



Bachelorthese Psychologie

Thema Human Factors and Media (HFM)



Waarom kijken we reality programma's?

Een onderzoek naar kijkmotieven



Door: Ilse Hogt

Studentnummer: s1024787

Eerste begeleider: dr. A. Heuvelman

Tweede begeleider: dr. P.A.M. Kommers

Augustus 2012

Faculteit Gedragwetenschappen



UNIVERSITEIT TWENTE.

Samenvatting

Reality programma's zijn de afgelopen jaren erg populair geworden en ze zijn niet meer van de Nederlandse televisie weg te denken. Wat maakt deze programma's populair en waarom kijken we er graag naar? Diverse onderzoeken tonen aan dat een aantal motieven een belangrijke rol spelen, echter zijn deze onderzoeken gericht op reality TV in het algemeen en is er geen onderscheid gemaakt tussen verschillende genres. In dit onderzoek is er gekeken welke motieven een rol spelen bij verschillende genres van reality TV. Daarnaast is er gekeken of de kijkmotieven voor verschillende genres nog verschillen tussen mannen en vrouwen en tussen leeftijdscategorieën. Dit is onderzocht aan de hand van een online-vragenlijst over vijf verschillende genres. Respondenten moesten antwoorden op een vijf-punts Likert Scale in hoeverre verschillende stellingen, die verschillende kijkmotieven representeerden, op hen van toepassing waren. De resultaten tonen aan dat de motieven *entertainment* en *voyeurisme* een belangrijke rol spelen. Verder laat dit onderzoek zien dat de verschillen tussen mannen en vrouwen en tussen leeftijdscategorieën niet voor elk genre hetzelfde zijn. Dit geeft aan dat het belangrijk is om in onderzoek naar kijkmotieven onderscheid te maken in verschillende genres en reality TV dus niet als één genre gezien kan worden.

Abstract

For the past several years reality shows are very popular and common on Dutch television. What makes reality TV so popular and why do we like to watch these shows? Several studies have shown that a number of motives play a major role for watching reality TV. However, these studies focused on reality TV in general and there was no distinction made between different genres. This study focused on which motives play a role in various genres of reality TV and on whether these motives for viewing different genres are different between gender and age or not. This is examined by a five-point Likert Scale survey, for five different genres. The participants had to answer different propositions to what degree they applied to them. These propositions offered different viewing motives. The results showed that the motives *entertainment* and *voyeurism* plays an important role. Furthermore, this study demonstrated that the differences between gender and age groups are not the same for each genre. This indicates that it is important to distinguish between different genres of reality TV and that it cannot be seen as one genre.

Inleiding

Reality programma's zijn de afgelopen jaren erg populair geworden en ze zijn niet meer van de Nederlandse televisie weg te denken. Het begon in 1999 met Big Brother, wat een groot succes was, en sindsdien komen er steeds meer programma's bij. Denk aan programma's als *Wie is de mol?*, *Hollands Got Talent*, *Help, mijn man is klusser* of *Boer zoekt vrouw*. Het aanbod en de diversiteit nemen toe (televizier.nl). Twee factoren die belangrijk zijn voor het succes van dit televisie format zijn: 1) het trekt een grote groep kijkers die concurreert met de kijkers van fictieprogramma's en daarnaast trekt het een meer gericht publiek, en 2) de productie van reality shows is relatief goedkoop, dit maakt het aantrekkelijk en zorgt daarom voor een vaste plek in televisieland (Aubrey et. al, 2012). Door het toenemende aanbod aan reality programma's ontstaan de vragen: wat is de aantrekkingskracht van deze programma's? En waarom kijken we er graag naar?

Een theorie die gebruikt wordt om dit te onderzoeken is de *Uses and Gratifications theory*. Deze theorie onderzoekt hoe mensen media gebruiken. De aanname is dat mensen media selecteren om behoeften en wensen te vervullen. Deze behoeften worden geuit in motieven om een bepaald medium te gebruiken en zijn verbonden aan sociale en psychologische kenmerken van een persoon (Stacks & Salwen, 2009). De theorie gaat er vanuit dat kijkers een actieve rol spelen in hun eigen mediaconsumptie (Nabi, Stitt, Halford & Finnerty, 2006; Papacharissi & Mendelson, 2007).

Ondanks dat de term *reality TV* veelvuldig gebruikt wordt, is er geen algemene definitie van dit begrip. Zo gebruikt de één de term om een breed aantal verschillende categorieën te definiëren en de ander om onderscheid te maken tussen fictie en non-fictie programma's (Hall, 2006). Kenmerken die gegeven worden van reality TV zijn o.a. filmen zonder script, het hebben van een verhaal, dienen als entertainment, mensen worden neergezet als henzelf en niet als acteurs, mensen weten niet dat ze gefilmd worden en filmen in de eigen leef- of werkomgeving en niet op een set (Nabi, Biely, Morgan & Stitt, 2003). Probleem van deze definitie is echter dat lang niet alle reality TV programma's al deze kenmerken bevatten, bijvoorbeeld gameshows of talentenshows (Hall, 2006). Het belangrijkste kenmerk: realiteit, is ook erg ambigue. De meeste shows portretteren mensen die écht bestaan en gaan over gebeurtenissen die écht gebeuren, maar meestal speelt het zich af in een context waarin de mensen weten dat ze gefilmd worden en de meeste shows worden opgezet met het expliciete doel om een show te creëren (Hall, 2006). Als je kijkt naar programma's als *Wie is de Mol* of *Expeditie Robinson*, dan is het kenmerk 'het speelt zich af in de eigen leefomgeving', ook niet van toepassing.

Er zijn de afgelopen jaren al verschillende onderzoeken gedaan naar welke motieven een rol spelen bij het kijken naar televisieprogramma's. In 1983 deed Rubin al onderzoek naar kijkmotieven. Hij verdeelde deze motieven in negen categorieën: *ontspanning*, *companionship*, *gewoonte*, *tijdverdrijf*, *entertainment*, *sociale interactie*, *informatie*, *arousal* en *ontsnapping*. Papacharissi & Mendelson (2007) hebben onderzoek gedaan naar wat motieven zijn voor het kijken naar reality TV, dit hebben ze gedaan aan de hand van een vragenlijst met stellingen. De respondenten werden gevraagd aan te geven in hoeverre de

stellingen overeen kwamen met hun eigen redenen om reality TV te kijken door middel van een vijf-punts Likert Scale. Uit dit onderzoek komt naar voren dat *gewoonte* en *entertainment* de voornaamste redenen zijn om te kijken. Daarna komen de motieven *sociale interactie*, *voyeurisme*, *ontspanning* en *companionship*.

De motieven *voyeurisme* en *entertainment* komen ook naar voren uit onderzoek van Nabi, Biely, Morgan & Stitt (2003). Ook zij hebben onderzoek gedaan naar kijkmotieven voor reality TV, door middel van open en gesloten vragen. Een ander motief wat uit dit onderzoek naar voren komt is *persoonlijke identiteit*. Dit sluit aan op onderzoek van Reiss & Wiltz (2004), *status* is volgens dit onderzoek een belangrijk kijkmotief. Mensen kijken graag naar reality TV zodat ze zichzelf kunnen vergelijken met de personen in het programma (Nabi, Biely, Morgan & Stitt, 2003). Mensen gaan zich daardoor beter over zichzelf voelen en kennen zichzelf dan een hogere status toe. Hoe meer statusgericht mensen zijn, hoe meer ze geneigd zijn reality TV te kijken en zeggen daar plezier aan te beleven (Reiss & Wiltz, 2004).

Uit de verschillende onderzoeken komt een aantal motieven om naar reality TV te kijken dus steeds terug. *Voyeurisme*, *entertainment*, *persoonlijke identiteit*, *companionship*, *sociale interactie* en *gewoonte* lijken belangrijke kijkmotieven te zijn. *Voyeurisme* is plezier beleven aan het feit dat je door reality programma's een kijkje kunt nemen in het privéleven van anderen. Je krijgt hierdoor gebeurtenissen te zien of verhalen te horen van mensen die je anders nooit of niet zo snel zou horen (Nabi, Biely, Morgan & Stitt, 2003; Nabi, Stitt, Halford & Finnerty, 2006; Papacharissi & Mendelson, 2007). Bij *entertainment* gaat het er om dat je naar een programma kijkt, omdat je het leuk vindt, het programma dient als vermaak. Ontspanning speelt hier ook een rol bij. Het kijken naar een programma kan dienen als rustmoment voor jezelf of om even niet te hoeven denken aan school of werk (Nabi, Stitt, Halford & Finnerty, 2006; Papacharissi & Mendelson, 2007). Bij *persoonlijke identiteit* gaat het erom dat je jezelf vergelijkt met personen in het programma, waardoor je jezelf beter kunt gaan voelen (Nabi, Stitt, Halford & Finnerty, 2006). Doordat je jezelf beter voelt, ken je jezelf een hogere status toe. (Reiss & Wiltz, 2004). Het motief *companionship* stelt dat je kijkt naar reality programma's op momenten dat je je alleen of eenzaam voelt. Het kijken naar deze programma's helpt je dan om je minder eenzaam te voelen als je niemand om je heen hebt (Papacharissi & Mendelson, 2007). Bij *sociale interactie* gaat het om de interactie met andere personen die ook reality programma's kijken. Deze interactie kan plaatsvinden doordat je samen met anderen naar het programma kijkt, maar het kan ook gaan om het mee kunnen praten met anderen over een bepaald programma (Nabi, Biely, Morgan & Stitt, 2003; Papacharissi & Mendelson, 2007). Het motief *gewoonte* stelt dat het kijken naar reality programma's tijdverdrijf is dat geïntegreerd is in de dagelijkse routine van het individu. Verveling speelt hierbij ook een rol, mensen kijken naar reality programma's als er geen andere activiteit beschikbaar is, dus als ze niets anders te doen hebben (Nabi, Biely, Morgan & Stitt, 2003; Papacharissi & Mendelson, 2007).

Reality TV is een format met enorm veel verschillende programma's. Bovengenoemde kijkmotieven spelen dus een belangrijke rol bij het kijken naar reality TV, maar wellicht zijn ze niet voor alle programma's hetzelfde. Er wordt al geprobeerd de verschillende reality programma's in te delen in categorieën, of genres. Echter is het door het zeer gevarieerde aanbod aan programma's moeilijk om genres te definiëren en daarbij kunnen programma's binnen een genre erg van elkaar verschillen (Hall, 2006). In diverse onderzoeken is aan

mensen gevraagd om verschillende programma's in te delen in subcategorieën. De inconsistentie van deze indelingen toont aan dat het moeilijk is om duidelijk te onderscheiden genres te creëren (Hall, 2006; Nabi, 2007). Echter geeft juist deze inconsistentie ook aan dat niet alle programma's onder dezelfde noemer vallen en dat het dus noodzakelijk is om subcategorieën te maken (Hall, 2006).

Het genre *romantiek* is een genre dat tot nu toe als enige duidelijk onderscheiden kan worden van de rest (Nabi, 2007). Andere genres die regelmatig gebruikt worden in onderzoeken en terugkomen in de literatuur zijn *competitie*, *talentenshows* en *drama* (Nabi, 2007; Nabi, Stitt, Halford & Finnerty, 2006; Godlewski & Perse, 2010).

Het doel van dit onderzoek is het onderzoeken wat kijkmotieven zijn voor verschillende reality TV genres. Hoofdvraag van dit onderzoek is daarom:

Wat zijn kijkmotieven voor verschillende genres van reality TV?

Twee deelvragen hierbij zijn:

- 1. In welke mate verschillen de kijkmotieven voor de verschillende genres tussen mannen en vrouwen?*
- 2. In welke mate verschillen de kijkmotieven voor de verschillende genres tussen verschillende leeftijdscategorieën?*

Methode

Respondenten en procedure

Aan het onderzoek hebben 125 respondenten deelgenomen. Een aantal respondenten heeft niet de gehele vragenlijst ingevuld, waardoor er 103 respondenten overbleven waarvan de data bruikbaar waren voor verdere analyse. Deze overgebleven respondenten bestonden uit 29 mannen (28.2%) en 74 vrouwen (71.8%). De leeftijd van deze groep lag tussen de 16 en 74 jaar en de gemiddelde leeftijd was 33.67 jaar (SD = 14.49).

De vragenlijst die in dit onderzoek gebruikt is, stond online op “*ThesisTools Online Enquêtes*”. Respondenten werden benaderd via e-mail, in deze mail werden ze gevraagd om deel te nemen aan het onderzoek. In deze e-mail werd geïntroduceerd dat het gaat om een onderzoek naar kijkmotieven die een rol spelen bij het kijken naar verschillende reality programma’s. Vervolgens werd de link naar de online-vragenlijst gegeven.

Daarnaast is er ook gebruik gemaakt van social media om respondenten te werven, zoals *Facebook*, *Hyves* en *Twitter*. Via deze media is een oproep gedaan om deel te nemen aan het onderzoek. Ook hier is eerst geïntroduceerd dat het gaat om een onderzoek naar kijkmotieven die een rol spelen bij het kijken naar verschillende reality programma’s, gevolgd door de link naar de online-vragenlijst.

Ten slotte heeft ook het sneeuwbaaleffect een rol gespeeld bij het werven van respondenten. In de e-mail en via de social media is een oproep gedaan om de link naar de vragenlijst door te sturen naar andere mensen. Een aantal respondenten hebben de link naar de online-vragenlijst op hun eigen *Facebook* pagina gezet en de e-mail doorgestuurd naar anderen.

Meetinstrument

Opbouw van de vragenlijst

De online-vragenlijst begon met een inleidende tekst om de respondenten een indruk te geven waar het onderzoek over gaat. Vervolgens werd er eerst gevraagd een aantal algemene gegevens in te vullen: leeftijd en geslacht.

De online-vragenlijst ging over vijf verschillende reality genres. Bij elk genre kreeg de respondent eenentwintig stellingen die hij/zij moest beantwoorden. Deze stellingen representeerden verschillende kijkmotieven en waren bij elk reality genre hetzelfde. De stellingen werden gemeten door middel van een vijf-punts Likert Scale: *helemaal oneens*, *oneens*, *niet oneens/niet eens*, *eens* en *helemaal eens*.

Voordat de respondent de stellingen voor elk genre kon beantwoorden, werd er een controlevraag gesteld of de respondent wel eens naar het desbetreffende reality genre keek. Als dit het geval was, kreeg de respondent de stellingen voor dit genre te zien en als dit niet het geval was, ging de respondent door naar het volgende genre. Om de respondent een indicatie te geven welke programma’s bij een bepaald genre horen, werd een aantal programma’s als voorbeeld genoemd. Een voorbeeld van zo’n controlevraag is: “*Kijk je, of*

heb je wel eens gekeken naar reality programma's waarin de nadruk ligt op romantiek (zoals “Boer Zoekt Vrouw”, “Grenzeloos Verliefd”, “Wie Trouwt Mijn Zoon” en “Zorgeloos Verliefd”)?”.

Reality genres

In de online-vragenlijst werden er vragen gesteld over vijf verschillende reality genres: *romantiek*, *competitie-/gameshows*, *talentenshows*, *programma's waarin mensen een persoonlijk verhaal vertellen* (wordt verder *persoonlijk verhaal* genoemd) en *programma's waarin mensen geholpen worden* (wordt verder *hulpprogramma's* genoemd). In de literatuur komen de eerste drie genres, *romantiek*, *competitie-/gameshows* en *talentenshows*, meerdere malen terug (Nabi, Stitt, Halford & Finnerty, 2006; Godlewski & Perse, 2010). De laatste twee genres zijn de laatste jaren steeds vaker te zien op de Nederlandse televisie. Deze vijf genres representeren samen goed het programma-aanbod op de huidige Nederlandse televisie.

Onder het genre *romantiek* vallen programma's als *Boer Zoekt Vrouw* en *Grenzeloos Verliefd*. Bij het genre *competitie-/gameshows* gaat het om programma's als *Wie is de Mol?* en *Expeditie Robinson*. *Talentenshows* zijn programma's als *The Voice of Holland* en *Hollands Got Talent*. Bij het genre *persoonlijk verhaal* gaat het om programma's als *Gepest* of *Je Zal Het Maar Hebben*. En voorbeelden van *hulpprogramma's*, zijn programma's als *Mijn Leven In Puin* of *Help Mijn Man Is Klusser*.

Kijkmotieven

De eenentwintig stellingen die gebruikt werden bij elk reality genre waren opgebouwd uit zes verschillende kijkmotieven. De motieven die onderzocht werden, waren *persoonlijke identiteit*, *entertainment/ontspanning*, *gewoonte/verveling*, *voyeurisme*, *sociale interactie* en *companionship*. Deze motieven worden vaker gebruikt in onderzoeken naar kijkmotieven en komen meerdere malen terug in de literatuur (Rubin, 1983; Nabi, Biely, Morgan & Stitt, 2003; Nabi, Stitt, Halford & Finnerty, 2006; Papacharissi & Mendelson, 2007).

Het eerste motief was *persoonlijke identiteit* ($\alpha = .89$), hierbij ging het om aspecten als zelfbewustzijn en neerwaartse sociale vergelijking. Dit motief was opgebouwd uit twee stellingen. In de online-vragenlijst kwam dit dus neer op tien items, omdat de stellingen bij alle vijf de genres herhaald werden.

Het tweede motief was *entertainment/ontspanning* ($\alpha = .91$). Je kijkt naar een bepaald programma, omdat je het leuk vindt of ter ontspanning. Dit motief was opgebouwd uit vier stellingen, dus twintig items in de online-vragenlijst. Twee van de stellingen hadden betrekking op het entertainmentaspect en de andere twee hadden betrekking op ontspanning.

Het derde motief was *gewoon/verveling* ($\alpha = .91$), hierbij gaat het om tijdinvulling als je niets anders te doen hebt. Dit motief was opgebouwd uit vier stellingen, dus twintig items in de online-vragenlijst. Eén stelling had betrekking op *gewoonte*, de andere drie stellingen hadden betrekking op *verveling*.

Het vierde motief was *voyeurisme* ($\alpha = .94$), hierbij gaat het om plezier beleven aan het feit dat je door reality programma's een kijkje kunt nemen in het privéleven van anderen. Dit motief was opgebouwd uit drie stellingen, dus vijftien items in de online-vragenlijst.

Het vijfde motief was *sociale interactie* ($\alpha = .93$), hierbij gaat het om de interactie met andere personen die ook reality programma's kijken. Dit motief was opgebouwd uit vier stellingen, dus twintig items in de online-vragenlijst.

Het laatste motief was *companionship* ($\alpha = .89$). Dit motief stelt dat je kijkt naar reality programma's op momenten dat je je alleen of eenzaam voelt. Dit motief was opgebouwd uit vier stellingen, dus twintig items in de online-vragenlijst.

Resultaten

Het onderzoek naar kijkmotieven is gedaan op basis van vijf verschillende genres. Naar programma's die in het genre *romantiek* vallen, keken 67 respondenten, onder wie 57 vrouwen en 10 mannen. Het genre *competitie/gameshows* werd door 68 respondenten bekeken, waarvan 55 vrouwen en 13 mannen. Naar het genre *talentenshows* keken 85 respondenten, onder wie 65 vrouwen en 20 mannen. Het genre *persoonlijk verhaal* werd door 49 respondenten bekeken, waarvan 43 vrouwen en 6 mannen. En *hulpprogramma's* werden door 33 respondenten bekeken, waarvan 26 vrouwen en 7 mannen.

In de vijf onderstaande tabellen wordt beschreven wat de gemiddelde scores waren op de motieven per genre. Er wordt beschreven wat de gemiddelde score is van het totaal aantal respondenten dat naar het desbetreffende genre keek en daarnaast wordt er aangegeven wat de gemiddelde scores van de vrouwen en mannen apart zijn. Er kon geantwoord worden door middel van een vijf-punts Likert Scale. De laagst mogelijke score was dus een 1 en de hoogst mogelijk score een 5.

Tabel 1
Gemiddelden voor het genre "romantiek"

Kijkmotieven		Gemiddelde score	SD
Persoonlijke identiteit	Totaal (n = 67)	1.51	.62
	Vrouw (n = 57)	1.54	.65
	Man (n = 10)	1.35	.41
Entertainment/ontspanning	Totaal (n = 67)	3.46	.78
	Vrouw (n = 57)	3.56	.92
	Man (n = 10)	2.88	.72
Gewoonte/verveling	Totaal (n = 67)	2.52	.86
	Vrouw (n = 57)	2.57	.85
	Man (n = 10)	2.25	.91
Voyeurisme	Totaal (n = 67)	2.74	.95
	Vrouw (n = 57)	2.82	.92
	Man (n = 10)	2.27	.98
Sociale interactie	Totaal (n = 67)	2.56	.82
	Vrouw (n = 57)	2.55	.81
	Man (n = 10)	2.65	.88
Companionship	Totaal (n = 67)	1.82	.73
	Vrouw (n = 57)	1.87	.73
	Man (n = 10)	1.58	.69

Tabel 2

Gemiddelden voor het genre "competitie/gameshows"

Kijkmotieven		Gemiddelde score	SD
Persoonlijke identiteit	Totaal (n = 68)	1.61	.67
	Vrouw (n = 55)	1.61	.71
	Man (n = 13)	1.62	.51
Entertainment/ontspanning	Totaal (n = 68)	3.79	.69
	Vrouw (n = 55)	3.91	.68
	Man (n = 13)	3.73	.75
Gewoonte/verveling	Totaal (n = 68)	2.48	.70
	Vrouw (n = 55)	2.54	.72
	Man (n = 13)	2.46	.67
Voyeurisme	Totaal (n = 68)	2.50	1.02
	Vrouw (n = 55)	2.56	.98
	Man (n = 13)	2.27	1.16
Sociale interactie	Totaal (n = 68)	2.93	.87
	Vrouw (n = 55)	2.90	.84
	Man (n = 13)	3.04	1.02
Companionship	Totaal (n = 68)	1.76	.70
	Vrouw (n = 55)	1.78	.69
	Man (n = 13)	1.67	.75

Tabel 3

Gemiddelden voor het genre "talentenshows"

Kijkmotieven		Gemiddelde score	SD
Persoonlijke identiteit	Totaal (n = 85)	1.50	.76
	Vrouw (n = 65)	1.60	.83
	Man (n = 20)	1.18	.37
Entertainment/ontspanning	Totaal (n = 85)	3.32	.94
	Vrouw (n = 65)	3.47	.87
	Man (n = 20)	2.83	1.03
Gewoonte/verveling	Totaal (n = 85)	2.40	.82
	Vrouw (n = 65)	2.40	.87
	Man (n = 20)	2.40	.63
Voyeurisme	Totaal (n = 85)	1.97	1.02
	Vrouw (n = 65)	2.17	1.05
	Man (n = 20)	1.30	.49
Sociale interactie	Totaal (n = 85)	2.83	.91
	Vrouw (n = 65)	2.80	.89
	Man (n = 20)	2.93	.99
Companionship	Totaal (n = 85)	1.73	.76
	Vrouw (n = 65)	1.81	.82
	Man (n = 20)	1.49	.46

Tabel 4

Gemiddelden voor het genre "persoonlijke verhalen"

Kijkmotieven		Gemiddelde score	SD
Persoonlijke identiteit	Totaal (n = 49)	1.96	.98
	Vrouw (n = 43)	1.92	1.02
	Man (n = 6)	2.25	.69
Entertainment/ontspanning	Totaal (n = 49)	3.13	.75
	Vrouw (n = 43)	3.15	.78
	Man (n = 6)	3.00	.57
Gewoonte/verveling	Totaal (n = 49)	2.07	.84
	Vrouw (n = 43)	2.02	.84
	Man (n = 6)	2.38	.86
Voyeurisme	Totaal (n = 49)	3.97	.64
	Vrouw (n = 43)	3.99	.67
	Man (n = 6)	3.78	.40
Sociale interactie	Totaal (n = 49)	2.22	.98
	Vrouw (n = 43)	2.13	.93
	Man (n = 6)	2.83	1.19
Companionship	Totaal (n = 49)	1.68	.79
	Vrouw (n = 43)	1.70	.82
	Man (n = 6)	1.54	.64

Tabel 5

Gemiddelden voor het genre "hulpprogramma's"

Kijkmotieven		Gemiddelde score	SD
Persoonlijke identiteit	Totaal (n = 33)	1.89	.86
	Vrouw (n = 26)	1.96	.88
	Man (n = 7)	1.64	.80
Entertainment/ontspanning	Totaal (n = 33)	3.04	.84
	Vrouw (n = 26)	3.13	.82
	Man (n = 7)	2.68	.87
Gewoonte/verveling	Totaal (n = 33)	2.29	.87
	Vrouw (n = 26)	2.34	.85
	Man (n = 7)	2.11	1.00
Voyeurisme	Totaal (n = 33)	3.31	1.00
	Vrouw (n = 26)	3.47	.83
	Man (n = 7)	2.71	1.38
Sociale interactie	Totaal (n = 33)	2.39	1.06
	Vrouw (n = 26)	2.09	.91
	Man (n = 7)	3.50	.83
Companionship	Totaal (n = 33)	1.77	.77
	Vrouw (n = 26)	1.88	.80
	Man (n = 7)	1.36	.48

Om te onderzoeken of de verschillen in kijkmotieven tussen mannen en vrouwen statistisch significant zijn, is er een onafhankelijke t-toets uitgevoerd. Voor het genre *romantiek* zijn de verschillen tussen mannen en vrouwen alleen voor het motief *entertainment/ontspanning* statistisch significant, ($t = -2.65$, $p = .010$). Voor het genre *talentenshows* zijn de verschillen tussen mannen en vrouwen voor de motieven *persoonlijke identiteit* ($t = -3.22$, $p = .002$), *entertainment/ontspanning* ($t = -2.79$, $p = .007$), *voyeurisme* ($t = -5.12$, $p = .000$) en *companionship* ($t = -2.22$, $p = .030$) statistisch significant. Voor het genre *hulpprogramma's* zijn de verschillen tussen mannen en vrouwen voor het motief *sociale interactie* statistisch significant ($t = 3.70$, $p = .001$). Voor de genres *competitie/gameshows* en *persoonlijke verhalen* zijn geen significante verschillen gevonden tussen mannen en vrouwen.

Om te onderzoeken of mensen verschillende kijkmotieven hebben afhankelijk van hun leeftijd, zijn er vier verschillende leeftijdscategorieën gemaakt. De categorieën zijn; *jongeren* (15-24 jaar), *jong volwassenen* (25-34 jaar), *volwassenen* (35-54 jaar) en *ouderen* (55-74 jaar). In onderstaande vijf tabellen worden de gemiddelden voor de kijkmotieven per leeftijdscategorie beschreven.

Tabel 6

Gemiddelden per leeftijdscategorie voor het genre "romantiek"

Kijkmotieven	Leeftijdscategorie	Gemiddelde score	SD
Persoonlijke identiteit	Jongeren (n = 36)	1.57	.62
	Jong volwassenen (n = 5)	1.50	.61
	Volwassenen (n = 23)	1.50	.66
	Ouderen (n = 3)	1.00	.00
Entertainment/ontspanning	Jongeren (n = 36)	3.53	.88
	Jong volwassenen (n = 5)	3.60	.78
	Volwassenen (n = 23)	3.35	.63
	Ouderen (n = 3)	3.46	.88
Gewoonte/verveling	Jongeren (n = 36)	2.94	.81
	Jong volwassenen (n = 5)	2.00	.53
	Volwassenen (n = 23)	2.08	.66
	Ouderen (n = 3)	1.83	.88
Voyeurisme	Jongeren (n = 36)	2.61	.91
	Jong volwassenen (n = 5)	3.00	1.27
	Volwassenen (n = 23)	2.99	.92
	Ouderen (n = 3)	1.89	.51
Sociale interactie	Jongeren (n = 36)	2.67	.86
	Jong volwassenen (n = 5)	2.40	.52
	Volwassenen (n = 23)	2.47	.84
	Ouderen (n = 3)	2.33	.38
Companionship	Jongeren (n = 36)	2.02	.74
	Jong volwassenen (n = 5)	1.30	.41
	Volwassenen (n = 23)	1.73	.69
	Ouderen (n = 3)	1.08	.14

Tabel 7

Gemiddelden per leeftijdscategorie voor het genre "competitie/gameshows"

Kijkmotieven	Leeftijdscategorie	Gemiddelde score	SD
Persoonlijke identiteit	Jongeren (n = 41)	1.70	.72
	Jong volwassenen (n = 6)	1.42	.49
	Volwassenen (n = 20)	1.53	.62
	Ouderen (n = 1)	1.00	.
Entertainment/ontspanning	Jongeren (n = 41)	4.01	.63
	Jong volwassenen (n = 6)	3.67	.83
	Volwassenen (n = 20)	3.43	.61
	Ouderen (n = 1)	3.25	.
Gewoonte/verveling	Jongeren (n = 41)	2.70	.69
	Jong volwassenen (n = 6)	2.04	.49
	Volwassenen (n = 20)	2.15	.63
	Ouderen (n = 1)	2.75	.
Voyeurisme	Jongeren (n = 41)	2.51	.96
	Jong volwassenen (n = 6)	1.56	1.05
	Volwassenen (n = 20)	2.83	.95
	Ouderen (n = 1)	1.00	.
Sociale interactie	Jongeren (n = 41)	2.99	.99
	Jong volwassenen (n = 6)	2.75	.55
	Volwassenen (n = 20)	2.94	.65
	Ouderen (n = 1)	1.50	.
Companionship	Jongeren (n = 41)	1.84	.71
	Jong volwassenen (n = 6)	1.58	.90
	Volwassenen (n = 20)	1.70	.64
	Ouderen (n = 1)	1.00	.

Tabel 8

Gemiddelden per leeftijdscategorie voor het genre "talentenshows"

Kijkmotieven	Leeftijdscategorie	Gemiddelde score	SD
Persoonlijke identiteit	Jongeren (n = 43)	1.72	.86
	Jong volwassenen (n = 9)	1.11	.42
	Volwassenen (n = 29)	1.36	.64
	Ouderen (n = 4)	1.00	.00
Entertainment/ontspanning	Jongeren (n = 43)	3.47	.91
	Jong volwassenen (n = 9)	3.44	1.12
	Volwassenen (n = 29)	3.15	.77
	Ouderen (n = 4)	2.69	1.81
Gewoonte/verveling	Jongeren (n = 43)	2.74	.83
	Jong volwassenen (n = 9)	2.00	.56
	Volwassenen (n = 29)	2.08	.67
	Ouderen (n = 4)	1.88	.78
Voyeurisme	Jongeren (n = 43)	2.03	1.04
	Jong volwassenen (n = 9)	1.33	.69
	Volwassenen (n = 29)	2.16	1.03
	Ouderen (n = 4)	1.33	.67
Sociale interactie	Jongeren (n = 43)	2.86	.97

	Jong volwassenen (n = 9)	2.36	.97
	Volwassenen (n = 29)	2.97	.79
	Ouderen (n = 4)	2.50	.61
Companionship	Jongeren (n = 43)	1.90	.89
	Jong volwassenen (n = 9)	1.58	.52
	Volwassenen (n = 29)	1.60	.38
	Ouderen (n = 4)	1.19	.76

Tabel 9

Gemiddelden per leeftijdscategorie voor het genre “persoonlijke verhalen”

Kijkmotieven	Leeftijdscategorie	Gemiddelde score	SD
Persoonlijke identiteit	Jongeren (n = 28)	2.21	1.01
	Jong volwassenen (n = 4)	1.50	1.00
	Volwassenen (n = 16)	1.69	.85
	Ouderen (n = 1)	1.00	.
Entertainment/ontspanning	Jongeren (n = 28)	3.36	.66
	Jong volwassenen (n = 4)	3.13	.43
	Volwassenen (n = 16)	2.75	.87
	Ouderen (n = 1)	3.00	.
Gewoonte/verveling	Jongeren (n = 28)	2.26	.89
	Jong volwassenen (n = 4)	1.75	.50
	Volwassenen (n = 16)	1.88	.75
	Ouderen (n = 1)	1.00	.
Voyeurisme	Jongeren (n = 28)	3.96	.63
	Jong volwassenen (n = 4)	3.92	.88
	Volwassenen (n = 16)	3.98	.67
	Ouderen (n = 1)	4.00	.
Sociale interactie	Jongeren (n = 28)	2.36	1.05
	Jong volwassenen (n = 4)	1.31	.66
	Volwassenen (n = 16)	2.25	.83
	Ouderen (n = 1)	1.50	.
Companionship	Jongeren (n = 28)	1.85	.88
	Jong volwassenen (n = 4)	1.25	.50
	Volwassenen (n = 16)	1.55	.65
	Ouderen (n = 1)	1.00	.

Tabel 10

Gemiddelden per leeftijdscategorie voor het genre “hulpprogramma’s”

Kijkmotieven	Leeftijdscategorie	Gemiddelde score	SD
Persoonlijke identiteit	Jongeren (n = 10)	2.40	.81
	Jong volwassenen (n = 4)	1.63	.95
	Volwassenen (n = 18)	1.72	.81
	Ouderen (n = 1)	1.00	.
Entertainment/ontspanning	Jongeren (n = 10)	3.60	.76
	Jong volwassenen (n = 4)	3.38	.25
	Volwassenen (n = 18)	2.76	.70

Gewoonte/verveling	Ouderen (n = 1)	1.00	.
	Jongeren (n = 10)	3.03	.67
	Jong volwassenen (n = 4)	2.50	.74
	Volwassenen (n = 18)	1.90	.72
Voyeurisme	Ouderen (n = 1)	1.00	.
	Jongeren (n = 10)	3.40	.99
	Jong volwassenen (n = 4)	2.50	1.04
	Volwassenen (n = 18)	3.46	.98
Sociale interactie	Ouderen (n = 1)	3.00	.
	Jongeren (n = 10)	2.68	.98
	Jong volwassenen (n = 4)	1.75	1.33
	Volwassenen (n = 18)	2.39	1.07
Companionship	Ouderen (n = 1)	2.00	.
	Jongeren (n = 10)	2.30	.96
	Jong volwassenen (n = 4)	1.44	.52
	Volwassenen (n = 18)	1.54	.58
	Ouderen (n = 1)	2.00	.

Om te onderzoeken of de verschillen tussen de leeftijdscategorieën statistisch significant zijn, is er een variatieanalyse (ANOVA) uitgevoerd. In het genre *romantiek* zijn de verschillen tussen de leeftijdscategorieën voor twee motieven statistisch significant, *gewoonte/verveling* ($F(3,63) = 8.14, p = .000$) en *companionship* ($F(3,63) = 3.22, p = .028$). In het genre *competitie/gameshows* zijn de verschillen tussen de leeftijdscategorieën voor drie motieven statistisch significant, *entertainment/ontspanning* ($F(3,64) = 3.99, p = .011$), *gewoonte/verveling* ($F(3,64) = 4.07, p = .010$) en *voyeurisme* ($F(3,64) = 3.53, p = .020$). In het genre *talentenshows* zijn de verschillen tussen de leeftijdscategorieën voor twee motieven statistisch significant, *persoonlijke identiteit* ($F(3,81) = 3.08, p = .032$) en *gewoonte/verveling* ($F(3,81) = 6.28, p = .001$). In het genre *persoonlijk verhaal* zijn er geen significante verschillen gevonden tussen de leeftijdscategorieën. En voor het genre *hulpprogramma's* zijn de verschillen tussen de leeftijdscategorieën voor twee motieven statistisch significant, *entertainment/ontspanning* ($F(3,29) = 6.46, p = .002$) en *gewoonte/verveling* ($F(3,29) = 6.65, p = .001$).

Conclusie & discussie

Dit onderzoek is uitgevoerd om inzicht te krijgen in welke motieven een rol spelen bij het kijken naar verschillende reality TV genres. Aan de hand van een online-vragenlijst werden vijf verschillende genres onderzocht. In deze vragenlijst werd er bij elk genre stellingen gegeven die verschillende kijkmotieven representeerden.

Voor alle vijf de genres, *romantiek*, *competitie/gameshows*, *talentenshows*, *persoonlijk verhaal* en *hulpprogramma*, werd er gemiddeld hoger dan een 3 gescoord (hoogst mogelijke score was een 5) op het motief *entertainment/ontspanning*. Op basis van deze gemiddelde scores kan gezegd worden dat dit motief een grote rol speelt bij het kijken naar reality TV, ongeacht het genre. Dit komt uit andere onderzoeken ook naar voren. Bijvoorbeeld in het onderzoek van Nabi et al. (2003), in dit onderzoek wordt er onderscheid gemaakt tussen twee typen kijkers, *regular viewers* en *casual viewers*, beide typen kijkers kijken reality TV voor *entertainment*. Ook uit andere onderzoeken komt naar voren dat mensen graag naar reality programma's kijken voor *entertainment* (Rubin, 1983; Hall, 2006; Papacharissi & Mendelson, 2007). *Entertainment* blijkt dus een belangrijk kijkmotief te zijn voor mensen om naar reality TV te kijken en dat wordt door dit onderzoek ondersteund.

Voor de genres *persoonlijk verhaal* en *hulpprogramma's* wordt er ook hoger dan een 3 gescoord op het motief *voyeurisme* (resp. score: 3.97 en 3.31). Voor deze twee genres is deze gemiddelde score hoger dan de score op het motief *entertainment/ontspanning* (resp. score: 3.13 en 3.04). Afgaand op de gemiddelde scores lijkt bij deze twee genres het motief *voyeurisme* dus een grotere rol te spelen dan het motief *entertainment/ontspanning*. *Voyeurisme* is plezier beleven aan het feit dat je een kijkje kunt nemen in het leven van andere mensen. Je leert verhalen van mensen kennen die je anders nooit zou horen en daarbij gaat het meestal om mensen die je helemaal niet kent. Dit motief speelt een grotere rol bij reality programma's, dan bij fictie programma's (Nabi, Stitt, Halford & Finnerty, 2006). Dat dit motief een grotere rol speelt bij de genres *persoonlijk verhaal* en *hulpprogramma's* zou verklaard kunnen worden door het feit dat juist deze twee genres erg ingaan op de persoonlijke verhalen en situaties van mensen. In de genres *romantiek*, *competitie/gameshows* en *talentenshows* ligt de nadruk op andere aspecten en komen de persoonlijke verhalen en situaties van mensen veel minder aan de orde.

De resultaten tonen dus aan dat *entertainment* en *voyeurisme* motieven zijn die een belangrijke rol spelen bij het kijken naar verschillende genres. Uitgaande van de *Uses and Gratifications theory* is hiermee nog niet gezegd welke specifieke cognitieve of psychologische aspecten ten grondslag liggen aan deze motieven. Verder onderzoek naar waarom deze motieven belangrijk zijn, is dus nog nodig in de toekomst.

Als het gaat om de verschillen tussen mannen en vrouwen, speelt een aantal motieven om naar reality programma's te kijken een grotere rol bij vrouwen dan bij mannen. In het genre *romantiek* wordt op het motief *entertainment/ontspanning* significant hoger gescoord door vrouwen dan door mannen. Over het algemeen zijn vrouwen meer geïnteresseerd in

onderwerpen als liefde en romantiek. Dit zou kunnen verklaren dat zij dit soort programma's meer kijken ter ontspanning of entertainment dan mannen.

In het genre *talentshows* wordt op meerdere motieven significant hoger gescoord door vrouwen dan door mannen. Het gaat hier om de motieven *persoonlijke identiteit*, *entertainment/ontspanning*, *voyeurisme* en *companionship*. Het aantal mannen dat naar dit soort programma's kijkt, is lager dan het aantal vrouwen, 65 vrouwen tegenover 20 mannen. Dit komt overeen met resultaten van Enigma Research, dit onderzoek wijst uit dat talentshows over het algemeen populairder zijn onder vrouwen (63%) dan onder mannen (47%) (Enigma Research, 2011).

Het genre *hulpprogramma's* is het enige genre waar er door de mannen significant hoger wordt gescoord op een motief dan door de vrouwen, het gaat hier om het motief *sociale interactie*. Dit zou kunnen komen door het feit dat mannen dit soort programma's wellicht niet zo snel kijken uit zichzelf. Onder de respondenten worden dit soort programma's ook minder door mannen bekeken ($n = 7$) dan door vrouwen ($n = 26$). Een reden voor mannen dat ze naar dit soort programma's kijken zou dus kunnen zijn, omdat ze meekijken met anderen (*sociale interactie*).

Voor de genres *competitie/gameshows* en *persoonlijk verhaal* zijn geen significante verschillen tussen mannen en vrouwen gevonden.

Als het gaat om de leeftjdsverschillen zijn er significante verschillen voor een aantal motieven. Deze verschillen echter per genre. In het genre *romantiek* zijn er significante verschillen gevonden voor het motief *gewoonte/verveling* en *companionship*. Op het motief *gewoonte/verveling* scoren jongeren (15-24 jaar) het hoogst. De overige leeftijdscategorieën scoren hier lager op. Jongeren kijken zulke programma's dus vaker uit verveling dan oudere leeftijdsgroepen. Dit zou kunnen komen, doordat jongeren van deze leeftijd nog minder serieus met liefde en romantiek bezig zijn dan de andere leeftijdscategorieën en daarom vooral uit *gewoonte* of *verveling* naar dit soort programma's kijken. Daarnaast scoren jongeren ook het hoogst op het motief *companionship*. Een mogelijk verklaring hiervoor is dat ze misschien wel verlangen naar een serieuze relatie. Ze zouden zich daardoor eenzaam en alleen kunnen voelen en daarom graag kijken naar zulke programma's.

In het genre *competitie/gameshows* zijn er significante verschillen gevonden voor de motieven *entertainment/ontspanning*, *gewoonte/verveling* en *voyeurisme*. Op het motief *voyeurisme* scoren jongeren en volwassenen hoger dan jongvolwassenen en ouderen. Op het motief *entertainment/ontspanning* scoren jongeren het hoogst (score 4.01). De overige leeftijdscategorieën scoren echter ook hoog op dit motief (jong volwassenen 3.67, volwassenen 3.47 en ouderen 3.25). De gemiddelden in de leeftijdscategorieën liggen dus dicht bij elkaar. Dit zou verklaard kunnen worden door het feit dat *entertainment/ontspanning* een algemeen motief is om naar reality programma's te kijken, zoals hierboven is beschreven. Op het motief *gewoonte/verveling* scoren jongeren en ouderen (resp. scores 2.70 en 2.75) statistisch significant hoger dan de andere twee leeftijdscategorieën. Een mogelijke verklaring dat jongeren dit soort programma's kijken uit *verveling* of *gewoonte* zou kunnen zijn dat dit soort programma's al jaren op tv is. Het nieuwe van deze programma's is er dus af en jongeren kijken dit daarom wellicht uit *gewoonte*. Dat ouderen dit soort programma's kijken uit *verveling* of *gewoonte* zou om een andere reden verklaard kunnen worden. Ouderen zijn

van vroeger uit dit soort programma's niet gewend, ze zijn niet opgegroeid met deze programma's. Als ze zulke programma's dus kijken, zouden ze dat dus vooral uit verveling kunnen doen of omdat er niets anders op televisie is. Als je kijkt naar de gemiddelde scores van ouderen op alle andere motieven in het genre *competitie/gameshows*, is ook te zien dat zij op het motief *entertainment/ontspanning* na, het hoogst scoren op het motief *gewoonte/verveling*. Dit is voor ouderen dus een belangrijk motief om naar dit soort programma's te kijken.

In het genre *talentenshows* zijn er significante verschillen gevonden voor de motieven *persoonlijke identiteit* en *gewoonte/verveling*. Op het motief *persoonlijke identiteit* scoren jongeren significant hoger dan de overige leeftijdscategorieën. Mogelijke verklaring zou kunnen zijn dat de meerderheid van de deelnemers in talentenshows vaak in dezelfde leeftijdscategorie vallen. Jongeren kunnen zich daardoor goed met de deelnemers identificeren en vergelijken. Bij *persoonlijke identiteit* gaat het erom dat je jezelf vergelijkt met de mensen in het programma en dat je je daardoor beter voelt over jezelf (Nabi, Stitt, Halford & Finnerty, 2006). In de voorrondes van talentenshows krijg je vaak deelnemers te zien die niet goed zijn of zichzelf voor schut zetten. Als je je met dit soort deelnemers vergelijkt, is de kans dus erg groot dat je je beter over jezelf gaat voelen. Echter speelt dit motief in het genre *talentenshows* niet een grote rol. Als er gekeken wordt naar de gemiddelden op alle motieven in dit genre, is het gemiddelde op dit motief het laagst. Dus hoewel de verschillen significant zijn, speelt het motief *persoonlijke identiteit* dus geen grote rol voor jongeren. Ook op het motief *gewoonte/verveling* scoren jongeren significant hoger dan de overige leeftijdscategorieën. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat jongeren in feite zijn opgegroeid met deze programma's. Programma's als *Idols*, *X-Factor* en *The Voice of Holland* volgen elkaar op of de programma's beginnen elk jaar weer met een nieuw seizoen. De basis van deze programma's zijn nagenoeg hetzelfde, enkele elementen verschillen van elkaar, maar het nieuwe van deze programma's is er af (Enigma Research, 2011). Jongeren weten dus niet beter dan dat deze programma's op televisie zijn. Een reden voor hen om deze programma's te kijken kan daarom dus zijn "omdat het er toch op is", als je je dan verveelt, kun je zo'n programma gaan kijken. Het is dan ook een gewoonte geworden.

In het genre *persoonlijk verhaal* zijn er geen significante verschillen gevonden tussen de leeftijdscategorieën. Als er naar de gemiddelde scores wordt gekeken, is er zoals eerder al genoemd te zien dat twee motieven hier een belangrijke rol spelen ongeacht de leeftijdscategorie, *entertainment/ontspanning* en *voyeurisme*. Dat *voyeurisme* een belangrijke rol speelt bij dit soort programma's is te verklaren door het feit dat in deze programma's persoonlijke verhalen verteld worden; er komen vaak extreme gebeurtenissen naar voren. Dit zijn verhalen van mensen die je anders niet te weten zou komen. Je neemt dus een kijkje in het privéleven van anderen. Bijvoorbeeld in het programma *Je Zal Het Maar Hebben*; hier gaat het over ernstige ziekten of aandoeningen. En in het programma *Gepest* vertellen mensen hoe ze vroeger op de basisschool of middelbare school zijn gepest. Hier gaat het dan niet om een beetje treiteren, maar echt lichamelijk en/of geestelijk pesten en vaak houden mensen hier psychische schade aan over. Deze programma's gaan dus over verhalen van mensen die je anders niet te weten zou komen, omdat mensen daar in het dagelijks leven vaak niet openlijk of makkelijk over praten.

In het genre *hulpprogramma's* zijn er significante verschillen gevonden voor de motieven *entertainment/ontspanning* en *gewoonte/verveling*. Bij beide motieven worden de scores lager naarmate de leeftijd toeneemt. Dit zou kunnen komen doordat naarmate je ouder wordt de kans groter wordt dat je bepaalde problemen die aan de orde komen in dit soort programma's zelf ook ondervindt. In deze programma's gaat het om problemen als betalingsproblemen, klusachterstanden, verzamelwoede, enz. Misschien is het zo dat mensen steeds meer meeleven met de mensen in deze programma's naarmate ze ouder worden en dat de motieven *entertainment/ontspanning* en *gewoonte/verveling* dus een steeds minder belangrijke rol gaan spelen.

Belangrijkste bevinding uit dit onderzoek is dat het bestaande literatuur ondersteunt door aan te tonen dat het belangrijkste kijkmotief voor reality programma's *entertainment/ontspanning* is. Onderzoeken naar kijkmotieven voor reality TV in het algemeen tonen dit aan (Rubin, 1983; Nabi, Biely, Morgan & Stitt, 2003; Papacharissi & Mendelson, 2007) en de resultaten uit dit onderzoek tonen ook aan dat dit motief voor elk genre van belang is. Daarnaast wijzen de resultaten uit dat *voyeurisme* ook een belangrijke rol speelt bij bepaalde programma's, programma's in het genre *persoonlijk verhaal* en *hulpprogramma's*.

De bevindingen uit dit onderzoek dragen dus bij aan een beter begrip van welke kijkmotieven een belangrijke rol spelen bij reality TV. Onderzoek naar kijkmotieven is in de afgelopen jaren al vaak gedaan, echter is in voorgaande onderzoeken geen onderscheid gemaakt in verschillende genres. In dit onderzoek is dat onderscheid wel gemaakt. Daarnaast zijn de andere onderzoeken niet gebaseerd op Nederlandse reality televisieprogramma's en dit onderzoek wel.

De verschillen tussen mannen en vrouwen en de verschillen tussen de leeftijdscategorieën zijn niet voor elk genre hetzelfde. De resultaten in dit onderzoek wijzen er dus op dat reality TV inderdaad niet als één genre gezien kan worden en dat in onderzoek naar kijkmotieven dus een onderscheid gemaakt moet worden tussen verschillende reality TV genres. Meer onderzoek is in de toekomst dus nodig naar de verschillen tussen genres. Daarnaast moet er ook nog meer onderzoek gedaan worden naar de verschillen tussen mannen en vrouwen en de verschillen tussen leeftijdscategorieën. Er is nu aangetoond dat de motieven voor mannen en vrouwen en voor verschillende leeftijdscategorieën niet hetzelfde zijn, echter is er meer onderzoek nodig naar deze verschillen. Daarnaast kan er nog onderzocht worden waarom deze verschillen bestaan.

Echter heeft dit onderzoek ook beperkingen. Om goede conclusies te kunnen trekken uit de resultaten, zullen er meer respondenten geworven moeten worden zodat een grotere set data verkregen kan worden. Daarnaast ontstaat er in dit onderzoek wellicht een vertekend beeld van de verschillen tussen mannen en de vrouwen. Driekwart van de respondenten bestond uit vrouwen, tegenover een kwart mannen. Voor verder onderzoek naar verschillen in kijkmotieven tussen mannen en vrouwen is het daarom aan te bevelen twee groepen te nemen die nagenoeg gelijk zijn aan elkaar. Ditzelfde geldt voor de leeftijdscategorieën. Het aantal respondenten in de verschillende leeftijdscategorieën verschilden erg van elkaar. In verder onderzoek naar deze verschillen moeten er dus leeftijdscategorieën gemaakt worden die 1) bestaan uit meer respondenten en 2) een meer gelijk aantal respondenten bevat.

Het onderzoek is gedaan door middel van een vragenlijst. Deze vragenlijst bestond uit stellingen die verschillende kijkmotieven representeerden. Niet alle motieven bestonden uit evenveel stellingen. Zo bestond het motief *persoonlijke identiteit* maar uit twee stellingen. Aanbeveling voor een volgend onderzoek is daarom om meerdere stellingen onder te brengen bij elk motief, zodat elk motief goed gerepresenteerd wordt. Daarnaast werd in de vragenlijst maar naar een paar algemene gegevens gevraagd van de respondent, namelijk geslacht en leeftijd. In een volgend onderzoek zouden meer algemene gegevens opgenomen kunnen worden, zoals het aantal uren dat iemand televisie kijkt, opleidingsniveau, demografische gegevens, enz. Op deze manier kan er een beter beeld van de respondent gevormd worden en kunnen er meer verschillen onderzocht worden.

Referenties

- Aubrey, J.S., Olson, L., Fine, M., Hauser, T., Rhea, D., Kaylor, B. & Yang, A. (2012). Investigating Personality and Viewing-Motivation Correlates of Reality Television Exposure. *Communication Quarterly*, 60 (1), 80-102
- Enigma Research (2011). Kijkers van talentenshows willen zelf niet beroemd worden. <http://www.enigmaresearch.nl/rsm/index.php/nieuws-archief/157-kijkers-naar-talentenshows-willen-zelf-niet-beroemd-worden> Verkregen op 25-06-2012
- Godlewski, L.R. and Perse, E.M. (2010). Audience Activity and Reality Television: Identification Online Activity, and Satisfaction. *Communication Quarterly*, 58 (2), 148-169
- Hall, A. (2006). Viewer's Perceptions of Reality Programs. *Communication Quarterly*, 54 (2), 191-211
- Nabi, R. L. (2007). Determining Dimensions of Reality: A Concept Mapping of the Reality TV Landscape. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51 (2), 371-390
- Nabi, R.L., Biely, E.N., Morgan, S.J. & Stitt, C.R. (2003). Reality-Based Television Programming and the Psychology of Its Appeal. *media Psychology*, 5, 303-330
- Nabi, R.L., Stitt, C.R., Halford, J. & Finnerty, K.L. (2006). Emotional and Cognitive Predictors of the Enjoyment of Reality-Based and Fictional Television Programming: An Elaboration of the Uses and Gratifications Perspective. *Media Psychology*, 8, blz 421-447
- Papacharissi, Z. & Mendelson, A.L. (2007). An Exploratory Study of Reality Appeal: Uses and Gratifications of Reality TV Shows. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 51(2), 355-370
- Reiss, S. & Wiltz, J. (2004). Why People Watch Reality TV. *Media Psychology*, 6, 363-378
- Rubin, A.M. (1983). Television Uses and Gratifications: The Interactions of Viewing Patterns and Motivations. *Journal of Broadcasting*, 27 (1), 37-51
- Stacks, D.W. & Salwen, M.S. (2009). *An Integrated Approach to communication theory and research*. New York: Rourledge
- Televizier.nl (2012), Waarom is reality tv zo populair. <http://www.televizier.nl/artikel/6627/vraag-waarom-is-reality-tv-zo-populair>. Verkregen op 25-06-2012

Bijlagen

Bijlage I De vragenlijst

Informed consent

Waarom zijn reality programma's als "Wie is de mol", "The Voice of Holland" en "Help, Mijn Man Is Klusser" zo populair? Waarom kijken wij naar deze programma's? Voor onze bachelorthese zijn wij op zoek naar een antwoord op deze vragen. We willen weten of er verschillende redenen zijn om te kijken naar verschillende genres van reality TV en of persoonlijkheid hier een rol in speelt. Kijken extraverte personen bijvoorbeeld om een andere reden naar "Boer Zoekt Vrouw" dan introverte personen?

Om dit te onderzoeken hebben we een vragenlijst ontwikkeld. De vragenlijst begint met tien vragen over persoonlijkheidseigenschappen en de vragen daarna zullen bestaan uit stellingen over verschillende genres van reality TV.

Het invullen van deze vragenlijst duurt ongeveer 5-10 minuten. De vragen zullen anoniem verwerkt worden.

Alvast bedankt voor het invullen!

Ilse en Marieke

Vragenlijst

Leeftijd:	... jaar
Geslacht:	m/v

De volgende vragen gaan over verschillende genres en TV programma's.

1. Kijk je, of heb je wel eens gekeken naar reality programma's waarin de nadruk ligt op romantiek (zoals "Boer Zoekt Vrouw", "Grenzeloos Verliefd", "Wie Trouwt Mijn Zoon" en "Zorgeloos Verliefd")?

→ Zo ja, door naar onderstaande stellingen die horen bij het genre Romantiek. Zo nee, door naar het volgende genre.

Geef voor elke stelling aan in hoeverre je het eens of oneens bent.

1 = helemaal oneens

2 = oneens

3 = niet oneens, niet eens

4 = eens

5 = oneens

Ik kijk reality programma's waarin de nadruk ligt op romantiek (zoals "Boer Zoekt Vrouw", "Grenzeloos Verliefd", "Wie Trouwt Mijn Zoon" en "Zorgeloos Verliefd"),

	1	2	3	4	5
1. Omdat ik het leuk vind om naar te kijken.					
2. Omdat ik niets anders te doen heb.					
3. Zodat ik een kijkje kan nemen in het leven van de personen in het programma.					
4. Als ik samen met familie ben.					
5. Omdat het me helpt mijn stemming te veranderen.					
6. Zodat ik mezelf kan vergelijken met personen in het programma.					
7. Omdat mensen die ik ken er over praten					
8. Omdat het me vermaakt.					
9. Omdat er niets anders op tv is.					
10. Zodat ik meer van mensen te weten kom, wat je anders niet te weten zou komen.					
11. Als er niemand anders is om mee te praten.					
12. Zodat ik me na afloop beter voel over mezelf.					
13. Omdat ik het leuk vind om te zien hoe anderen omgaan met gebeurtenissen in hun leven.					
14. Zodat ik niet hoeft na te denken over school/werk.					
15. Als ik samen met vrienden ben.					
16. Als ik me alleen voel.					
17. Omdat ik het altijd kijk.					
18. Omdat het me ontspant.					
19. Zodat ik iets te doen heb om mijn tijd mee in te vullen.					
20. Zodat ik met anderen over het programma kan meepraten.					
21. Om me minder alleen te voelen.					

2. Kijk je, of heb je wel eens gekeken naar competitie-/gameshows (zoals "Wie Is De Mol?", "Expeditie Robinson" en "Echte Meisjes In De Jungle")?

→ Zo ja, door naar onderstaande stellingen die horen bij het genre competitie-/gameshows. Zo nee, door naar het volgende genre.

Geef voor elke stelling aan in hoeverre je het eens of oneens bent.

1 = helemaal oneens

2 = oneens

3 = niet oneens, niet eens

4 = eens

5 = oneens

Ik kijk competitie-/gameshows (zoals "Wie Is De Mol", "Expeditie Robinson" en "Echte Meisjes In De Jungle"),

	1	2	3	4	5
1. Omdat ik het leuk vind om naar te kijken.					
2. Omdat ik niets anders te doen heb.					
3. Zodat ik een kijkje kan nemen in het leven van de personen in het programma.					
4. Als ik samen met familie ben.					
5. Omdat het me helpt mijn stemming te veranderen.					
6. Zodat ik mezelf kan vergelijken met personen in het programma.					

7. Omdat mensen die ik ken er over praten					
8. Omdat het me vermaakt.					
9. Omdat er niets anders op tv is.					
10. Zodat ik meer van mensen te weten kom, wat je anders niet te weten zou komen.					
11. Als er niemand anders is om mee te praten.					
12. Zodat ik me na afloop beter voel over mezelf.					
13. Omdat ik het leuk vind om te zien hoe anderen omgaan met gebeurtenissen in hun leven.					
14. Zodat ik niet hoeft na te denken over school/werk.					
15. Als ik samen met vrienden ben.					
16. Als ik me alleen voel.					
17. Omdat ik het altijd kijk.					
18. Omdat het me ontspant.					
19. Zodat ik iets te doen heb om mijn tijd mee in te vullen.					
20. Zodat ik met anderen over het programma kan meepraten.					
21. Om me minder alleen te voelen.					

3. Kijk je, of heb je wel eens gekeken naar talentenshows (zoals "The Voice Of Holland", "Holland's Got Talent" en "So You Think You Can Dance")?

→ Zo ja, door naar onderstaande stellingen die horen bij het genre talentenshows. Zo nee, door naar het volgende genre.

Geef voor elke stelling aan in hoeverre je het eens of oneens bent.

1 = helemaal oneens

2 = oneens

3 = niet oneens, niet eens

4 = eens

5 = oneens

Ik kijk talentenshows (zoals, "The Voice Of Holland", "Holland's Got Talent" en "So You Think You Can Dance"),

	1	2	3	4	5
1. Omdat ik het leuk vind om naar te kijken.					
2. Omdat ik niets anders te doen heb.					
3. Zodat ik een kijkje kan nemen in het leven van de personen in het programma.					
4. Als ik samen met familie ben.					
5. Omdat het me helpt mijn stemming te veranderen.					
6. Zodat ik mezelf kan vergelijken met personen in het programma.					
7. Omdat mensen die ik ken er over praten					
8. Omdat het me vermaakt.					
9. Omdat er niets anders op tv is.					
10. Zodat ik meer van mensen te weten kom, wat je anders niet te weten zou komen.					
11. Als er niemand anders is om mee te praten.					
12. Zodat ik me na afloop beter voel over mezelf.					
13. Omdat ik het leuk vind om te zien hoe anderen omgaan met gebeurtenissen in hun leven.					
14. Zodat ik niet hoeft na te denken over school/werk.					

15. Als ik samen met vrienden ben.					
16. Als ik me alleen voel.					
17. Omdat ik het altijd kijk.					
18. Omdat het me ontspant.					
19. Zodat ik iets te doen heb om mijn tijd mee in te vullen.					
20. Zodat ik met anderen over het programma kan meepraten.					
21. Om me minder alleen te voelen.					

4. Kijk je, of heb je wel eens gekeken naar programma's waarin mensen een persoonlijk verhaal vertellen (zoals "Je Zal Het Maar Hebben", "Jong", "Gepest" en "Over De Streep")?

→ Zo ja, door naar onderstaande stellingen voor het genre programma's waarin mensen een persoonlijk verhaal vertellen. Zo nee, door naar het volgende genre.

Geef voor elke stelling aan in hoeverre je het eens of oneens bent.

1 = helemaal oneens

2 = oneens

3 = niet oneens, niet eens

4 = eens

5 = oneens

Ik kijk programma's waarin mensen een persoonlijk verhaal vertellen (zoals, "Je Zal Het Maar Hebben", "Jong", "Gepest" en "Over De Streep"),

	1	2	3	4	5
1. Omdat ik het leuk vind om naar te kijken.					
2. Omdat ik niets anders te doen heb.					
3. Zodat ik een kijkje kan nemen in het leven van de personen in het programma.					
4. Als ik samen met familie ben.					
5. Omdat het me helpt mijn stemming te veranderen.					
6. Zodat ik mezelf kan vergelijken met personen in het programma.					
7. Omdat mensen die ik ken er over praten					
8. Omdat het me vermaakt.					
9. Omdat er niets anders op tv is.					
10. Zodat ik meer van mensen te weten kom, wat je anders niet te weten zou komen.					
11. Als er niemand anders is om mee te praten.					
12. Zodat ik me na afloop beter voel over mezelf.					
13. Omdat ik het leuk vind om te zien hoe anderen omgaan met gebeurtenissen in hun leven.					
14. Zodat ik niet hoeft na te denken over school/werk.					
15. Als ik samen met vrienden ben.					
16. Als ik me alleen voel.					
17. Omdat ik het altijd kijk.					
18. Omdat het me ontspant.					
19. Zodat ik iets te doen heb om mijn tijd mee in te vullen.					
20. Zodat ik met anderen over het programma kan meepraten.					
21. Om me minder alleen te voelen.					

5. Kijk je, of heb je wel eens gekeken naar programma's waarin mensen geholpen worden (zoals "Mijn Leven In Puin", "Uitstel Van Executie" en "Help, Mijn Man Is Klusser")?

→ Zo ja, door naar onderstaande stellingen voor het genre programma's waarin mensen geholpen worden. Zo nee, door naar het einde van de vragenlijst.

Geef voor elke stelling aan in hoeverre je het eens of oneens bent.

1 = helemaal oneens

2 = oneens

3 = niet oneens, niet eens

4 = eens

5 = oneens

Ik kijk programma's waarin mensen geholpen worden (zoals "Mijn Leven In Puin", "Uitstel van executie" en "Help, Mijn Man Is Klusser"),

	1	2	3	4	5
1. Omdat ik het leuk vind om naar te kijken.					
2. Omdat ik niets anders te doen heb.					
3. Zodat ik een kijkje kan nemen in het leven van de personen in het programma.					
4. Als ik samen met familie ben.					
5. Omdat het me helpt mijn stemming te veranderen.					
6. Zodat ik mezelf kan vergelijken met personen in het programma.					
7. Omdat mensen die ik ken er over praten					
8. Omdat het me vermaakt.					
9. Omdat er niets anders op tv is.					
10. Zodat ik meer van mensen te weten kom, wat je anders niet te weten zou komen.					
11. Als er niemand anders is om mee te praten.					
12. Zodat ik me na afloop beter voel over mezelf.					
13. Omdat ik het leuk vind om te zien hoe anderen omgaan met gebeurtenissen in hun leven.					
14. Zodat ik niet hoeft na te denken over school/werk.					
15. Als ik samen met vrienden ben.					
16. Als ik me alleen voel.					
17. Omdat ik het altijd kijk.					
18. Omdat het me ontspant.					
19. Zodat ik iets te doen heb om mijn tijd mee in te vullen.					
20. Zodat ik met anderen over het programma kan meepraten.					
21. Om me minder alleen te voelen.					

Debriefing

Heb je nog op- of aanmerkingen, dan kun je dat hieronder invullen:

Heb je vragen over het onderzoek of ben je geïnteresseerd in de uitkomsten? Stuur ons dan een mailtje: m.vroom@student.utwente.nl of i.hogt@student.utwente.nl

Bijlage II Opbouw van de kijkmotieven

Persoonlijke identiteit

Stelling 6: Zodat ik mezelf kan vergelijken met personen in het programma.

Stelling 12: Zodat ik me na afloop beter voel over mezelf.

Entertainment/ontspanning

Stelling 1: Omdat ik het leuk vind om naar te kijken.

Stelling 8: Omdat het me vermaakt.

Stelling 14: Zodat ik niet hoeft na te denken over school/werk.

Stelling 18: Omdat het me ontspant.

Gewoonte/verveling

Stelling 2: Omdat ik niets anders te doen heb.

Stelling 9: Omdat er niets anders op tv is.

Stelling 17: Omdat ik het altijd kijk.

Stelling 19: Zodat ik iets te doen heb om mijn tijd mee in te vullen.

Voyeurisme

Stelling 3: Zodat ik een kijkje kan nemen in het leven van de personen in het programma.

Stelling 10: Zodat ik meer van mensen te weten kom, wat je anders niet te weten zou krijgen.

Stelling 13: Omdat ik het leuk vind om te zien hoe anderen omgaan met gebeurtenissen in hun leven.

Sociale interactie

Stelling 4: Als ik samen met familie ben.

Stelling 7: Omdat mensen die ik ken er over praten.

Stelling 15: Als ik samen met vrienden ben.

Stelling 20: Zodat ik met anderen over het programma kan meepraten.

Companionship

Stelling 5: Omdat het me helpt mijn stemming te veranderen.

Stelling 11: Als er niemand anders is om mee te praten.

Stelling 16: Als ik me alleen voel.

Stelling 21: Om me minder alleen te voelen.