

*Bachelorthese Psychologie  
Human Factors en Media*

# **W**aarom kijken we reality tv? De rol van persoonlijkheid bij kijkmotieven

*23 juli 2012  
Universiteit Twente  
Faculteit Gedragwetenschappen*

*Door: Marieke Vroom - s1011308  
Eerste begeleider: Dr. A. Heuvelman  
Tweede begeleider: Dr. P.A.M. Kommers*

## Samenvatting

---

Reality tv programma's zijn tegenwoordig erg populair en worden door miljoenen mensen bekeken, maar er is nog weinig bekend over wat de aantrekkingskracht is van deze programma's. Diverse onderzoeken hebben aangetoond dat er verschillende motieven zijn om naar reality tv te kijken en dat individuele verschillen tussen mensen invloed kunnen hebben op het kijkgedrag.

Dit onderzoek richt zich op de vraag welke rol persoonlijkheid speelt bij kijkmotieven voor verschillende genres van reality tv. Aan de hand van een online vragenlijst werd geprobeerd om hier meer inzicht in te krijgen. De vragenlijst bestond uit een persoonlijkheidstest (de Ten-Item Personality Inventory) en uit stellingen over kijkmotieven voor verschillende genres van reality tv. De bevindingen laten zien dat er per persoonlijkheidstrekk verschillende motieven zijn voor de verschillende genres van reality tv. Uit het onderzoek komt echter naar voren dat niet elke persoonlijkheidstrekk een significantie invloed heeft op de kijkmotieven. De persoonlijkheidstrekk die wel verband hebben met motieven en genres, hebben dit niet voor elk motief en ook niet voor elk genre. Verder onderzoek is noodzakelijk om de gevonden relaties tussen persoonlijkheid en kijkmotieven te verklaren.

## Summary

---

Reality TV programmes are very popular nowadays and are viewed by millions of people, but there is still little knowledge about the attractiveness of these programmes. Several studies have shown that there are different motives to watch reality tv and that individual differences may affect the viewing habits of people.

This study focused on the role of personality in viewing motives for different genres of reality TV. An online questionnaire was developed to gather information about this subject. The questionnaire consisted of a personality test (the Ten-Item Personality Inventory) and of statements about viewing motives for different genres of reality TV. The results show that for each personality trait, there are different motives for different genres of reality tv. The study shows, however, that not every personality trait has a significant influence on the viewing motives and that the personality traits that do play a part, are not significant for every motive of every genre. Further research is necessary to explain the emerged relationships between personality and viewing motives.

## Inleiding

---

Reality tv programma's zijn niet meer van de Nederlandse televisie weg te denken. Programma's als 'Boer Zoekt Vrouw', 'Wie is de Mol' en 'The Voice of Holland' zijn razend populair en worden door miljoenen mensen bekeken. Elk seizoen zijn er weer nieuwe deelnemers die op zoek gaan naar de ware liefde op het platteland, die spannende opdrachten moeten uitvoeren terwijl iemand de boel saboteert of die proberen hun droom om beroemd te worden te verwezenlijken door auditie te doen bij een talentenshow. Ondanks deze populariteit en het toenemende aantal reality programma's en -concepten, is er nog niet veel bekend over waarom deze programma's het zo goed doen. Waarom kijken we eigenlijk naar reality tv?

Voordat hier verder onderzoek naar kan worden gedaan, is het belangrijk om te definiëren welk soort tv programma's nou reality programma's zijn. Verschillende onderzoekers gebruiken de volgende definitie van reality tv: 1) het gaat bij reality programma's om 'echte mensen' en niet om acteurs of publieke figuren die een rol spelen, 2) er wordt gefilmd in hun persoonlijke leven of werkomgeving en niet op een set, 3) het heeft geen script, 4) gebeurtenissen worden in een verhalende context geplaatst en 5) het primaire doel van het programma is om de kijker te entertainen (Nabi, Biely, Morgan & Stitt, 2003; Nabi, 2007; Aubrey et al., 2012). Er zijn inderdaad reality programma's die te omschrijven zijn aan de hand van deze kenmerken. Denk aan het programma 'Jong', waarin het leven in beeld wordt gebracht van jongeren met een uniek verhaal, bijvoorbeeld omdat ze een zeldzame ziekte hebben wat grote invloed heeft op hun dagelijks leven.

Door het toenemende aantal concepten van reality tv zijn er echter veel programma's die niet binnen deze definitie vallen. De focus ligt bijvoorbeeld niet op 'gewone' mensen en het 'echte' leven, maar op bekende Nederlanders in extreme situaties. In 'Echte Meisjes in de Jungle' en 'Wie is de Mol' doen bekende Nederlanders mee aan een competitie show waarbij ze in de Surinaamse jungle of in een ander ver land allerlei zware opdrachten moeten uitvoeren. Het gaat dan om programma's die weliswaar 'zonder script' zijn in de zin van vaststaande teksten voor de deelnemende personen, maar de programma's worden wel in een bepaalde richting geleid. De deelnemers worden geplaatst in een *gestuurde realiteit* die wordt *gedramatiseerd* door bijvoorbeeld het uitlokken van bepaalde situaties en selectief gebruik van beeldmateriaal. In dit onderzoek is uitgegaan van deze aangevulde definitie van reality tv.

### *Uses and Gratifications*

Een theorie die gebruikt wordt om te onderzoeken hoe en waarom mensen bepaalde tv programma's kiezen om naar te kijken, is de *uses and gratifications theory*. Deze theorie gaat er van uit dat het gedrag van individuen doelgericht is, ze zijn zich bewust van hun behoeften en selecteren de media waarvan zij geloven dat deze hen de voldoening (gratification) kan geven waarnaar ze op zoek zijn. De theorie richt zich op motieven, maar ook op psychologische en sociale trekken van een individu die mediagebruik beïnvloeden. (Nabi, et al., 2003; Papacharissi & Mendelson, 2007).

## *Motieven*

Verschillende onderzoekers hebben vanuit de *uses and gratifications theory* gezocht naar de motieven die mensen hebben voor het kijken naar reality tv. Een aantal motieven komt bij meerdere onderzoeken naar voren als reden om naar reality programma's te kijken. Papacharissi en Mendelson (2007) concluderen dat *gewoonte* en *reality entertainment* de belangrijkste motieven zijn. Daarna komen *sociale interactie*, *voyeurisme*, *ontspanning* en *companionship*. De motieven *voyeurisme* en *entertainment* komen ook naar voren uit het onderzoek van Nabi et al. (2003). Verder laat dat onderzoek zien dat *persoonlijke identiteit* een belangrijk motief is. In het onderzoek van Reiss en Wiltz (2004) wordt aangetoond dat *status* een veelvoorkomend motief is voor het kijken naar reality programma's.

De motieven die in dit onderzoek zijn gebruikt, zijn opgesteld aan de hand van de conclusies uit bovenstaande onderzoeken. Enkele motieven zijn samengevoegd, waardoor de volgende zes motieven overbleven: *persoonlijke identiteit*, *entertainment/ontspanning*, *gewoonte/verveling*, *voyeurisme*, *sociale interactie* en *companionship*. Het motief *persoonlijke identiteit* gaat over jezelf vergelijken met de personen van het programma waar je naar kijkt. Hierdoor kun je je beter gaan voelen over jezelf en kan je een hogere status aan jezelf toekennen (Nabi, Stitt, Halford & Finnerty, 2006; Reiss & Wiltz, 2004). Bij het motief *entertainment/ontspanning* gaat het om kijken naar een bepaald programma omdat je het leuk vindt. Het programma dient als vermaak en is plezierig om naar te kijken. Het kan ook dienen als rustmoment voor jezelf en het kan je helpen om even niet meer te hoeven nadenken over bijvoorbeeld school of werk (Nabi et al., 2006; Papacharissi & Mendelson, 2007). Wanneer je naar reality tv kijkt als tijdinfilling als er niets anders te doen is, of het kijken naar reality tv geïntegreerd is in de dagelijkse routine van het individu, is er sprake van het motief *gewoonte/verveling* (Nabi, et al., 2003; Papacharissi & Mendelson, 2007). Bij het motief *voyeurisme* gaat het om plezier beleven aan het feit dat je door reality programma's een kijkje kunt nemen in het privéleven van anderen (Nabi et al., 2003; Nabi et al., 2006; Papacharissi & Mendelson, 2007). Het motief *sociale interactie* gaat om interactie met andere personen die ook reality tv programma's kijken. Het kan bijvoorbeeld gaan om het samen kijken naar een reality programma, of het kunnen meepraten met anderen die ook naar reality tv kijken. (Nabi et al., 2003; Papacharissi & Mendelson, 2007). Als je naar reality programma's kijkt om je minder alleen te voelen als je niemand om je heen hebt, is er sprake van het motief *companionship* (Papacharissi & Mendelson, 2007).

## *Persoonlijkheid*

Een variant van de uses en gratifications theory, de *sensitivity theory*, beschrijft hoe persoonlijkheidstrekken gerelateerd zijn aan patronen van televisie kijken. Volgens deze theorie hebben mensen aandacht voor televisieprogramma's die voldoening geven aan hun basismotieven omdat het een manier is om zonder veel moeite zich in hun behoeften te voorzien. Mensen met een basisverlangen naar agressie worden bijvoorbeeld aangetrokken tot gewelddadige tv programma's, die een plezierig gevoel bij hen oproepen. (Reiss & Wiltz, 2004; Aubrey et. al., 2012).

Diverse onderzoeken ondersteunen deze theorie en laten zien dat persoonlijkheidstrekken inderdaad gekoppeld zijn aan de voorkeuren van kijkers. Reiss & Wiltz (2004) stellen dat mensen die sociaal ingesteld zijn meer geneigd zijn om reality tv te

kijken zodat ze mee kunnen praten met vrienden en familieleden die ook naar reality programma's kijken. Mensen die conflicten, ruzies en competitie in het dagelijks leven vermijden, zouden juist geneigd zijn om reality tv te vermijden omdat deze programma's vaak draaien om competitie en interpersoonlijke conflicten. Verder is er aangetoond dat agressieve kinderen meer aangetrokken zijn tot gewelddadige programma's en dat nieuwsgierige mensen graag naar het nieuws en andere actualiteitenprogramma's kijken.

Uit het onderzoek van Nabi et al. (2003) blijkt ook dat individuele verschillen invloed kunnen hebben op de motieven waarom mensen naar reality programma's kijken. Zo is er verschil gevonden tussen de motieven van regelmatige kijkers en kijkers die maar af en toe naar reality tv kijken. In hetzelfde onderzoek is verder onderzocht in hoeverre impulsiviteit invloed heeft op het kijken naar reality tv programma's. De onderzoekers stelden de hypothese dat impulsieve mensen meer geneigd zijn om reality tv te kijken dan mensen die minder impulsief zijn, omdat reality tv onvoorspelbaar is en vaak geen vaststaand script heeft. De resultaten laten zien dat impulsiviteit inderdaad geassocieerd wordt met bepaalde motieven om naar reality programma's te kijken, waaronder sociale vergelijking (jezelf vergelijken met deelnemers van het programma) en voyeurisme (plezier beleven aan het feit dat je een kijkje kunt nemen in het leven van de deelnemers van het programma).

### *Genres*

Reality tv is een breed begrip, waardoor er veel soorten programma's zijn met uiteenlopende onderwerpen en concepten. Het grootste deel van voorgaande onderzoeken naar de invloed van persoonlijkheid op motieven voor reality tv zijn gedaan op basis van reality tv in zijn algemeenheid. Papacharissi & Mendelson (2007) adviseerden dat in verder onderzoek onderscheid gemaakt moet worden tussen verschillende genres van reality tv, omdat de motieven om naar het programma te kijken zouden kunnen verschillen per genre.

In de literatuur over voorgaande onderzoeken naar reality tv komen de genres *romantiek*, *competitie-/gameshows* en *talentenshows* naar voren (Nabi et al., 2006; Godlewski & Perse, 2010). Deze genres zijn ook in dit onderzoek gebruikt omdat reality tv programma's die in Nederland worden uitgezonden hier voor een groot deel in onder te verdelen zijn. Programma's als 'Boer Zoekt Vrouw' en 'Grenzeloos Verliefd', zijn programma's die vallen onder het genre *romantiek*. Bij het genre *competitie-/gameshows* gaat het om programma's als 'Echte Meisjes in de Jungle' en 'Wie is de Mol?' en programma's als 'The Voice of Holland' en 'So You Think You Can Dance' zijn voorbeelden van *talentenshows*.

Verder zijn er tegenwoordig veel tv programma's waarin persoonlijke verhalen en problemen van mensen naar voren komen, zoals 'Je Zal Het Maar Hebben' en 'Jong'. Ook programma's waarin mensen geholpen worden, als 'Help, Mijn Man is Klusser' en 'Mijn Leven in Puin' zijn veel te zien. Deze programma's worden in dit onderzoek gerepresenteerd in respectievelijk de genres *programma's waarin mensen een persoonlijk verhaal vertellen* en *programma's waarin mensen geholpen worden*.

In het onderzoek van Aubrey et. al. (2012) is wel onderscheid gemaakt tussen verschillende genres. Het onderzoek richtte zich op de correlatie tussen persoonlijkheidstrekken en kijkmotieven voor de verschillende genres van reality tv. De persoonlijkheidstrekken die onderzocht werden waren *extraversie* en *neuroticisme*. Omdat dit wat beperkt is en mensen

meer persoonlijkheidstrekken kunnen hebben dan extraversie en neuroticisme, wordt er aanbevolen bij een volgend onderzoek te kiezen voor een meer omvangrijk model. Het Big-Five model voor persoonlijkheid is hiervan een voorbeeld. Ook wordt er aangeraden om vervolgonderzoek te doen onder een grotere demografische groep respondenten. De respondenten in hun onderzoek waren allemaal studenten van dezelfde universiteit en hadden ongeveer dezelfde leeftijd. Het zou kunnen zijn dat er verschil is in kijkmotieven tussen groepen mensen van verschillende leeftijden.

#### *Onderzoeksvraag*

Dit onderzoek is uitgegaan van de *uses en gratifications theory* en de *sensitivity theory*. Er is gekeken naar de invloed van persoonlijkheid op de kijkmotieven voor reality tv. In navolging van de aanbevelingen uit voorgaande onderzoeken, is dit onderzoek uitgevoerd onder een gevarieerde groep respondenten. Reality tv programma's zijn onderverdeeld in verschillende genres en persoonlijkheid is gemeten aan de hand van de persoonlijkheidsdimensies van het Big-Five model. De onderzoeksvraag luidt:

*In welke mate speelt persoonlijkheid een rol bij de kijkmotieven voor verschillende genres van reality tv?*

# Methode

---

## Respondenten en procedure

In totaal hebben 125 respondenten deelgenomen aan het onderzoek. Een aantal respondenten had echter de vragenlijst niet volledig ingevuld, waardoor uiteindelijk van 103 respondenten de ingevulde vragenlijst gebruikt kon worden voor verdere analyse. De leeftijd van deze overgebleven respondenten lag tussen de 16 en 74 jaar, met een gemiddelde leeftijd van 33,67 jaar ( $SD = 14,49$ ). De groep bestond voor 71,8% ( $n = 74$ ) uit vrouwen en voor 28,2% ( $n = 29$ ) uit mannelijke deelnemers.

De vragenlijst was ontwikkeld met Thesistools, een instrument om online vragenlijsten te maken en te verspreiden. Via email en social media, zoals Facebook en Twitter, werden respondenten benaderd met het verzoek om de vragenlijst in te vullen. In de mail en via de social media werd een link gegeven waarop de respondenten konden klikken om bij de online vragenlijst te komen. Verder werd er uitgelegd dat het ging om een onderzoek over motieven voor het kijken naar reality tv en in welke mate persoonlijkheid hier een rol in speelt.

## Meetinstrument

Het eerste deel van de vragenlijst bestond uit algemene vragen over het geslacht en de leeftijd van de respondenten en uit de Ten-Item Personality Inventory. Het tweede deel van de vragenlijst bestond uit stellingen over reality tv genres. De volledige vragenlijst is weergegeven in bijlage 1.

### *Ten-Item Personality Inventory*

Om de persoonlijkheid van de respondenten te bepalen is er gebruik gemaakt van de Ten-Item Personality Inventory (TIPI). Deze test meet persoonlijkheid aan de hand van de Big-Five persoonlijkheidsdimensies (Gosling, Rentfro & Swann, 2003). Volgens dit model kunnen de belangrijkste persoonskenmerken beschreven worden aan de hand van vijf algemene dimensies, bestaande uit: *extraversie*, *vriendelijkheid*, *zorgvuldigheid*, *emotionele stabiliteit* en *openheid voor ervaringen*. De persoonlijkheidstrek extraversie uit zich in het zoeken naar contact met anderen, assertiviteit en spraakzaamheid, vriendelijkheid wordt weergegeven door behulpzaamheid en sympathie tegenover anderen en zorgvuldigheid verwijst naar zelfdiscipline, planning en georganiseerd zijn. Emotionele stabiliteit wordt weerspiegeld door de mate waarin iemand geneigd is om negatieve gevoelens als angst, depressie en hulpeloosheid te ervaren en openheid voor nieuwe ervaringen verwijst naar creativiteit, nieuwsgierigheid en de voorkeur voor vernieuwing (Costa & McCrae, 1992).

De TIPI is een verkorte versie van persoonlijkheidstesten als de NEO-PI-R en kan volstaan als een redelijk alternatief wanneer er sprake is van tijdgebrek of als er om een andere reden een kortere test nodig is (Hofmans, Kuppens & Allik, 2008). Hoewel de Ten-Item Personality Inventory wat beperkter is door het kleinere aantal items, bereikt de test een vergelijkbaar validiteitsniveau met andere Big-Five persoonlijkheidstesten en heeft het een

goede test-hertest betrouwbaarheid. Verder vermindert een korte vragenlijst de kans op verveling bij respondenten (Gosling et al., 2003). De vragenlijst in dit onderzoek bestaat naast een persoonlijkheidstest nog uit een lang onderdeel over kijkmotieven voor reality tv genres. Omdat de vragenlijst anders te lang zou worden, was het in dit geval voordeliger om gebruik te maken van een verkorte vragenlijst om de aandacht van de respondenten zo goed mogelijk vast te houden en ervoor te zorgen dat de vragenlijst zo adequaat mogelijk ingevuld werd.

De TIPI omvat tien paren van eigenschappen waarvan de respondenten aangaven in hoeverre ze vinden dat deze eigenschappen op zichzelf van toepassing zijn. Dit gebeurde aan de hand van een zevenpunts Likert schaal van (1) *sterk oneens*, (2) *enigszins oneens*, (3) *klein beetje oneens*, (4) *niet oneens, niet eens*, (5) *klein beetje eens*, (6) *enigszins eens*, tot (7) *sterk eens*. De tien paren van eigenschappen representeren samen de Big Five persoonlijkheidsdimensies. Een voorbeeld uit de TIPI zijn de paren *extravert, enthousiast* en *angstig, snel overstuur*.

### Vragenlijst

Het tweede deel van de vragenlijst was gericht op kijkmotieven voor vijf verschillende genres van reality tv. Er werd onderscheid gemaakt tussen de genres *romantiek*, *competitie-/gameshows*, *talentshows*, *programma's waarin mensen een persoonlijk verhaal vertellen* en *programma's waarin mensen geholpen worden*. De respondenten kregen bij elk genre dezelfde eenentwintig stellingen die zes kijkmotieven representeerden: *persoonlijke identiteit* ( $\alpha = .89$ ), *entertainment/ontspanning* ( $\alpha = .91$ ), *gewoonte/verveling* ( $\alpha = .91$ ), *voyeurisme* ( $\alpha = .94$ ), *sociale interactie* ( $\alpha = .93$ ) en *companionship* ( $\alpha = .89$ ). In bijlage 2 wordt weergegeven uit welke stellingen elk motief is opgebouwd.

Door middel van een vijfpunts Likert schaal van (1) *helemaal oneens* tot (5) *helemaal eens* gaven de respondenten aan in hoeverre ze het eens waren met de stellingen. Een voorbeeld van zo'n stelling is: "*Ik kijk reality programma's waarin de nadruk ligt op romantiek (zoals 'Boer Zoekt Vrouw', 'Grenzeloos Verliefd', 'Wie Trouwt Mijn Zoon' en 'Zorgeloos Verliefd'), zodat ik een kijkje kan nemen in het leven van de personen in het programma.*"

Voorafgaand aan de stellingen over een genre werd een controlevraag gesteld of de respondent wel eens naar programma's van het desbetreffende genre gekeken had. Als de respondent *ja* antwoordde op deze vraag kreeg de hij of zij de stellingen over het betreffende genre te zien, als de respondent deze vraag met *nee* beantwoorde, ging de respondent door naar het volgende genre.

## Resultaten

---

De deelnemende respondenten keken niet allemaal naar elk genre van reality tv. Programma's die binnen het genre *romantiek* vallen werden door 67 respondenten bekeken. Naar het genre *competitie/gameshows* keken 68 respondenten en naar *talentenshows* keken 85 respondenten. Het genre *programma's waarin mensen een persoonlijk verhaal vertellen* werd bekeken door 49 respondenten en het genre *programma's waarin mensen geholpen worden* werd door 33 respondenten bekeken.

Om te onderzoeken of er een verband bestaat tussen persoonlijkheid en de motieven die iemand heeft om naar verschillende genres van reality tv te kijken, is er een correlatieanalyse uitgevoerd. In tabel 1 staan de resultaten van deze analyse.

Zoals de correlatiematrix laat zien is er een positieve correlatie tussen de persoonlijkheidstrekk *extraversie* en het motief *entertainment/ontspanning* voor het genre *talentenshows* ( $r = .31, p < .01$ ) en is er een negatief verband gevonden met het motief *persoonlijke identiteit* voor het genre *programma's waarin mensen een persoonlijk verhaal vertellen* ( $r = -.35, p < .05$ ). *Vriendelijkheid* is positief gecorreleerd met het motief *voyeurisme* voor het genre *competitie-/gameshows* ( $r = .29, p < .05$ ) en met het motief *entertainment/ontspanning* voor het genre *programma's waarin mensen een persoonlijk verhaal vertellen* ( $r = .32, p < .05$ ). De persoonlijkheidstrekk *zorgvuldigheid* en het motief *gewoonte/verveling* voor het genre *romantiek* zijn negatief met elkaar verbonden ( $r = -.32, p < .01$ ). Het motief *voyeurisme* voor het genre *programma's waarin mensen geholpen worden* hangt positief samen met *zorgvuldigheid* ( $r = .36, p < .05$ ). Verder blijkt uit de tabel dat de persoonlijkheidstrekk *emotionele stabiliteit* voor het genre *talentenshows* een negatieve correlatie heeft met het motieven *persoonlijke identiteit* ( $r = -.28, p < .01$ ) en *companionship* ( $r = -.33, p < .01$ ). De laatste persoonlijkheidstrekk, *openheid voor ervaringen* heeft een positief verband met het motief *entertainment/ontspanning* voor het genre *competitie-/gameshows* ( $r = .33, p < .01$ ).

Tabel 1  
 Correlatiematrix (\* $p < .05$ (2-tailed), \*\* $p < .01$ (2-tailed))

Genres	Motieven	Extraversie	Vriendelijkheid	Zorgvuldigheid	Emotionele stabiliteit	Openheid voor ervaringen
Romantiek	Persoonlijke identiteit	-.04	.00	.03	-.09	.05
	Entertainment/ontspanning	.15	-.02	-.00	-.08	.06
	Gewoonte/verveling	.07	.05	-.32**	-.17	-.00
	Voyeurisme	-.02	.07	.13	-.15	-.05
	Sociale interactie	.07	.20	.04	-.10	-.19
	Companionship	-.06	.06	-.07	-.13	-.10
Competitie	Persoonlijke identiteit	-.10	.07	-.06	-.17	.02
	Entertainment/ontspanning	.17	-.05	-.10	-.09	.33**
	Gewoonte/verveling	-.20	.02	-.05	-.10	-.02
	Voyeurisme	-.25	.29*	.12	-.04	.08
	Sociale interactie	.00	.15	-.08	-.01	-.09
	Companionship	-.18	.07	-.00	-.19	-.15
Talent	Persoonlijke identiteit	-.01	.16	.09	-.28**	.16
	Entertainment/ontspanning	.31**	.04	.00	-.12	.07
	Gewoonte/verveling	.02	.21	-.14	-.18	.00
	Voyeurisme	.08	.19	.14	-.08	.09
	Sociale interactie	.08	.12	.13	.04	.02
	Companionship	.05	.13	.02	-.33**	.06
Persoonlijk verhaal	Persoonlijke identiteit	-.35*	.11	.20	-.27	.10
	Entertainment/ontspanning	-.04	.32*	.06	-.05	.11
	Gewoonte/verveling	-.22	-.13	-.02	.07	-.03
	Voyeurisme	.01	.17	-.06	-.10	.11
	Sociale interactie	-.12	-.03	.16	.09	.15
	Companionship	-.23	.10	.17	-.02	-.00
Hulp	Persoonlijke identiteit	.03	-.02	.06	-.07	.28
	Entertainment/ontspanning	.13	-.17	-.20	-.03	.15
	Gewoonte/verveling	.10	-.03	-.21	-.27	.00
	Voyeurisme	-.11	.25	.36*	-.03	.10
	Sociale interactie	-.05	-.15	.13	.21	.06
	Companionship	-.08	.05	-.02	-.28	-.07

De data zijn verder geanalyseerd om meer te kunnen vertellen over het verband tussen persoonlijkheid en de kijkmotieven voor reality tv. In onderstaande tabel wordt de gemiddelde score van de respondenten op de Ten-Item Personality Scale weergegeven, wat de neiging tot een bepaalde persoonlijkheidstrekk weergeeft. Er kon geantwoord worden aan de hand van een Likert schaal van één tot zeven. Hoe hoger de score, hoe meer neiging iemand tot een bepaalde persoonlijkheidstrekk heeft.

*Tabel 2*  
*Score Ten-Item Personality Inventory*

<b>Persoonlijkheid</b>	<b>Gemiddelde</b>	<b>SD</b>
Extraversie	4.70	1.39
Vriendelijkheid	4.18	.80
Zorgvuldigheid	5.46	1.23
Emotionele stabiliteit	4.92	1.17
Openheid voor ervaringen	5.10	.94

Om te bepalen wanneer een persoonlijkheidstrekk aan iemand toe kan worden geschreven, is er gebruik gemaakt van de algemene normatieve data van de Ten-Item Personality Scale (Gosling et al., 2003). Deze gegevens zijn weergegeven in Tabel 3.

*Tabel 3*  
*Normatieve data Ten-Item Personality Inventory*

<b>Persoonlijkheid</b>	<b>Gemiddelde</b>	<b>SD</b>
Extraversie	4.44	1.45
Vriendelijkheid	5.23	1.11
Zorgvuldigheid	5.40	1.32
Emotionele stabiliteit	4.83	1.42
Openheid voor ervaringen	5.38	1.07

De gemiddelde score van de normatieve data geldt als grenspunt voor het wel of niet hebben van een bepaalde persoonlijkheidstrekk. De respondenten die een gemiddelde score hadden lager dan de gemiddelde score van de normatieve data, kregen de persoonlijkheidstrekk niet toegeschreven en de respondenten met een gemiddelde score gelijk aan of hoger dan de gemiddelde score van de normatieve data kregen de trek wel toegeschreven. Een respondent kan meerdere persoonlijkheidstrekken hebben.

Van de 67 respondenten die aangaven wel eens naar programma's van het genre *romantiek* te kijken, hadden 44 respondenten voor de persoonlijkheidstrekk *extraversie* een gemiddelde score dat gelijk aan of hoger was dan het gemiddelde (4.44) van de normatieve data en werden 6 respondenten gezien als *vriendelijk*. Aan 41 respondenten werd de persoonlijkheidstrekk *zorgvuldigheid* toegekend, 35 respondenten werden gezien als

*emotioneel stabiel* en 37 respondenten scoorden hoger dan het normatieve gemiddelde op *openheid voor ervaringen*.

Van de 68 kijkers van het genre *competitie-/gameshows* waren 49 respondenten *extravert*, werden 7 respondenten gezien als *vriendelijk* en 40 als *zorgvuldig*. Aan 34 respondenten werd de persoonlijkheidstrek *emotioneel stabiel* toegekend en 32 respondenten hadden *openheid voor ervaringen*.

Naar het genre *talentenshows* keken 85 van de respondenten. Hiervan waren 55 respondenten *extravert*, werd aan 6 respondenten de persoonlijkheidstrek *vriendelijkheid* toegekend en werden 55 kijkers gezien als *zorgvuldig*. De persoonlijkheidstrek *emotioneel stabiel* werd aan 46 respondenten toegekend en *openheid voor ervaringen* aan 45 respondenten.

Van de 59 respondenten die naar *programma's waarin mensen een persoonlijk verhaal vertellen* keken, waren 32 *extravert* en werd aan 3 respondenten *vriendelijkheid* toegekend. 29 respondenten waren *zorgvuldig*, 22 waren *emotioneel stabiel* en 28 respondenten hadden *openheid voor ervaringen*.

Het genre *programma's waarin mensen geholpen worden*, werd door 33 mensen bekeken, waarvan 23 respondenten gezien werden als *extravert*, 2 als *vriendelijk*, 22 als *zorgvuldig* en 18 respondenten kregen *emotionele stabiliteit* toegekend. *Openheid voor ervaringen* werd toegeschreven aan 15 respondenten.

Om te onderzoeken of er significante verschillen zijn in kijkmotieven tussen de groep respondenten die een bepaalde persoonlijkheidstrek niet bezitten en de groep respondenten die dat kenmerk wel toegeschreven hebben gekregen, is er een onafhankelijke t-toets uitgevoerd. Hierbij worden de gemiddelde scores van de twee groepen op de vragenlijst over kijkmotieven voor reality genres met elkaar vergeleken. Hoe hoger de score op een bepaald motief, hoe meer het desbetreffende motief een rol speelt bij het kijken naar reality tv.

Voor de persoonlijkheidstrek *extraversie* blijkt er alleen een significant verschil te bestaan op het motief *persoonlijke identiteit* voor het genre *programma's waarin mensen een persoonlijk verhaal vertellen*. Extraverte personen scoren op dit motief lager dan mensen die niet extravert zijn ( $t = -2.581$ ,  $p = .013$ ). Vriendelijke mensen scoren significant hoger dan mensen die dit kenmerk niet bezitten op het motief *sociale interactie* voor het genre *competitie-/gameshows* ( $t = 2.359$ ,  $p = .021$ ) en op het motief *companionship* voor het genre *persoonlijk verhaal* ( $t = 2.097$ ,  $p = .041$ ). Voor de persoonlijkheidstrek *emotionele stabiliteit* zijn er significante verschillen gevonden voor het genre *talentenshows*. Op de motieven *persoonlijke identiteit* ( $t = -2.385$ ,  $p = .020$ ) en *companionship* ( $t = -2.328$ ,  $p = .022$ ) scoren emotioneel stabiele personen lager dan de respondenten die niet emotioneel stabiel zijn. Voor het genre *programma's waarin mensen geholpen worden* is er een significant verschil voor het motief *companionship* ( $t = -2.537$ ,  $p = .016$ ). Het laatste significante verschil dat is gevonden is voor *openheid voor ervaringen*. Voor het genre *competitie-/gameshows* scoren de respondenten die open staan voor nieuwe ervaringen hoger op het motief *entertainment/ontspanning* dan de respondenten die dit persoonlijkheidskenmerk niet toegeschreven hebben gekregen ( $t = 2.997$ ,  $p = .004$ ). Voor het persoonlijkheidskenmerk *zorgvuldigheid* zijn geen significante verschillen gevonden.

## Conclusie en Discussie

---

Dit onderzoek is een aanvulling op voorgaand onderzoek naar de invloed van persoonlijkheid op de kijkmotieven voor verschillende genres van reality tv. Persoonlijkheid werd gemeten aan de hand van vijf persoonlijkheidstreken. Reality tv programma's werden onderverdeeld in vijf verschillende genres en per genre werden zes motieven onderzocht.

Uit de correlatieanalyse blijkt dat er per persoonlijkheidstrek twee significante verbanden te vinden zijn met de kijkmotieven voor de verschillende genres en dat de trek *openheid voor ervaringen* één significantie correlatie heeft.

Voor de persoonlijkheidstrek *extraversie* is een positieve significante correlatie gevonden met het motief *persoonlijke identiteit* voor het genre *talentenshows* en een negatief verband met *persoonlijke identiteit* voor het genre *programma's waarin mensen een persoonlijk verhaal vertellen*. Een correlatieanalyse geeft alleen verbanden weer tussen variabelen maar laat geen causale relaties zien. Er is een onafhankelijke t-toets uitgevoerd om na te gaan of het wel of niet hebben van een persoonlijkheidstrek inderdaad invloed heeft op de kijkmotieven voor genres van reality tv. De resultaten van deze toets laten zien dat extraverte personen lager scoren op het motief *persoonlijke identiteit* voor *programma's waarin mensen een persoonlijk verhaal vertellen* dan de niet-extraverte respondenten. Dit komt overeen met het negatieve verband dat de correlatieanalyse weergeeft. *Persoonlijke identiteit* gaat over jezelf vergelijken met de personen van het programma waar je naar kijkt. Hierdoor kun je je beter gaan voelen over jezelf en jezelf een hogere status toekennen (Nabi et al., 2006; Reiss & Wiltz, 2004). Programma's waarin een persoonlijk verhaal wordt verteld, zoals 'Jong' en 'Gepest', gaan over extreme verhalen van mensen die een ernstige ziekte hebben of erg gepest zijn en daar psychische problemen door hebben. Het zou kunnen dat extraverte personen, die vaak assertief zijn en erg gericht op sociale contacten, zich moeilijk kunnen vergelijken met mensen die bijvoorbeeld niet vaak buiten komen door hun ziekte of mensen die hun hele leven erg gepest zijn. Dit zou een reden kunnen zijn waarom deze extraverte mensen minder vaak om het motief *persoonlijke identiteit* naar programma's met een persoonlijk verhaal kijken. De t-toets liet geen significante verschillen zien voor *persoonlijke identiteit* voor het genre *talentenshows*. Het positieve verband dat naar voren kwam uit de correlatieanalyse wordt dus niet verklaard door de mate van extraversie. In een volgend onderzoek zou gezocht kunnen worden naar andere factoren die deze correlatie veroorzaken.

De positieve correlaties die de persoonlijkheidstrek *vriendelijkheid* liet zien met het motief *voyeurisme* voor het genre *competitie-/gameshows* en met het motief *entertainment/ontspanning* voor het genre *programma's waarin mensen een persoonlijk verhaal vertellen*, werden niet verklaard door verschillen tussen mensen die deze persoonlijkheidstrek wel bezitten en mensen die deze niet toegeschreven krijgen. De t-toets liet wel zien dat vriendelijke mensen significant hoger scoren dan mensen die dit kenmerk niet bezitten op het motief *sociale interactie* voor het genre *competitie-/gameshows* en op het motief *companionship* voor het genre *programma's waarin mensen een persoonlijk verhaal vertellen*. Dit betekent dat vriendelijke mensen naar competitie- en gameshows kijken zodat

ze mee kunnen praten met anderen die ook naar deze shows kijken en dat ze naar programma's met een persoonlijk verhaal kijken om zich minder alleen te voelen. Deze uitkomsten zijn lastig te verduidelijken omdat er geen vergelijkbare literatuur is over de persoonlijkheidstrek *vriendelijkheid* in combinatie met reality tv genres. Om een verklaring te vinden voor deze resultaten zou er uitgebreider onderzoek gedaan moeten worden naar deze persoonlijkheidstrek en andere factoren die mee zouden kunnen spelen bij kijkmotieven voor reality tv.

De correlatieanalyse laat zien dat de persoonlijkheidstrek *zorgvuldigheid* en het motief *gewoonte/verveling* voor het genre *romantiek* negatief met elkaar verbonden zijn en dat het motief *voyeurisme* voor het genre *programma's waarin mensen geholpen worden* positief samenhangt met *zorgvuldigheid*. De t-toets geeft echter geen verschillen weer tussen respondenten die wel en de respondenten die niet zorgvuldig zijn. Het zou kunnen zijn dat deze persoonlijkheidstrek geen significante rol speelt in kijkmotieven voor reality tv en dat andere factoren de bovenstaande verbanden veroorzaken. Verder onderzoek zou dit kunnen bevestigen of weerleggen.

De respondenten die volgens de TIPI *emotioneel stabiel* zijn, scoren lager op het motief *companionship* voor de genres *talentshows* en *programma's waarin mensen geholpen worden* dan de respondenten die deze eigenschap niet toegeschreven hebben gekregen. De correlatieanalyse liet ook een negatief verband zien. Mensen die emotioneel stabiel zijn, hebben niet snel de neiging om negatieve gevoelens als angst, depressie, hulpeloosheid en eenzaamheid te ervaren. Dit zou kunnen verklaren waarom *companionship*, het kijken naar reality programma's om je minder alleen te voelen als je niemand om je heen hebt (Papacharissi & Mendelson, 2007), voor deze mensen een minder belangrijk motief is om naar talentshows en hulpprogramma's te kijken. Emotioneel stabiele mensen scoorden ook lager op het motief *persoonlijke identiteit* bij het genre *talentshows* dan de minder emotioneel stabiele respondenten. Om dit te kunnen verklaren is nader onderzoek noodzakelijk.

Voor de persoonlijkheidstrek *openheid voor ervaringen* is een positieve correlatie gevonden met het motief *entertainment/ontspanning* voor het genre *competitie-/gameshows* en er is significant verschil tussen de scores van de groep respondenten die deze eigenschap wel heeft en de respondenten die dit niet hebben. Personen die open staan voor ervaringen scoren hoger dan mensen die niet open staan voor nieuwe ervaringen. Dit zou verklaard kunnen worden door het feit dat personen die open staan voor nieuwe ervaringen vaak erg nieuwsgierig zijn en aangetrokken worden door het concept van het programma. In de competitieweek 'Wie is de Mol' bijvoorbeeld, moeten de deelnemers spannende opdrachten uitvoeren terwijl één van hen, de mol, deze opdrachten probeert te saboteren. De grote vraag is, zoals de titel van het programma al zegt "Wie is de mol?". De competitieweek wordt elke week spannender omdat elke aflevering een deelnemer afvalt en er steeds minder mensen overblijven die de mol kunnen zijn.

#### *Vergelijking met voorgaand onderzoek*

Dit onderzoek was op een andere manier opgesteld dan de voorgaande onderzoeken naar dit onderwerp. De voorgaande onderzoeken gebruikten reality tv als algemeen begrip, zonder het onder te verdelen in genres (Papacharissi & Mendelson, 2007), of keken naar andere

individuele verschillen dan persoonlijkheid (Nabi et al., 2003; Reiss & Wiltz, 2004).

Het onderzoek dat wel op een vergelijkbare manier te werk is gegaan (Aubrey et al., 2012), laat andere resultaten zien dan die in dit onderzoek naar voren zijn gekomen. In dat onderzoek komt naar voren dat *extraversie* op een positieve manier gecorreleerd is met instrumentele motieven, waar *sociale interactie* onder valt. De resultaten uit dit onderzoek laten geen correlatie zien tussen *extraversie* en *sociale interactie*, maar alleen correlatie tussen *extraversie* en het motief *persoonlijke identiteit* voor *talentenshows* en *programma's waarin een persoonlijk verhaal wordt verteld*. Het verschil in resultaten zou verklaard kunnen worden door het verschil in de opzet van het onderzoek. In het onderzoek van Aubrey et al. (2012) wordt alleen gekeken naar *extraversie* en *neuroticisme* (emotionele stabiliteit) terwijl dit onderzoek zich richt op alle vijf de persoonlijkheidsdimensies van de Big Five. Ook de groepen respondenten verschilden van elkaar; in dit onderzoek was de groep respondenten veel gevarieerder dan in het onderzoek van Aubrey et al., wat alleen uit studenten bestond.

Kort samengevat zijn de uitkomsten van dit onderzoek dat *extraversie* een negatief verband heeft met het motief *persoonlijke identiteit* voor het genre *programma's waarin mensen een persoonlijk verhaal vertellen*. *Vriendelijkheid* heeft een positieve relatie met het motief *sociale interactie* voor het genre *competitie-/gameshows* en met *companionship* voor *programma's waarin mensen een persoonlijk verhaal vertellen*. Voor de persoonlijkheidstrekk *zorgvuldigheid* zijn geen significante verschillen gevonden tussen de respondenten die deze eigenschap wel hadden en degenen die deze trek niet toegeschreven kregen. *Emotionele stabiliteit* heeft een negatief verband met de motieven *companionship* en *persoonlijke identiteit* voor de genres *talentenshows* en *programma's waarin mensen geholpen worden*. De laatste persoonlijkheidstrekk, *openheid voor ervaringen*, heeft een positieve relatie met het motief *entertainment/ontspanning* voor het genre *competitie-/gameshows*.

Deze bevindingen laten zien dat er voor de verschillende persoonlijkheidstrekken inderdaad verschillende motieven zijn voor de verschillende genres van reality tv. Dit ondersteunt de eerdere bevindingen uit de literatuur dat reality tv niet als één begrip gezien moet worden, maar dat het onder te verdelen is in verschillende genres en dat persoonlijkheid in zekere mate een rol speelt bij de kijkmotieven voor de verschillende reality tv genres.

### *Aanbevelingen*

Dit onderzoek kent echter ook beperkingen. De daadwerkelijke rol van persoonlijkheid lijkt aan de hand van de resultaten uit dit onderzoek niet heel groot. Niet elke persoonlijkheidstrekk heeft een significante invloed op de kijkmotieven en de persoonlijkheidstrekken die wel verband hebben met motieven en genres, hebben dit niet voor elk motief en ook niet voor elk genre. Een aantal van de significantie verbanden die gevonden zijn, zijn lastig te verklaren omdat er weinig vergelijkbare literatuur is. Voorgaande onderzoeken zijn niet van dezelfde persoonlijkheidstrekken uitgegaan of hebben reality tv niet verdeeld in genres. Toch komt er uit deze voorgaande literatuur wel degelijk naar voren dat persoonlijkheid een rol speelt bij de kijkmotieven voor reality tv (Nabi et al., 2003; Reiss & Wiltz, 2004; Nabi et al., 2006; Papacharissi & Mendelson, 2007; Aubrey et al., 2012). De verklaring voor deze uitkomst zou kunnen liggen bij het feit dat er meerdere factoren, naast persoonlijkheid, een rol spelen. Dit onderzoek beperkte zich alleen tot persoonlijkheidstrekken en richtte zich niet op andere

factoren. In vervolgonderzoek is het belangrijk om meer variabelen te onderzoeken dan alleen persoonlijkheid. Niet alle verbanden tussen persoonlijkheid en kijkmotieven voor reality tv genres zijn logisch te verklaren als er geen aanvullende gegevens bekend zijn. De hoeveelheid reality tv die iemand kijkt zou bijvoorbeeld belangrijk kunnen zijn, maar ook gegevens als hoe tevreden een respondent is over de contacten en relaties die hij of zij met anderen heeft. Wanneer een extraverte persoon bijvoorbeeld niet veel sociale contacten heeft, en zich eenzaam voelt, zou hij of zij *companionship* kunnen aangeven als kijkmotief. Als je niet zou weten dat de persoon zich eenzaam voelt, zou *companionship* een minder logisch motief zijn voor extraverte personen, die toch vaak sociaal en positief ingesteld zijn. Aanvullende gegevens kunnen helpen met het verklaren van verbanden die minder voor de hand liggen

Verder is het van belang om een grote groep respondenten te hebben, zodat er een goede conclusie getrokken kan worden uit de onderzoeksgegevens. In dit onderzoek was het aantal repondenten wat beperkt, vooral omdat er onderscheid gemaakt werd tussen verschillende persoonlijkheidstrekken en reality tv verdeeld wordt in verschillende genres. Het genre *programma's waarin mensen geholpen worden* werd bijvoorbeeld door 33 respondenten gekeken, waarvan er maar twee gezien werden als *vriendelijk*. Het is daarom aan te raden om in volgend onderzoek een grotere groep respondenten te werven.

Als laatste is het belangrijk om in aanvullend onderzoek in plaats van de Ten-Item Personality Inventory, gebruik te maken van een uitgebreidere persoonlijkheidsvragenlijst. De TIPI is weliswaar een goed alternatief voor langere persoonlijkheidstesten, maar het blijft een beperkte persoonlijkheidstest. Het is belangrijk dat er naar de gehele persoonlijkheid van het individu wordt gekeken, omdat het samenspel van de verschillende persoonlijkheidstrekken invloed kan hebben op de antwoorden op de motievenvragenlijst. In dit onderzoek is naar de persoonlijkheidstrekken afzonderlijk gekeken, maar een persoon heeft meerdere persoonlijkheidstrekken die elkaar kunnen beïnvloeden en samen de persoonlijkheid van die persoon vormen.

Reality tv is en blijft een breed begrip, wat door de toenemende programma's en concepten alleen maar gevarieerder wordt. Het is moeilijk om één enkele verklaring te vinden voor de vraag waarom reality tv voor veel mensen zo aantrekkelijk is om naar te kijken. Het is een samenspel van persoonlijkheidstrekken en andere factoren die van invloed kunnen zijn op het kijkgedrag van mensen. Wellicht dat toekomstig onderzoek een definitief antwoord zou kunnen geven, maar tot die tijd blijven we lekker een avondje op de bank naar reality tv kijken, zonder helemaal zeker te weten waarom het ons zo interesseert.

## Referenties

---

Aubrey, J.S., Olson, L., Fine, M., Hauser, T., Rhea, D., Kaylor, B., and Yang, A. (2012), Investigating Personality and Viewing-Motivation Correlates of Reality Television Exposure, *Communication Quarterly* 60(1), 80-102.

Costa, P.T. and McCrae, R.R. (1992), Four Ways Five Factors Are Basic, *Person. individ. Diff.* 13 (6), 653-665.

Godlewski, L.R. and Perse, E.M., (2010), Audience Activity and Reality Television: Identification, Online Activity, and Satisfaction, *Communication Quarterly*, 58 (2), 148-169

Gosling, S.D., Rentfrow P.J. and Swann, W.B., (2003), A very brief measure of the Big-Five personality domains, *Journal of Research in Personality* 37, 504–528

Hofmans, J., Kuppens, P., and Allik, J. (2008). Is short in length short in content? An examination of the domain representation of the Ten Item Personality Inventory scales in Dutch language. *Personality and Individual Differences*, 45(8), 750-755.

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. and 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. and 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. and 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. and Wiltz, J., (2004), Why People Watch Reality TV, *Media Psychology*, 6, 363-378

# Bijlagen

---

## Bijlage 1 - 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 eerste 10 vragen zullen betrekking hebben op persoonlijkheid. Er worden een aantal persoonlijkheidstrekken genoemd die wel of niet bij jou passen. Vul het nummer in naast de uitspraken om aan te geven in welke mate je het eens of oneens met deze uitspraken. Je beoordeelt de mate waarin het paar eigenschappen op jouw van toepassing zijn, zelfs als één eigenschap sterker op jou van toepassing is dan de ander.

1 = Sterk oneens

2 = Enigszins oneens

3 = Klein beetje oneens

4 = Niet oneens, niet eens

5 = Klein beetje eens

6 = Enigszins eens

7 = Sterk eens

1		Extravert, enthousiast
2		Kritisch, strijdzuchtig
3		Betrouwbaar, gedisciplineerd
4		Angstig, snel overstuur
5		Open voor nieuwe ervaringen, complex
6		Gereserveerd, stil
7		Sympathiek, warm
8		Slordig, achteloos
9		Kalm, emotioneel stabiel
10		Behoudend, niet creatief

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 = helemaal eens

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 = helemaal eens

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 = helemaal eens

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 = helemaal eens

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 = helemaal eens

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](mailto:m.vroom@student.utwente.nl) of [i.hogt@student.utwente.nl](mailto:i.hogt@student.utwente.nl)

## **Bijlage 2 – 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.