03.2015). (*Casual Sex May Be Improving America's Marriages*). [30.03.2015, Nautil:  
<http://nautil.us/issue/22/slow/casual-sex-is-improving-americas-marriages> ]
- Fletcher, G. J., & Simpson, J. A. (2000). Ideal Standards in Close Relationships Their Structure and Functions. *Current Directions in Psychological Science*, 9(3), pp. 102-105.

- Fletcher, G.J., & Kininmonth, L. (1992). Measuring relationship beliefs: An individual differences scale. *Journal of Research in Personality, 26*(4), pp. 371-397.
- Fletcher, G.J., Simpson, J.A., Thomas, G., & Giles, L. (1999). Ideals in intimate relationships. *Journal of Personality and Social Psychology, 76*(1), pp. 72-89.
- Fortner, R. S., & Fackler, P. M. (2014). *The handbook of media and mass communication theory*. UK, West Sussex: John Wiley & Sons.
- Franiuk, R., Cohen, D., & Pomerantz, E.M. (2002). Implicit theories of relationships: Implications for relationship satisfaction and longevity. *Personal Relationships, 9*(4), pp. 345-367.
- Gerbner, G. (1973). Cultural indicators: The third voice. In G. Gerbner, L. Gross, & W. H. Melody (Eds.), *Communications technology and social policy* (pp. 555-573). New York: Wiley.
- Gerbner, G. (1998). Cultivation analysis: An overview. *Mass communication & society, 1*(3), pp.175-194.
- Gerbner, G. (1999) foreword. In Shanahan, J., & Morgan, M. (Eds.), *Television and its viewers* (pp. ix-xi). Cambridge: University Press.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of communication, 26*(2), pp. 172-194.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The "Mainstreaming" of America: Violence Profile No.11. *Journal of Communication, 30*(3), pp. 10-29.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). *Living with television: The dynamics of the cultivation process Perspectives on media effects*. Hilldale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). *Living with television: The dynamics of the cultivation process*, Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1994). *Growing up with television: The cultivation perspective*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Green, M. C., & Clark, J. L. (2013). Transportation into narrative worlds: implications for entertainment media influences on tobacco use. *Addiction*, *108*(3), pp. 477-484.
- Grello, C. M., Welsh, D. P., & Harper, M. S. (2006). No strings attached: The nature of casual sex in college students. *Journal of sex research*, *43*(3), pp. 255-267.
- Griffin, R. N. (2014). A Disney Romance for the Ages: Idealistic Beliefs of Romantic Relationships Held By Youth [Thesis]. University Virginia Tech (Doctoral dissertation, Virginia Tech).
- Haferkamp, C.J. (1999). Beliefs about relationships in relation to television viewing, soap opera viewing, and self-monitoring. *Current Psychology* *18*(2), 193-204.
- Hall, A. (2005). Audience personality and the selection of media and media genres. *Media Psychology*, *7*(4), pp. 377-398.
- Hanna, E. (2014). Be selling your: the prisoner as cult and commodity. *Television & New Media*, *15*(5), pp. 433-448.
- Harden, P. (2012). True Love waits? A Sibling-comparison study of age at first sexual intercourse and romantic relationships in young adulthood. *Psychological Science*, *23*(11), pp. 1324-1336.
- Harrington, C. L., & Bielby, D. D. (1991). The mythology of modern love: Representations of romance in the 1980s. *Journal of Popular Culture*, *24*(4), pp. 129-144.

- Harris, R.J., Hoekstra, S.J., Scott, C.L., Sanborn, F.W., Dodds, L.A., & Brandenburg, J.D. (2004). Autobiographical Memories for Seeing Romantic Movies on a Date: Romance Is Not Just for Women. *Media Psychology*, 6(3), pp. 257-284.
- Harrison, M. A., & Shortall, J. C. (2011). Women and men in love: who really feels it and says it first?. *The Journal of social psychology*, 151(6), pp. 727-736.
- Hatfield, E., & Sprecher, S. (1986). Measuring passionate love in intimate relationships. *Journal of adolescence*, 9(4), pp. 383-410.
- Hefner, V. (2011). *From love at first sight to soul mate: Romantic ideals in popular films and their association with young people's beliefs about relationships* [Thesis]. University of Illinois.
- Hefner, V., & Wilson, B.J. (2013). From Love at First Sight to Soul Mate: The Influence of Romantic Ideals in Popular Films on Young People's Beliefs about Relationships. *Communication Monographs*, 80(2), pp. 150-175.
- Hendrick, S.S., & Hendrick, C. (1995). Gender differences and similarities in seks and love. *Personal Relationships*, 2, pp. 55-65.
- Holland, D., & Eisenhart, M. (1990). *Educated in romance*. Chicago: University of Chicago.
- Holmes, B.M. (2007). In search of my "one-and-only": romance-related media and beliefs in romantic relationship destiny. *The Electronic Journal of Communication*, 17(3,4), z.p.
- Holmes, B.M., & Johnson, K.R. (2009). Where Fantasy meets Reality: Media exposure, relationship beliefs and standards, and the moderating effect of a current relationship. *Social Psychology: New Research* 6, pp. 117-134.
- Internet Movie Database (2015). [18-02-2015, Internet Movie Database: [www.imdb.com](http://www.imdb.com)].

- Johnson, K. R., & Holmes, B. M. (2009). Contradictory messages: A content analysis of Hollywood-produced romantic comedy feature films. *Communication Quarterly*, 57(3), pp. 352-373.
- Jones, S. G. (2002). The sex lives of cult television characters. *Screen*, 43(1), pp. 79-90.
- Kaklamanidou, B. (2013). *Genre, gender and the effects of neoliberalism: the new millennium Hollywood rom com*. London: Routledge.
- Klinger, B. (2006). *Beyond the multiplex: cinema, new technologies, and the home*. London: University of California Press.
- Knee, C. R., Patrick, H., & Lonsbary, C. (2003). Implicit theories of relationships: Orientations toward evaluation and cultivation. *Personality and Social Psychology Review*, 7(1), 41-55.
- Knee, C.R. (1998). Implicit theories of relationships: assesment and prediction of romantic relationship intitiation, coping and longevity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(2), pp. 360-370.
- Knox, D.H., & Sporakowski, M.J. (1968). Attitudes of College Students toward Love. *Journal of Marriage and Family*, 30(4), pp. 638-642.
- Kompare, D. (2006). Publishing Flow DVD Box Sets and the Reconception of Television. *Television & New Media*, 7(4), pp. 335-360.
- Lantz, H. R., Schmitt, R. L., & Herman, R. (1973). The preindustrial family in America: A further examination of early magazines. *American Journal of Sociology*, 33(3), pp. 566-588.
- Lauzen, M. M., Dozier, D. M., & Horan, N. (2008). Constructing gender stereotypes through social roles in prime-time television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(2), pp. 200-214.

- Lee, W. N. (1989). The mass-mediated consumption realities of three cultural groups. *Advances in consumer research*, 16(1), pp. 771-778.
- Lippman, J. R., Ward, L. M., & Seabrook, R. C. (2014). Isn't it romantic? Differential associations between romantic screen media genres and romantic beliefs. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(3), pp. 128-140.
- Lippman, J.R. (2013). *The Relation Between Media Exposure and Beliefs About Stalking* [Thesis]. University of Michigan.
- McAdams, D. P. (2001). The psychology of life stories. *Review of general psychology*, 5(2), pp. 100-122. Metts, S. (2004). First Sexual Involvement in Romantic Relationships: An Empirical Investigation of Communicative Framing, Romantic Beliefs and Attachment Orientation in the Passion Turning Point. In J. Harvey, A. Wenzel & S. Sprecher (Eds.), *The handbook of sexuality in close relationships*, (pp. 135-158). Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Milardo, R. M., & Wellman, B. (1992). The personal is social. *Journal of Social and Personal Relationships*, 9(3), 339-342.
- Montgomery, M. J., & Sorell, G. T. (1997). Differences in love attitudes across family life stages. *Family Relations*, 46(1), pp. 55-61.
- Moore, S. M., & Leung, C. (2001). Romantic beliefs, styles, and relationships among young people from Chinese, Southern European, and Anglo-Australian backgrounds. *Asian Journal of Social Psychology*, 4(1), pp. 53-68.
- Morgan, M. & Harr-Mazar, H. (1980). Television and adolescents' family life expectations. *The Annenberg School of Communications*, Philadelphia: PA.
- Morgan, M., & Shanahan, J. (1997). Two decades of cultivation research: An appraisal and a meta-analysis. In B. Burleson (Eds.), *Communication Yearbook 20*, (pp. 1-45). Newbury Park, CA: Sage.

- Morgan, M., Shanahan J., & Signorielli, N. (2009). Growing up with television: cultivation processes. In J. Bryant & M.B. Oliver (Eds.), *Media Effects*, New York: Routledge.
- Morgan, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2012). *Living with Television Now*. New York: Peter Lang Publishing Inc.
- Murray, S. L., Holmes, J. G., & Griffin, D. W. (1996). The benefits of positive illusions: Idealization and the construction of satisfaction in close relationships. *Journal of personality and social psychology*, 70(1), pp. 79-98.
- Norman, H.N. (2001). Sociability, Interpersonal Relations and the Internet: Reconciling Conflicting Findings. *American Behavioral Scientist*, 45(3), pp. 420-435.
- Novak, M. (1975). Television Shapes the Soul. In D. Cater & R. Adler (eds.), *Television as a Social Force: New Approaches to TV Criticism*. (pp. 9-20). New York: Praeger Publications.
- Osborn, J.L. (2012). When TV and Marriage Meet: A Social Exchange Analysis of the Impact of Television Viewing on Marital Satisfaction and Commitment. *Mass Communication and Society*, 15(5), pp. 739-757.
- Peplau, L. A., Hill, C. T., & Rubin, Z. (1993). Sex Role Attitudes in Dating and Marriage: A 15-Year Follow-Up of the Boston Couples Study. *Journal of Social Issues*, 49(3), 31-52.
- Riddle, K. (2010). Remembering Past Media Use: Toward the Development of a Lifetime Television Exposure Scale. *Communication Methods and Measures*, 4(3), pp.241-255.
- Rios, D.I., & Reyes, X.A. (2007). Carpe Diem: Relational Scripts and "Seizing the Day" in the Hollywood Romantic Comedy. In M.L. Galician, & D.L. Merskin (Eds.), *Critical thinking About Sex, Love, and Romance in the Mass Media: Media ...* (p.94-106). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

- Rivadeneira, R., & Lebo, M. J. (2008). The association between television-viewing behaviors and adolescent dating role attitudes and behaviors. *Journal of adolescence*, 31(3), pp. 291-305.
- Rivadeneira, R., & Ward, L. M. (2005). From Ally McBeal to Sábado Gigante Contributions of Television Viewing to the Gender Role Attitudes of Latino Adolescents. *Journal of Adolescent Research*, 20(4), pp. 453-475.
- Ross, M. (1989). Relation of implicit theories to the construction of personal histories. *Psychological review*, 96(2), pp. 341-357.
- Rowland, A. (2006). The effect of parental divorce on romantic beliefs and relationship characteristics [Thesis]. Texas: University of North Texas.
- s.n. (s.d.). *Binge Viewing*. [Academic Dictionaries and Encyclopedias, 12.03.2014: [http://new\\_words.enacademic.com/570/binge\\_viewing](http://new_words.enacademic.com/570/binge_viewing)].
- Segrin, C. & Nabi, R.L. (2002). Does Television Viewing Cultivate Unrealistic Expectations About Marriage? *Journal of Communication*, 52(2), pp. 247-263.
- Shanahan, J., & Morgan, M.(1999). *Television and its viewers*. Cambridge: University Press.
- Shapiro, J., & Kroeger, L. (1991). Is life just a romantic novel? The relationship between attitudes about intimate relationships and the popular media. *The American Journal of Family Therapy*, 19, pp. 226-236.
- Shrum, L.J., O'Guinn, T.C., Semenik, R.J., & Faber, R.J. (1991). Processes and Effects in the Construction of Normative Consumer Beliefs: the Role of Television. *Advances in Consumer Research*, 18, pp. 755-763.
- Signorielli, N. (1982). Marital status in television drama: A case of reduced options. *Journal of Broadcasting*, 26(2), pp. 585-597.



- Signorielli, N. (1991). Adolescents and ambivalence toward marriage: A cultivation analysis. *Youth and Society*, 23(1), pp. 121-149.
- Signorielli, N. (1991). Adolescents and Ambivalence toward Marriage: A Cultivation Analysis. *Youth and Society*, 23(1), pp. 121-149.
- Simmons, C. H., Kolke, A. V., & Shimizu, H. (1986). Attitudes toward romantic love among American, German, and Japanese students. *The Journal of social psychology*, 126(3), pp. 327-336.
- Sprecher, S., & Metts, S. (1989). Development of the Romantic Beliefs Scale and examination of the effects of gender and gender-role orientation. *Journal of Social and Personal Relationships*, 6(4), pp. 387-411.
- Sprecher, S., & Metts, S. (1999). Romantic beliefs: Their influence on relationships and patterns of change over time. *Journal of Social and Personal Relationships*, 16(6), pp.834-851.
- Sprecher, S., & Toro-Morn, M. (2002). A study of men and women from different sides of earth to determine if men are from Mars and women are from Venus in their beliefs about love and romantic relationships. *Sex Roles*, 46(5-6), pp. 131-147.
- Sprecher, S., Aron, A., Hatfield, E., Cortese, A., Potapova, E., & Levitskaya, A. (1994). Love: American style, Russian style, and Japanese style. *Personal Relationships*, 1(4), pp. 349-369.
- Sprecher, S., Cate, R., & Levin, L. (1998). Parental divorce and young adults' beliefs about love. *Journal of Divorce & Remarriage*, 28(3-4), pp. 107-120.
- Steinberg, S. J., Davila, J., & Fincham, F. (2006). Adolescent marital expectations and romantic experiences: Associations with perceptions about parental conflict and adolescent attachment security. *Journal of Youth and Adolescence*, 35(3), pp. 314-329.

- Sternberg, R. J. (1997). Construct validation of a triangular love scale. *European Journal of Social Psychology*, 27(3), pp. 313-335.
- Straub, B.N. (2006). Looking through rose colored glasses: The media's influence on perceptions of romance and marriage. [Thesis]. Florida: University of Central Florida.
- Strelitz, L. (2004). Against cultural essentialism: Media reception among South African youth. *Media, Culture & Society*, 26(5), pp. 625-641.
- Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N., & Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), pp. 420-433.
- Tanner, L. R., Haddock, S. A., Zimmerman, T. S., & Lund, L. K. (2003). Images of couples and families in Disney feature-length animated films. *The American Journal of Family Therapy*, 31(5), pp. 355-373.
- Tortajada, M. (2004). Eric Rohmer and the mechanics of seduction. *Studies in French Cinema*, 4(3), pp. 229-238.
- Tyree, J. M. (2009). Against the Clock: Slumdog Millionaire and The Curious Case of Benjamin Button. *Film Quarterly*, 62(4), pp. 34-38.
- U.S. Department of Health and Human Services Centers for Disease Control and Prevention (2014). Youth Risk Behavior Surveillance - United States, 2013. *Surveillance Summaries* 63(4), z.p. [13.06.2014, U.S. Department of Health and Humans Services: <http://www.cdc.gov/mmwr/pdf/ss/ss6304.pdf>].
- Umstead, R. T. (2014). Binge Nation. *Multichannel News*, 35(16), pp. 12-13.

- Van den Bulck, J. (2002). The impact of television fiction on public expectations of survival following inhospital cardiopulmonary resuscitation by medical professionals. *European Journal of Emergency Medicine*, 9(4), pp. 325-329.
- Van den Bulck, J. (2004). Research Note: the Relationship between Television Fiction and Fear of Crime. *European Journal of Communication*, 19(2), pp. 239-248.
- Ward, L. M., & Carlson, C. (2013). Modeling Meanness: Associations Between Reality TV Consumption, Perceived Realism, and Adolescents' Social Aggression. *Media Psychology*, 16(4), pp. 371-389.
- Ward, L.M. (2002). Does television exposure affect emerging adults' attitudes and assumptions about sexual relationships? Correlational and experimental confirmation. *Journal of Youth and Adolescence*, 31(1), pp. 1-15.
- Ward, L.M., & Rivadeneyra, R. (1999). Contributions of Entertainment Television to Adolescents' Sexual Attitudes and Expectations: The Role of Viewing Amount versus Viewer Involvement. *The Journal of Sex Research*, 36(3), pp. 237-249.
- Weaver, S. E., & Ganong, L. H. (2004). The factor structure of the romantic beliefs scale for African Americans and European Americans. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21(2), pp. 171-185.
- Weinman, J. (31-03-2014). *Legen-wait for it-dary*. [12-02-2015, Maclean's:<http://search.proquest.com/docview/1508557989?accountid=17215>].
- Whitehouse-Hart, J. (2013). Spending too much time watching TV? In C. Bainbridge, I. Ward, & C.Yates (Eds.), *Television and Psychoanalysis: Psycho-Cultural Perspectives* (pp.111-139). London: Karnac Books Ltd.

- Winn, L. L. (2007). Carpe Diem: Relational Scripts and "Seizing the Day" in the Hollywood Romantic Comedy. In M.L. Galician, & D.L. Merskin (Eds.), *Critical thinking About Sex, Love, and Romance in the Mass Media: Media ...* (p.214-215). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Zurbriggen, E. L., & Morgan, E. M. (2006). Who wants to marry a millionaire? Reality dating television programs, attitudes toward sex, and sexual behaviors. *Sex Roles*, 54(1-2), pp. 1-17.

## **10. Appendix**

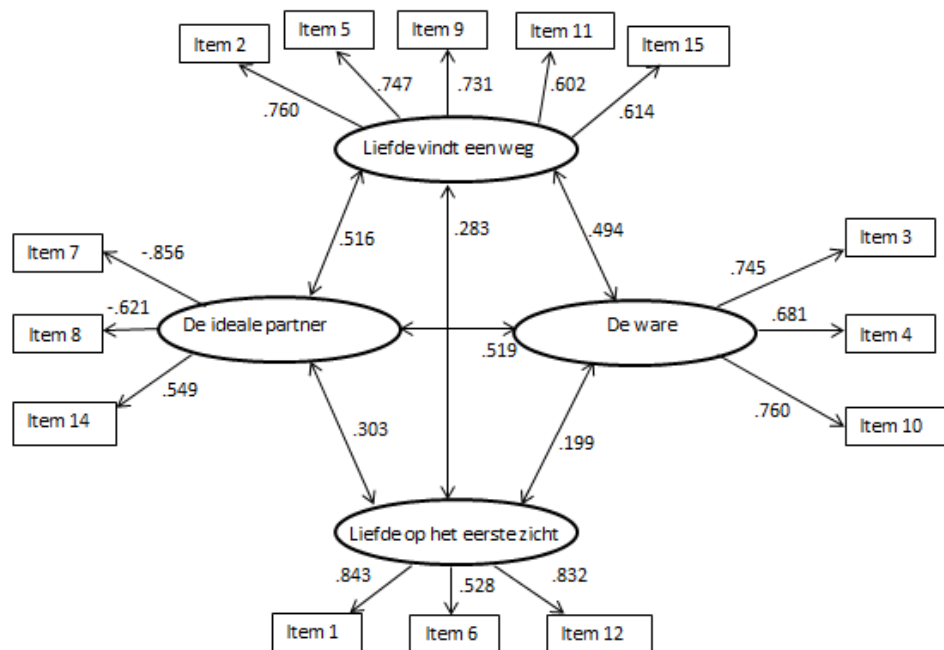
### *10.1 Tabellen*

Table 18 Correlatietablel

		Correlations																		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1.	Liefd vindt een weg	1	,516**	,494**	,283**	,842**	,266**	,011	,209**	,122	,096	,024	-,034	,011	,115**	-,045	,061	,000	,128**	
2.	De ideale partner	,516**	1	,519**	,303**	,786**	,015	,077	,046	,260**	,027	,055	-,033	-,043	,004	,065	,060	-,001	,011	,202**
3.	De Ware	,494**	,519**	1	,199**	,770**	,120	,190**	,040	,238**	,050	,054	,037	-,058	-,032	,048	,057	,040	-,032	,152**
4.	Liefde Op het eerste zicht	,283**	,303**	,199**	1	,471**	-,097	,090	-,003	-,070	,083	,133**	,144**	,068	,010	,081	,032	-,035	-,012	,081
5.	Romantische idealen	,842**	,786**	,770**	,471**	1	,146**	,225**	,030	,248**	,101	,095	,042	-,046	,007	,112	,021	,040	-,004	,203**
6.	Growth Belief	,266**	,015	,120	-,097	,146**	1	,109	,124	-,012	-,003	,006	-,038	-,048	,125	,027	,073	,093	-,002	-,021
7.	Relatiestatus	,268**	,077	,190**	,090	,225**	,109	1	°	°	,116	,235**	,009	-,060	,001	,065	-,046	,090	,026	-,154**
8.	Periode van relatie	,011	,046	,040	-,003	,030	,124	°	1	,005	-,040	-,127	-,193	,138	,041	-,093	,009	,102	,087	-,114
9.	Relatitevredenheid	,209**	,260**	,238**	-,070	,248**	-,012	°	,005	1	-,051	-,120	-,043	-,097	-,156	,158	-,009	,036	-,074	-,135
10.	Aantal relaties	,122	,027	,050	,083	,101	-,003	,116	-,040	-,051	1	,397**	,460**	,079	,060	,070	,004	,053	,073	-,022
11.	Seksuele ervaring	,096	,055	,054	,133**	,095	,006	,235**	-,127	-,120	,397**	1	,585**	,113	,055	,017	,079	,094	-,001	-,045
12.	Aantal sekspartners	,024	-,033	,037	,144**	,042	-,038	,009	-,193**	-,043	,460**	,585**	1	,206**	,082	,079	,071	,027	-,018	,093
13.	Relatiestatus	-,034	-,043	-,058	,068	-,046	-,048	-,060	,138	-,097	,079	,113	,206**	1	,052	-,006	,037	,039	,049	,020
14.	Kijken naar romantische drama's	,011	,004	-,032	,010	,007	,125	,001	,041	-,156**	,060	,055	,082	,052	1	,270**	,433**	,211**	-,157**	,130*
15.	Kijken naar romantische komedies	,115	,065	,048	,081	,112	,027	,065	-,093	,158**	,070	,017	,079	-,006	,270**	1	,193**	,079	-,177**	,101
16.	Kijken naar reality dating	-,045	,060	,057	,032	,021	-,073	-,046	,009	-,009	,004	,079	,071	,037	,433**	,193**	1	,087	-,057	,108*
17.	Disney Films	-,061	-,001	,040	-,035	,040	,093	,090	,102	,036	,053	,094	,027	,039	,211**	,079	,087	1	-,047	,060
18.	Binge Watching	-,000	,011	-,032	-,012	-,004	-,002	,026	,087	-,074	,073	-,001	-,018	,049	-,157**	-,177**	-,057	-,047	1	-,051
19.	Perceived Realism	,128	,202	,152**	,081	,203**	-,021	-,154**	-,114	-,135	-,022	-,045	,093	,020	,130	,101	,108	,060	-,051	1

## 10.2 Figuren

Figuur 1 Factoranalyse Romantic Beliefs Scale



### 10.3 Vragenlijst

#### 1. Contact Informatie

Beste deelnemer,

Bedankt voor je interesse in dit onderzoek. Met dit onderzoek proberen we inzicht te krijgen in hoe jongvolwassenen denken over relaties. We stellen zowel vragen over je opvattingen omtrent relaties als over je vrijetijdsbesteding.

Deelname aan deze studie is beperkt tot jongvolwassenen tussen 18 en 25 jaar.

Het invullen van de vragenlijst zal **ongeveer tussen de 10 en 20 minuten duren**. Voel je vrij om te pauzeren wanneer nodig en op een later tijdstip de vragenlijst te vervolledigen. Het is belangrijk dat je je goed kan focussen op elke vraag voordat je antwoordt.

De antwoorden die je geeft zijn strikt vertrouwelijk en worden samen met de antwoorden van alle andere deelnemers anoniem verwerkt via een computer. Niemand kan achteraf nagaan wat je hebt geantwoord of dat je hebt deelgenomen aan deze studie. De vragenlijst is volledig anoniem en de vertrouwelijkheid van de gegevens is in elk stadium van het onderzoek gewaarborgd.

Je medewerking is volledig vrijwillig. Je bent dus niet verplicht om deel te nemen aan dit onderzoek. Als je akkoord gaat om deel te nemen, kan je deze deelname beëindigen op elk moment zonder gevolgen.



**Ik heb bovenstaande informatie gelezen en begrepen en heb antwoord gekregen op al mijn vragen betreffende deze studie. Door op onderstaande knop te klikken, stem ik toe om deel te nemen aan dit onderzoek. Ik kan echter op elk moment stoppen.**

**Ik heb bovenstaande informatie gelezen en begrepen en heb antwoord gekregen op al mijn vragen betreffende deze studie. Door op onderstaande knop te klikken, stem ik toe om deel te nemen aan dit onderzoek. Ik kan echter op elk moment stoppen.**

## **2. Demografische variabelen**

### **2.1 Wat is jouw geslacht?**

1. Man
2. Vrouw

### **2.2 Wat is je leeftijd? \_\_\_\_\_**

### **2.3 Ik ben momenteel...**

1. Student aan de Hogeschool
2. Student aan de Universiteit
3. Werkend (voltijds)
4. Werkend (halftijds)
5. Werkloos
6. Andere (\_\_\_\_\_)

### **2.4 Wat is jouw hoogst behaalde diploma?**

1. Geen
2. Lager onderwijs
3. Beroeps Secundair Onderwijs (BSO)
4. Kunst Secundair Onderwijs (KSO)
5. Technisch Secundair Onderwijs (TSO)
6. Algemeen Secundair Onderwijs (ASO)
7. Hoger onderwijs (niet-universitair)
8. Universiteit (Bachelor)

- 9. Universiteit (Master)
- 10. Doctoraat

### **2.5 Wat is het hoogst behaalde diploma van je moeder?**

- 1. Geen
- 2. Lager onderwijs
- 3. Lager middelbaar
- 4. Hoger middelbaar beroepsonderwijs (BSO)
- 5. Hoger technisch middelbaar (A2) (TSO)
- 6. Hoger algemeen vormend middelbaar (ASO)
- 7. Niet universitair hoger onderwijs van het korte type (2 of 3 jaar)
- 8. Niet universitair hoger onderwijs van het lange type (4 of 5 jaar)
- 9. Universitair onderwijs
- 10. Doctoraat
- 11. Ik weet het niet

### **2.6 Wat is het hoogst behaalde diploma van je vader?**

- 1. Geen
- 2. Lager onderwijs
- 3. Lager middelbaar
- 4. Hoger middelbaar beroepsonderwijs (BSO)
- 5. Hoger technisch middelbaar (A2) (TSO)
- 6. Hoger algemeen vormend middelbaar (ASO)
- 7. Niet universitair hoger onderwijs van het korte type (2 of 3 jaar)
- 8. Niet universitair hoger onderwijs van het lange type (4 of 5 jaar)
- 9. Universitair onderwijs
- 10. Doctoraat
- 11. Ik weet het niet

### **2.7 Wat is je seksuele geaardheid?**

- 1. Heteroseksueel



hebben, ondanks alle obstakels.

Wanneer ik mijn “ware liefde” ontmoet, zal ik dat waarschijnlijk kort na onze ontmoeting beseffen.      ○      ○      ○      ○      ○      ○      ○

Wanneer ik de geschikte partner vind, zal ik ongetwijfeld alles wat ik te weten kom over deze persoon leuk vinden.      ○      ○      ○      ○      ○      ○      ○

De relatie met mijn “ware liefde” zal zo goed als perfect zijn.      ○      ○      ○      ○      ○      ○      ○

Als ik echt van iemand houd, zal ik altijd wel een manier vinden om samen te kunnen zijn, ongeacht de fysieke afstand of eender welk obstakel.      ○      ○      ○      ○      ○      ○      ○

Er is maar één “ware liefde” voor mij.      ○      ○      ○      ○      ○      ○      ○

Als mijn relatie voorbestemd is, kan eender welk obstakel (geldgebrek, fysieke afstand, carrière conflict, ...) overwonnen worden.      ○      ○      ○      ○      ○      ○      ○

De kans is groot dat ik meteen verliefd word als ik      ○      ○      ○      ○      ○      ○      ○

de juiste persoon tegenkom

Ik verwacht dat de romantiek in mijn relatie niet zal verdwijnen naarmate de tijd vordert.

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Als ik echt van iemand houd, weet ik dat die persoon de perfecte partner zal zijn. Hij/zij zal me aanvaarden, begrijpen en liefhebben.

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Ik geloof dat de liefde tussen mij en mijn (toekomstige) partner alle verschillen en problemen tussen ons kan overwinnen.

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

#### **4. Relatiegegevens**

##### **4.1 Wat is de burgerlijke staat van jouw ouders?**

1. Wettelijk samenwonend
2. nooit getrouwd (en momenteel niet samenwonend)
3. getrouwd
4. gescheiden
5. weduenaar/weduwe/overledene
6. andere:

Indien een ander antwoord dan a) wettelijk samenwonend of c) getrouwd werd geselecteerd:

#### **4.1.1 Heeft je moeder momenteel een relatie?**

- a) Mijn moeder heeft een relatie, maar woont er niet mee samen
- b) Mijn moeder woont samen met iemand.
- c) Mijn moeder is hertrouwd.
- d) Mijn moeder heeft momenteel geen relatie
- e) Mijn moeder leeft niet meer

#### **4.1.2 Heeft je vader momenteel een relatie?**

- a) Mijn vader heeft een relatie, maar woont er niet mee samen
- b) Mijn vader woont samen met iemand.
- c) Mijn vader is hertrouwd.
- d) Mijn vader heeft momenteel geen relatie
- e) Mijn vader leeft niet meer.

#### **4.2 Heb je momenteel een relatie?**

- 1. Ja
- 2. Nee

INDIEN JA:

#### **4.2.1 Hoe lang ben je ongeveer in deze relatie? \_\_\_ jaar (slider)**

#### **4.2.2 Hoe kan je de relatie met je partner best omschrijven?**

- 1. Niet-samenwonend
- 2. Samenwonend
- 3. Wettelijk samenwonend
- 4. Verloofd



INDIEN NEE:

**4.2.4 : Hoe lang ben je ongeveer single? \_\_\_ jaar (slider)**

**4.3 Hoeveel relaties heb je al gehad (indien van toepassing: huidige relatie meegerekend) (slider)**

**4.4 Hoe zou je jouw huidige niveau van seksuele ervaring beschrijven op een schaal van 1 tot 10? (1 = “Ik heb geen ervaring op dit gebied”; 10 = “Ik heb reeds verschillende seksuele relaties achter de rug”)**

**4.5 Hoeveel sekspartners heb je al gehad? (slider)**

## 5. Implicit theories of relationships scale

Geef aan in hoeverre je akkoord gaat met volgende uitspraken.

(Likertschaal: Helemaal niet akkoord – niet akkoord – eerder niet akkoord – noch akkoord, noch niet akkoord – eerder akkoord – akkoord – helemaal akkoord)

### Destiny Beliefs

In een relatie pas je ofwel volledig bij elkaar, ofwel helemaal niet.      ○      ○      ○      ○      ○      ○      ○

Een succesvolle relatie is vaak een kwestie van meteen de juiste partner te vinden.      ○      ○      ○      ○      ○      ○      ○







relatie werken.

Een goede relatie vereist dat je er regelmatig energie in steekt.                       

Zonder af en toe eens een ruzie kan een relatie niet groeien.                       

Ruzies geven je de mogelijkheid om je relatie te verbeteren.                       

Je moet veel tijd en moeite investeren in een goede relatie.                       

De ideale relatie groeit met de tijd.                       

## 6. Binge Watching

**6.1 Heb je aan "binge watching" gedaan de afgelopen maand? "Binge watching" is het in één keer bekijken van opeenvolgende afleveringen van een bepaalde TV-reeks, bijvoorbeeld How I met your mother.**

1. Ja
2. Nee

INDIEN JA:

**6.1.1 Probeer te schatten op hoeveel dagen je de afgelopen maand aan binge watching hebt gedaan. Vul hieronder het aantal dagen in: \_\_\_\_\_**

**6.1.2 Probeer te schatten hoeveel uren per dag je aan "binge watching" hebt gedaan tijdens de laatste maand. Vul hieronder het aantal uren in: \_\_\_\_\_**

**6.1.3 Bij welke TV-reeksen heb je aan "binge watching" gedaan tijdens de laatste twee maanden? \_\_\_\_\_**

## **7. Televisie kijkgedrag**

**7.1 Als je televisie kijkt op een gewone weekday (maandag tot vrijdag), hoeveel uur kijk je dan gemiddeld op één dag? Neem hierin NIET het aantal uur op dat je aan "binge watching" doet.**

Let op: tv-programma's en films die online bekeken worden (streaming), OnDemand, op je laptop, dvd-speler, ... moeten ook meegerekend worden!

1. 0 uur
2. Minder dan 30 minuten
3. 30 minuten tot 1 uur
4. 1,5 uur tot 2 uur
5. 2 tot 2,5 uur
6. 2,5 tot 3 uur
7. 3 tot 4 uur
8. 4 tot 5 uur
9. Ongeveer 6 uur
10. Meer dan 6 uur

**7.2 Als je televisie kijkt op een gewone weekenddag (zaterdag tot zondag), hoeveel uur kijk je dan gemiddeld op één dag? Neem hierin NIET het aantal uur op dat je aan "binge watching" doet.**

Let op: tv-programma's en films die online bekeken worden (streaming), OnDemand, op je laptop, dvd-speler, ... moeten ook meegerekend worden!

1. uur
2. Minder dan 30 minuten
3. 30 minuten tot 1 uur
4. 1,5 uur tot 2 uur
5. 2 tot 2,5 uur
6. 2,5 tot 3 uur
7. 3 tot 4 uur
8. 4 tot 5 uur
9. Ongeveer 6 uur
10. Meer dan 6 uur

### **7.3 Hoeveel Disney films zag je als kind?**

1. Geen enkele
2. Een paar Disney films
3. Zo goed als alle Disney films
4. Ik heb zo goed als alle Disney films meerdere keren bekeken

### **7.4 Geef aan hoe vaak je de volgende films bekeken hebt**

1. Belle en het Beest
2. Doornroosje
3. Mulan
4. Sneeuwitje
5. Aladdin
6. Rapunzel
7. Brave
8. Assepoester
9. Frozen
10. De Kleine Zeemeermin
11. Pocahontas
12. De prinses en de kikker

### **7.5 Hoe vaak kijk je naar deze soorten tv-programma's?**

Let op: tv-programma's en films die online bekeken worden (streaming), OnDemand, op je laptop, dvd-speler, ... moeten ook meegerekend worden!

(Likertschaal: bijna nooit – enkele keren per jaar – enkele keren per maand – enkele keren per week – bijna dagelijks)

1. Engelstalige humoristische series (vb. New Girl, Friends, How I met your Mother, The Big Bang Theory, Two and a Half Men,...)
2. Reality programma's (vb. The Sky is the Limit, Astrid in Wonderland,...)
3. Engelstalige actie-en politiereeksen (vb. CSI, Breaking Bad, Homeland, Elementary, The Mentalist, The Sopranos, ...)
4. Vlaamse romantische drama series (vb. Ella, Danni Lowinski,...)
5. Engelstalige reality dating programma's (vb: Are you the One, Ex on the Beach, Catfish, Married at first sight, Jersey Shore, The Bachelor,...)
6. Engelstalige romantische drama series (vb. Grey's Anatomy, Gossip Girl, Girls, Sex and The City, Desperate Housewives, Hart of Dixie, Parenthood, Gilmore Girls,...)
7. Engelstalige Soaps (vb. Days of Our Lives, The Bold and the Beautiful, If Loving You is Wrong, The Young and the Restless,...)
8. Vlaamse actie-en politiereeksen (Witse, Aspen, Code 37,...)
9. Vlaamse dramaserie (vb. Cordon, Met Man en Macht, Quiz me Quick,...)
10. Engelstalige dramaserie (Revenge, Orange is the New Black, The Black List, Orphan Black, Pretty Little Liars,...)
11. Animatieseries (vb. Simpsons, Family Guy, Futurama, ...)
12. Vlaamse humoristische series (vb. FC de Kampioenen, Safety First, De Kotmadam,...)
13. Muziekvideo's (MTV, TMF, YouTube, ...)
14. Engelstalige supernatural dramas (vb: Vampire Diaries, True Blood, Supernatural, The Walking Dead, Flash, Arrow,...)
15. Fantasy series (vb. Game of Thrones, Once Upon a Time, Vikings,...)

16. Vlaamse reality dating programma's (bv. Boer zkt Vrouw, singl3s, The Bachelor,...)
17. Het nieuws/journaal
18. Vlaamse Soaps (vb. Thuis, Familie,...)

### **7.6 Heb je onderstaande programma's gezien? Hoe vaak bekijk/bekeek je deze programma's?**

(Likertschaal: Nooit – Enkele fragmenten – één aflevering – meerdere afleveringen – bijna elke aflevering)

Let op: Je kan tv-programma's ook online (streaming), OnDemand, op je laptop, dvd-speler, ... bekijken. Dit moet ook meegerekend worden!

1. Vriendinnen
2. Sex and the City
3. The Vampire Diaries
4. Loslopend Wild
5. Girls
6. Danni Lowinski
7. Boer zkt Vrouw
8. The Bachelor
9. Oh Oh Cherso
10. How I met your Mother
11. Tom & Harry
12. Gossip Girl
13. Grey's Anatomy
14. Friends
15. Connie & Clyde
16. Singl3s

### **7.7 Heb je onderstaande films gezien? Hoe vaak bekeek/bekijk je deze films?**

(Likertschaal: Nooit – Niet volledig – één keer volledig – twee keer – meer dan twee keer)

Let op: Je kan films ook online (streaming), OnDemand, op je laptop, dvd-speler, ... bekijken. Dit moet ook meegerekend worden!

1. 50 Shades of Grey
2. Love Actually
3. Plan Bart
4. 500 Days of Summer
5. P.S. I Love you
6. Smoorverliefd
7. The Notebook
8. Forgetting Sarah Marshall
9. The Vow
10. Titanic
11. The Hunger Games
12. Twilight
13. The Fault in our Stars
14. Notting Hill
15. The Best of Me

## 8. Perceived Realism

Geef aan in hoeverre je akkoord gaat met de volgende stellingen. Met romantische series/films bedoelen we zowel romantische drama's (vb: Grey's Anatomy, Sex and the City, Gossip Girl, The Notebook, The Fault in Our stars, ..) als sitcoms/romantische komedies (vb: Friends, How I met your Mother, 500 Days of Summer, Friends with Benefits, Connie & Clyde, ...).

(Likertschaal: Helemaal niet akkoord – niet akkoord – eerder niet akkoord – noch akkoord, noch niet akkoord – eerder akkoord – akkoord – helemaal akkoord)

Romantische series/films laten zien hoe het is om een relatie te hebben.





De relaties die je vaak ziet in romantische series/films lijken helemaal niet op relaties in de realiteit. (R)     

De relaties die je ziet in romantische series/films tonen mij hoe relaties horen te zijn in de realiteit.     

Relatieproblemen die voorkomen in romantische series/films lijken erg op de problemen waar koppels mee worstelen in de realiteit     

Je kan niets leren over hoe relaties horen te zijn door naar romantische drama's te kijken. (R)     

## 9. Voorkeur televisie

Stel: Je hebt een lui avondje ingepland en heel veel zin om een goede serie of film te kijken...

Hoe groot is de kans dat je een romantische drama serie, een romantische komedie of een reality dating show kijkt?

(Likertschaal: heel klein – klein – eerder klein – geen idee – eerder groot – groot – heel groot)

## 10. Reality Dating

Geef aan in hoeverre je akkoord gaat met de volgende stellingen. Met Reality Dating programma's bedoelen we televisieprogramma's

