

Universiteit Twente

Bachelorthese

De invloed van demografische factoren op de motieven van de kijkers van *Boer zoekt vrouw*



Auteur: Inken Hamel (s1011979)
Eerste begeleider: Dr. A. Heuvelman
Tweede begeleider: Dr. P. Kommers
Opleiding: GW, Psychologie
Thema: Mediapsychologie

Samenvatting

Aanleiding en doel van het onderzoek: In Nederland is *Boer zoekt vrouw* het meest bekeken tv-programma en de populariteit neemt nog steeds toe. Naar reality-tv en programma's zoals *Boer zoekt vrouw* zijn al verscheidene onderzoeken gedaan, maar deze hebben vooral betrekking op de motieven van mensen die naar reality-tv kijken. Hierbij is er tot nu toe geen rekening gehouden met individuele verschillen van de kijkers en welke invloed deze verschillen op de motieven kunnen hebben. Het doel van deze these is te onderzoeken welke invloed de demografische factoren van kijkers van *Boer zoekt vrouw* op hun motieven hebben.

Resultaten: De resultaten van de analyse laten zien dat op voyeurisme na alle motieven door tenminste één van de demografische factoren beïnvloed wordt. Verder beïnvloeden de motieven niet de waardering van *Boer zoekt vrouw*. Terwijl het kijkgedrag en het format zowel positief of negatief door een aantal motieven beïnvloed wordt.

Conclusie: Uit de resultaten blijkt dat voor de hypothesen slechts deels significant bewijs gevonden is. De demografische factoren hebben op tenminste twee van de acht motieven significant effect. Terwijl de plaats waar mensen zijn opgegroeid geen effect op een van de motieven heeft. Er kan vastgesteld worden dat hoe meer mensen zich met iemand van *Boer zoekt vrouw* kunnen identificeren hoe vaker zij naar het programma kijken. Als mensen hoger scoren op de motieven tijdverdrijf en voyeurisme blijkt dat zij minder vaak naar *Boer zoekt vrouw* kijken. Verder bestaat er een negatieve relatie tussen downward comparison en de waardering van het format van *Boer zoekt vrouw*. Terwijl mensen die informatie, identificatie of entertainment als motief hebben het format meer waarderen als zij hoger op één van deze motieven scoren.

Summary

Motive and goal of this study: In the Netherlands *Boer zoekt vrouw* is the most popular TV program and viewing rates are still increasing. Much research has been done concerning reality-TV and programs such as *Boer zoekt vrouw*, but mainly assessing the people's motives to watch reality TV. Up to now individual differences in the audience and their impact on people's motives to watch reality TV are not taken into account. The aim of this study is to assess the effect of the viewer's demographic factors on their motives to watch *Boer zoekt vrouw*.

Results: The results of the analysis demonstrated that all motives except voyeurism are affected by at least two demographic factors. Further the motives of the viewer are not influenced by the valuation of *Boer zoekt vrouw*. Viewing habits and the format are either positively or negatively affected by the different motives of the audience. .

Conclusion: The results of each hypothesis indicate only partial significant evidence in support. Demographic factors affect two out of eight motives significantly. The place where people have grown up appears to have no effect on any motive. It can be concluded that the more people can identify themselves with someone in the program *Boer zoekt vrouw* the more often they tend to watch it. The increasing scores of leisure time activity and voyeurism tend to correlate with decreasing amount of time spent on the series *Boer zoekt vrouw*. Furthermore there is a negative relationship between downward comparison and appreciation of the format of *Boer zoekt vrouw*. People who have information, identification or entertainment as motive appreciate the format more.

Inhoudsopgave

1. Inleiding.....	5
1.1 Theoretisch kader	5
1.2 Belang van het onderzoek.....	8
1.3 Hypothesen	9
1.3 Begrippen	10
2. Methode.....	10
2.1 Procedure	10
2.2 Deelnemers.....	13
3. Resultaten	14
3.1 One-way ANOVA.....	14
3.2 Regressieanalyse	18
3.3 Aanvullende analyse.....	19
4. Conclusie en Discussie	20
4.1 Sterke en zwakke punten.....	21
4.2 Aanbevelingen voor verder onderzoek	22
5. Referenties.....	24
Appendix A: Nederlandse vragenlijst	26
Appendix B: Duitse Vragenlijst	35
Appendix C: Aanvullende tabellen	43

1. Inleiding

In Nederland kijkt 30 % van de populatie meer dan 20 uur per week televisie (centraal bureau voor de statistiek [CBS], 2009). Aangenomen dat deze mensen gemiddeld 8 uur per nacht slapen, betekent dat dat zij 18% van hun tijd besteden aan televisie kijken. Anders uitgedrukt: de gemiddelde Nederlander kijkt bijna drie uur televisie per dag (Stichting Kijk Onderzoek, 2011). Hierbij kijken Nederlanders het meest naar het tv-programma *Boer zoekt vrouw* en de populariteit van dit programma neemt nog steeds toe (Stichting Kijkonderzoek, 2011). Om een verklaring voor de populariteit te vinden zijn al een aantal onderzoeken uitgevoerd met betrekking tot de verschillende motieven die kijkers van *Boer zoekt vrouw* hebben om ernaar te kijken. Hierdoor kunnen verschillende motieven al in verband gebracht worden met het kijken van reality-tv. Hierover is bekend dat neuroticisme een rol speelt bij de kijkers (Potts, Dedmon & Halford, 1996) en media gekozen worden op basis van ‘mood management’ (Dillman-Carpentier, Brown, Bertocci, Silk, Forbes & Dahl, 2008). Maar er is tot nu toe weinig onderzoek gedaan naar het populairste format in Nederland *Boer zoekt vrouw*. Bovendien is er ook weinig bekend over individuele verschillen in entertainment voorkeur (Gauntlett, 2005). Er is tot nu toe geen onderzoek gedaan over de individuele verschillen van de kijkers van *Boer zoekt vrouw*. Dit onderzoek wil een poging doen om de oorzaak van de verschillende motieven op basis van demografische factoren te verklaren.

1.1 Theoretisch kader

Door gebruik te maken van theorieën die verklaren waarom reality-tv gekeken wordt kunnen motieven gekozen worden. Vervolgens worden demografische factoren bepaald die hier invloed op kunnen hebben. Dit onderzoek is gebaseerd op het onderzoek van Papacharissie en Mendelson (2007) over ‘uses and gratifications of reality TV Shows’, omdat hierin relevante theorieën over de motieven van kijkers van reality-tv naar voren komen. Het onderzoek maakt gebruik van de ‘uses of gratification theory’ en de 16 Reiss motieven (Reiss & Wiltz, 2004). De ‘uses and gratification theory’ verklaart hoe en waarom mensen media gebruiken (Giles, 2003). Papacharissi en Mendelson hebben vastgesteld dat de meest opvallende motieven om naar reality-tv te kijken, gezelschap, entertainment, ontspanning, sociale interactie, tijdverdrijf en voyeurisme zijn. Maar ook motieven uit de subcategorieën spelen een rol, zoals informatie en sociale identificatie. Op voyeurisme na komen de geconstateerde motieven van Papacharissi et al. (2007) overeen met de

negen motieven van Rubin (1983) waarom mensen naar tv kijken. Maar Rubin voegt hier nog de motieven arousal, informatie, gewoonte en ontsnapping aan toe.

Gebaseerd op het ‘uses and gratification’ model heeft McQuail (2000) vier redenen vastgelegd waarom mensen gebruik maken van media. De vier redenen komen overeen met de motieven van Papacharissi et al. (2007) namelijk: informatie, persoonlijke identificatie, integratie/sociale interactie en entertainment.

Overeenkomend met de andere onderzoeken hebben ook Willems en Goepfert (2006) in hun literatuuronderzoek vastgesteld dat de keuze voor een tv-programma onder andere beïnvloed wordt door de volgende motieven: informatie, ontspanning, sociale interactie, persoonlijke identiteit, verveling en gewoonte/tijdverdrijf.

Op basis van de voorafgaande onderzoeken wordt voor dit onderzoek voor de volgende motieven gekozen: informatie, identificatie (downward comparison), gezelschap, entertainment, ontspanning, tijdverdrijf en voyeurisme. Aan de hand van deze motieven kan het best onderzocht worden welke factoren de motieven om naar *Boer zoekt vrouw* te kijken beïnvloeden. De motieven die gebruikt zijn in dit onderzoek zijn gebaseerd op verschillende theorieën. Gehanteerde definities van de motieven worden in het volgende uitgelegd.

Informatie

Een reden om TV te kijken is om informatie over belangrijke gebeurtenissen te krijgen (Willems en Goepfert, 2006). De kijkers zijn op zoek naar advies over praktische zaken of naar de mening van anderen en hun besluitvormingen. Maar het verkrijgen van informatie is vaak gemotiveerd door externe invloeden. Mensen willen geïnformeerd zijn om te kunnen discussiëren of ze willen niet door onwetendheid geconfronteerd worden met onaangename situaties (van Woerkum, 2000). Dus mensen kijken TV om door kennis een gevoel van veiligheid te krijgen (Willems et al, 2006).

Identificatie

Mensen kijken televisie voor de versterking en erkenning van hun eigen normen en waarden (Willems et al., 2006). Om deze versterking en erkenning te bereiken wordt vaak gebruik gemaakt van sociale identificatie, omdat dit leidt tot emotionele betrokkenheid. Emotionele betrokkenheid ontstaat door het gevoel dat sommige mensen hetzelfde zijn en andere juist niet (Swaan, 1994). Doordat bij reality-tv de deelnemers ‘gewone’ mensen zijn bestaat de kans dat de kijker zich met de personen kan identificeren. Dit wordt nog meer bevorderd als het programma zich afspeelt in een alledaagse situatie of een vertrouwde omgeving. Sociale identiteit wordt eveneens bevorderd als de

deelnemers van reality-tv (bijna) van dezelfde leeftijd zijn als de kijker (Harwood, 1997) en hetzelfde geslacht hebben (Trepte, 2004). Dus programmakeuze wordt niet alleen bepaald door de behoefte van leeftijdsidentificatie (Hawood, 1997) maar ook door identificatie met het eigen geslacht. Hierbij kijken vrouwen vaker naar programma's over hun eigen sekse dan mannen (Elasmar, Hasegawa & Brain, 1999). Hieruit kan geconcludeerd worden dat programma's op basis van sociale identiteit gekozen worden (Trepte, 2004).

Sociale interactie (Gezelschap)

Volgens Willems et al. (2006) heeft televisie de functie om aan de volgende behoeften te voldoen: autoriteit, het geven van onderwerpen voor een gesprek met familie, vrienden en collega's en het reduceren van eenzaamheid. De behoefte om eenzaamheid door televisie te reduceren wordt door de 'parasociale interactie theory' ondersteund. Volgens Horton en Wohl (1956) houdt dit in dat door het kijken van televisie de kijker de illusie krijgt van een face-to-face interactie. Deze interactie kan tussen de kijker en een protagonist van het tv-programma plaatsvinden, zodat de kijker het gevoel van een persoonlijke relatie krijgt. Door de persoonlijke relatie krijgt de kijker een gevoel van verbondenheid met iemand (Willems et al., 2006). Door het gevoel van gezelschap kan de kijker gemotiveerd worden het programma te kijken.

Entertainment, Ontspanning & Tijdverdrijf

Entertainment is het hoofdmotief om tv te kijken (Willems et al, 2006). Maar entertainment heeft verschillende dimensies. Ten eerste kan entertainment helpen om aan problemen te ontsnappen (escapisme). Ten tweede kan entertainment ontspannend werken. Ten derde kan het helpen tijd door te brengen (tijdverdrijf). De laatste dimensies van entertainment zijn emotionele bevrijding en seksuele opwindning. Vooral het laatste punt kan in verbinding gebracht worden met voyeurisme, omdat ook hierbij seksuele opwindning een motivatie kan zijn om (reality)-tv te kijken.

Voyeuristische theorie

Papacharissie en Mendelson (2007) hebben vastgesteld, dat mensen met lage mobiliteit en een laag niveau van interpersoonlijke interactie reality-tv kijken om hun voyeuristische behoeften te bevredigen. Verder blijkt uit het onderzoek van Nabi, Bielz, Morgan en Stitt (2003) dat voyeurisme een motivatie kan zijn om naar reality te kijken. Maar bij dit onderzoek wordt voyeurisme in de strikte zin gezien, namelijk dat iemand een persoon observeert voor seksueel genot, zonder dat de persoon hiervan kennis heeft (Nabi et al, 2003). Hierdoor wordt voyeurisme niet erg vaak als motief genoemd. Maar uit literatuur blijkt dat voyeurisme ook inhoudt dat kijkers van reality-tv de

mogelijkheid krijgen om dingen te zien die normaal voor hen verborgen blijven. Dus voyeurisme hoeft niet in elk geval gedefinieerd worden als seksuele lustgevoelens, omdat het bij reality TV meer gaat om het stiekem kijken naar alledaagse dingen (van der Wal, 2012). Dus er is vervolgonderzoek nodig waarbij voyeurisme breder gedefinieerd wordt omdat uit literatuur blijkt dat voyeurisme een belangrijke rol speelt bij het kijken van reality TV.

Downward comparison

De theorie van ‘downward comparison’ is een deel van de identificatietheorie en wordt aanvullend onderzocht omdat het niet gelijk is aan identificatie en een ander motief kan zijn om naar *Boer zoekt vrouw* te kijken. Mensen die hiervan gebruik maken vergelijken zich met anderen die ondergeschikt zijn of minder welvarend zijn (Baumann, 2008). Door dit type vergelijking krijgen mensen een beter gevoel over zichzelf (Martin, Suls & Wheeler, 2001). Uit literatuur blijkt dat voor vrouwen downward comparison een sterker motief is dan voor mannen (Nabi et al, 2003).

1.2 Belang van het onderzoek

Uit de hierboven aangevoerde theorieën over (reality)-tv kan geconcludeerd worden dat er verschillende theorieën zijn die proberen te verklaren waarom mensen naar (reality)-tv kijken. Het probleem hierbij is dat de theorieën betrekking hebben op verschillende soorten reality-tv. Tegenwoordig zijn er te veel verschillende programma’s die niet algemeen te definiëren zijn (Holmes & Jermyn, 2004). Dus deze theorieën zijn niet toepasbaar op alle soorten reality-tv, omdat er geen eenduidige definitie van reality-tv is. Daarom is het zinvol onderzoek op basis van dit soort theorieën met betrekking op een bepaald TV-programma te doen.

Dit onderzoek gaat over het TV-programma *Boer zoekt vrouw* om meerdere redenen. Ten eerste is *Boer zoekt vrouw* in 2011 het best bekeken programma in Nederland (Stichting Kijkonderzoek, 2011) en het programma wordt steeds meer bekeken (30% meer dan de vorige keer). Zo ligt het totale marktaandeel bij de doelgroep 6+ bij 59,9 %. Bovendien is het aantal kijkers in alle leeftijdscategorieën in de periode van 2007 tot 2011 enorm gestegen (zie Appendix D, Tabel 10). Ten tweede blijkt uit de publiekssamenstelling van 2007 tot 2011 dat alle leeftijdscategorieën in de doelgroep van *Boer zoekt vrouw* zijn terug te vinden (zie Appendix D, Tabel 10).

Een andere reden voor dit onderzoek is dat er nog weinig publieksonderzoek naar reality-tv gedaan wordt (Hermes & Reesink, 2009). Verder zijn veel onderzoeken niet generaliseerbaar omdat deze alleen betrekking hebben op een bepaalde leeftijdscategorie, zoals in het onderzoek van Nabi et al (2003). Bovendien is veel onderzoek in Amerika gedaan en daarom niet helemaal toepasbaar

op de Nederlandse bevolking. Tevens zijn vele onderzoeken gebaseerd op het hele reality tv-format of op een tv-programma dat niet bekend is (of minder populair) in Nederland en/of Duitsland.

Naar *Boer zoekt vrouw* is al onderzoek gedaan (Wal van der, 2012). Het onderzoek brengt naar voren welke factoren van belang kunnen zijn bij het kijken van *Boer zoekt vrouw*. Het onderzoek is niet representatief voor de Nederlandse bevolking omdat er slechts 25 proefpersonen uit Drenthe aan het onderzoek hebben deelgenomen. Daarom is er een vervolgonderzoek nodig.

1.3 Hypothesen

Het hoofddoel van dit onderzoek is om vast te stellen of er verschillen zijn in de motieven om *Boer zoekt vrouw* te kijken. De verwachte verschillen komen tot stand door verschillen in de demografische gegevens van de proefpersonen. Hierbij zijn de volgende demografische factoren van belang: geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en herkomst (opgegroeid en huidige woonplaats). Op basis van het onderzoek van Ang (1985) over het tv-programma Dallas wordt een verschil tussen de motieven van mannen en vrouwen verwacht. In haar onderzoek is naar voren gekomen dat mannen zich met andere situaties identificeren dan vrouwen. Verder wordt een verschil verwacht in de motieven door de verschillende opleidingsniveaus van de kijkers (Collins, 1987). Er is vooral een verschil te verwachten in de keuze van een tv-programma, omdat minder hoog opgeleide mensen tv-programma's kiezen met minder informatie, zoals *Boer zoekt vrouw* (Stappers, 1983). Verder is een verschil te verwachten tussen de Duitse en Nederlandse kijkers van *Boer zoekt vrouw*, omdat het motief van de selectie door de media (het is me niet duidelijk of je dat bedoelt) gebaseerd kan zijn op de nationaliteit (Mastro, 2003). Er is ook een verschil in motieven te verwachten door het verschil in leeftijd omdat mensen voorkeur geven aan programma's waarbij de deelnemers van dezelfde leeftijd zijn (Harwood, 1997). De verwachte verschillen in de motieven op basis van herkomsten van mensen is niet terug te voeren op literatuur. Desondanks wordt verwacht dat mensen van het platteland andere motieven hebben om *Boer zoekt vrouw* te kijken dan mensen uit een grote stad.

Algemene hypothese:

Er wordt verwacht dat er verschillen worden gevonden in de motivatie om *Boer zoekt vrouw* te kijken op basis van demografische factoren.

Hypothese 1:

De motieven om *Boer zoekt vrouw* te kijken verschillen op basis van opleidingsniveau.

Hypothese 2:

Mannen en vrouwen hebben verschillende motieven om *Boer zoekt vrouw* te kijken.

Hypothese 3:

Mensen met verschillende herkomsten hebben verschillende motieven om naar *Boer zoekt vrouw* te kijken.

Hypothese 4:

Mensen met verschillende nationaliteiten (Duits vs. Nederlands) hebben verschillende motieven om naar *Boer zoekt vrouw* te kijken.

Hypothese 5:

Mensen met verschillende leeftijd hebben verschillende motieven om naar *Boer zoekt vrouw* te kijken.

1.3 Begrippen

In dit onderzoek worden begrippen gebruikt die voor het begrijpen van het onderzoek van belang zijn. Daarom zijn deze begrippen hieronder uitgelegd:

Algemene definitie van reality-tv = Een televisieprogramma dat uitgaat van de realiteit en waarin reële personen en gebeurtenissen centraal staan (Meyer, 2001).

Boer zoekt vrouw = In het programma zoeken 10 boeren een vrouw. Het uitgangspunt van het programma is dat boeren problemen hebben om een partner te vinden en hierbij helpt het tv-programma.

2. Methode

2.1 Procedure

Om de hypothesen te testen is er gekozen voor een online enquête. De enquête is verspreid door middel van snowball sampling. De vragen zijn gebaseerd op de al genoemde theorieën en de waarden die mensen aan *Boer zoekt vrouw* hechten. De meeste vragen kunnen met een 7 point Likert-schaal beantwoordt worden, variërend van ‘helemaal mee eens’ tot ‘helemaal mee oneens’. De vragenlijst kan in Nederlands of Duits worden ingevuld om mogelijke taalproblemen te

voorkomen. Als eerste worden algemene vragen over de demografische factoren gesteld. Ten tweede zijn er vragen over de waardering van *Boer zoekt vrouw* gesteld en over het kijkgedrag. Ten derde worden vragen gesteld over de onafhankelijke variabelen, beginnend met vragen over het format. Daarna volgt een aantal vragen over de mogelijke motieven van de kijkers om *Boer zoekt vrouw* te kijken. Zowel bij de afhankelijke variabelen, als ook bij de onafhankelijke variabelen kan de betrouwbaarheid niet verder verhoogd worden door items te verwijderen.

Op grond van 3 exclusieve criteria kunnen mogelijke deelnemers van het onderzoek uitgesloten worden:

- Mensen die het programma *Boer zoekt vrouw* nog nooit gezien hebben.
- Mensen die niet in Nederland of Duitsland opgegroeid zijn.
- Mensen die geen Internet hebben.

Demografische factoren

De demografische variabelen bestaan uit geslacht, leeftijd, opleiding, nationaliteit en herkomst.

Over de herkomst worden twee vragen gesteld. Over de stad waar iemand is opgegroeid en over de huidige woonplaats. De schaal bestaat uit 4 antwoordmogelijkheden: platteland, kleine stad, middelgrote stad en grote stad. Drie respondenten zijn tijdens hun kindertijd verhuisd. Dus zij zijn niet representatief en worden met betrekking tot de herkomst niet verwerkt.

Afhankelijke variabele

De afhankelijke variabelen in dit onderzoek zijn: waardering, kijkgedrag en format. De vragen over de afhankelijke variabelen zijn niet gebaseerd op literatuur, omdat de vragen op het programma *Boer zoekt vrouw* zijn toegepast.

Waardering van Boer zoekt vrouw

Deze variabele is gericht op de waardering/cijfer die mensen aan het programma geven. Hierover is een vraag gesteld: “Welk cijfer geeft u het programma?”.

Kijkgedrag

Kijkgedrag wordt gemeten met 4 vragen, die betrekking hebben op het toekomstige kijkgedrag, de frequentie en de redenen om *Boer zoekt vrouw* te kijken. Voor deze variabele kan geen Cronbach's Alpha berekend worden, omdat de antwoordschalen per vraag verschillen.

Format

Deze variabele is gebruikt om te kijken welke factoren het format *Boer zoekt vrouw* aantrekkelijk maken. De interne consistentie voor de 14 vragen is excellent, omdat Cronbach's Alpha een waarde van 0,903 heeft.

Onafhankelijke variabele

Er is voor acht onafhankelijke variabelen gekozen, die verschillende motieven van kijkers meten. Alle vragen kunnen beantwoord worden met een 7 point Likert-schaal.

Informatie

Deze variabele is met acht vragen gemeten: om te kijken of de informatie die door het kijken van *Boer zoekt vrouw* verkregen wordt een reden is om het programma te kijken. De eerste vier vragen zijn afkomstig van Trepte, Baumann, & Borges (2000) en de laatste vragen van Willems & Goepfert (2006). Een stelling is: 'Ik kijk Boer zoekt vrouw, omdat ik veel over de deelnemer te weten kom'. Cronbach's Alpha is hiervan is 0.822.

Identificatie

Deelnemers hebben zeven vragen gehad of ze zich met verschillende onderdelen van het programma kunnen identificeren. De vragen zijn gebaseerd op onderzoeken van Chory-Assad & Ciccirillo (2005), Cohen (2001) en Godlewski & Perse (2010). Het construct identificatie heeft een Cronbrach's Alpha van 0.75.

Gezelschap

Gebaseerd op een onderzoek van Papacharissie & Mendelson (2007) en Willems & et al (2006) is gezelschap op basis van acht stellingen gemeten. De Cronbach's Alpha van dit construct is 0.78.

Entertainment

Entertainment is gemeten door middel van zes stellingen die door Papacharissie et al (2007) ontworpen zijn. Ook dit construct met een Cronbach's Alpha van 0.92 heeft een heel hoge betrouwbaarheid.

Ontspanning

Ontspanning is gemeten met drie stellingen, gebaseerd op Papacharissie et al (2007) en Godlewski & Perse (2010) en heeft een Cronbach's Alpha van 0.88. Door de variabele 'school, werk en andere dingen vergeten' te verwijderen kan de Cronbach's Alpha tot 0.913 verhoogd worden. Ondanks de mogelijkheid de betrouwbaarheid te verhogen wordt in de analyse geen variabele

verwijderd omdat het construct slechts drie stellingen bevat en een Cronbach's Alpha met 0.88 excellent maar nog steeds goed.

Tijdverdrijf

Dit construct wordt vertegenwoordigd door vier stellingen, die evenals de vragen over ontspanning gebaseerd zijn op het onderzoek van Papacharissie et al (2007). Dit construct heeft met 0.73 de laagste betrouwbaarheid.

Voyeurisme

De vragen zijn gebaseerd op onderzoeken van Baruh (2010), Nabi, Biely, Morgan & Stitt, (2003) en Papacharissie et al (2007). Er is voor 8 stellingen gekozen, om voyeurisme te meten als kijkmotief. De betrouwbaarheid van het construct voyeurisme is 0.85.

Downward comparison

Deze variabele wordt door vijf stellingen gemeten, welke niet gebaseerd zijn op literatuur. Maar een Cronbach's Alpha waarde van 0.81 laat zien, dat de vragen betrouwbaar zijn. Echter stijgt de betrouwbaarheid op 0.85, als de stelling "Ik kijk Boer zoekt vrouw, omdat ik mij hierdoor beter voel" verwijderd wordt. De volledige vragenlijst is te vinden in Appendix A.

2.2 Deelnemers

Deelnemers zijn geworven via Facebook, e-mail en fanpagina's van *Boer zoekt vrouw*. In totaal hebben 226 personen de vragenlijst ingevuld. Van alle ingevulde enquêtes kunnen 36 niet gebruikt worden, omdat gegevens ontbreken. Uiteindelijk hebben 190 personen de enquête helemaal ingevuld, 98 Nederlanders en 92 Duitsers (zie Appendix C, Tabel 7). De gemiddelde leeftijd is 32 jaar met een spreiding van 16 tot 65. De meeste deelnemers (45,3%) zijn tussen 20 en 25 jaar (Appendix D, Figuur 1). De verschillende leeftijden, evenals de verschillende nationaliteiten in de steekproef zijn goed vertegenwoordigd. Maar onder de respondenten waren slechts 51 mannen (26,8%) en 139 vrouwen (73,2%). Het opleidingsniveau is te onderscheiden in de Nederlandse en de Duitse opleidingen. Zowel van de Nederlandse, als van de Duitse respondenten hebben de meeste respondenten een universitaire opleiding gevolgd (15,3%). Verder zijn de deelnemers goed verdeeld met betrekking tot de herkomst, zowel waar de deelnemers opgegroeid zijn als hun huidige woonplaats (SD= 1.1).

3. Resultaten

Door middel van een One-Way ANOVA en multiple regressieanalyse zijn de resultaten geanalyseerd. De One-way ANOVA toetst of de gemiddelden van 8 onafhankelijke groepen gelijk zijn. Als deze niet gelijk zijn dan hebben de demografische factoren verschillende effecten op de motieven (zie Appendix C, Tabel 9). Aanvullend wordt een regressieanalyse uitgevoerd, om te toetsen of de onafhankelijke variabelen (motieven) invloed hebben op één van de afhankelijke variabelen (waardering, format en kijkgedrag).

Met behulp van de eerste analyse zijn verschillen vast te stellen binnen de onafhankelijke variabelen met betrekking tot de demografische factoren. Bovendien wordt naar opvallende verschillen tussen de gemiddelden gekeken. Hierbij wordt een verschil van 0.5 als opvallend gehanteerd. Zowel de significante als de opvallende verschillen worden in de volgende paragraaf uitgelegd.

3.1 One-way ANOVA

Opleiding

Uit de ANOVA analyse blijkt dat opleiding een significant effect op de motieven gezelschap en tijdverdrijf heeft (zie Tabel 1).

Tabel 1. *Relevante Resultaten Opleiding, n= 190*

Motief	F	df	p	M (SD)
Gezelschap	2.12	(7, 182)	0.04	1.85 (0.74)
Tijdverdrijf	3.24	(7, 182)	0.00	3.15 (1.32)

Verder blijkt dat respondenten die geen van de aangegeven opleidingen gevolgd hebben gemiddeld lagere scores geven, in vergelijking met de andere respondenten (zie Appendix C, Tabel 8). Dit geldt voor alle variabelen behalve voor tijdverdrijf. De analyse van de afhankelijke variabelen laat geen significant effect op de motieven zien. Maar mensen met een lage opleiding (basisschool) geven het programma gemiddeld de hoogste cijfers ($M = 4.58$; $SD = 2.28$), terwijl mensen met VMBO-niveau het programma het minst waarderen ($M = 2.60$; $SD = 1.67$). Bovendien is opvallend dat respondenten met een hoge opleiding (universiteit) het format gemiddeld hogere scores geven, dan mensen met andere opleidingsniveaus (zie Tabel 2). Bij het kijkgedrag zijn gemiddeld geen opvallende verschillen tussen de verschillende opleidingsniveaus gevonden.

Tabel 2. Gemiddelde en Standaardafwijking van Kijkgedrag, Format en Waardering; Opleiding, n= 190

	Kijkgedrag [M (SD)]	Format [M (SD)]	Waardering [M (SD)]
Basisschool/Grundschule	3.38 (0.89)	3.83 (1.26)	4.58 (2.28)
VMBO/Hauptschule	3.80 (0.99)	3.10 (1.79)	2.60 (1.67)
HAVO/Realschule	3.53 (0.80)	3.88 (1.44)	3.78 (2.17)
VWO/Gymnasium	3.41 (1.03)	3.81 (0.95)	4.21 (2.38)
MBO/Berufsschule	3.56 (0.63)	3.74 (1.08)	3.25 (1.87)
HBO/Fachhochschule	3.71 (1.02)	3.62 (1.48)	4.07 (2.79)
Universiteit	3.43 (0.90)	4.14 (1.04)	3.85 (2.28)
Anders	3.25 (1.06)	2.79 (1.01)	6.50 (4.95)

Opmerking: Kijkgedrag en format worden gemeten met een 7-point-Likert schaal. Waardering wordt gemeten met een schaal van 1 tot 10.

Geslacht

Uit de analyse blijkt dat het geslacht van de respondenten een significant verschil laat zien bij de motieven informatie, entertainment, ontspanning en tijdverdrijf (zie Tabel 3). Bovendien scoren bij deze vier motieven vrouwen gemiddeld hoger dan mannen. Zowel mannen als vrouwen hechten gemiddeld de meeste waarde aan entertainment (zie Tabel 3).

Tabel 3. Relevante Resultaten Geslacht, n=190

Motief	F	df	p	M (SD)	M (SD) mannen	M (SD) vrouwen
Informatie	5.29	(1.188)	0.02	3.21 (1.14)	2.9 (1.25)	3.33 (1.08)
Entertainment	7.15	(1.188)	0.01	4.14 (1.59)	3.64 (1.65)	4.32 (1.52)
Ontspanning	4.47	(1.188)	0.04	3.7 (1.72)	3.27 (1.70)	3.86 (1.71)
Tijdverdrijf	4.63	(1.188)	0.03	3.16 (1.33)	2.82 (1.24)	3.28 (1.34)

De analyse van de afhankelijke variabelen op de onafhankelijke variabelen laat een significant verschil zien voor de variabelen format, $F(1,188) = 7.51$; $p < 0.01$ en de waardering van *Boer zoekt vrouw*, $F(1,188) = 4.19$; $p = 0.04$. Bovendien scoren vrouwen gemiddeld hoger op het format en de waardering van het programma dan mannen (zie Appendix C, Tabel 9).

Herkomst (opgegroeid & huidige woonplaats)

De variabele herkomst bestaat uit twee delen. Als eerste de plaats waar iemand opgegroeid is en als tweede de huidige woonplaats. De analyse laat een verschil zien tussen de plaats waar mensen opgegroeid zijn en de huidige woonplaats van de respondenten. Bijvoorbeeld scoren mensen die op het platteland opgegroeid zijn gemiddeld hoger op *Ontspanning*, dan mensen die tegenwoordig op het platteland wonen. Hetzelfde geldt voor een kleine stad echter is dit verband andersom voor een middelgrote stad en grote stad (zie Tabel 4).

Tabel 4. Gemiddelde Verschil Ontspanning van opgegroeid en huidige woonplaats, $n = 190$

	Opgegroeid [M (SD)]	Huidige woonplaats [M (SD)]
Platteland	3,6474	3,1880
Kleine stad	4,2157	3,7407
Middelgrote stad	3,5494	4,0462
Grote stad	3,0805	3,6384

Uit de analyse blijkt dat de huidige woonplaats geen significant effect heeft op de 8 onafhankelijke variabelen en geen effect op afhankelijke variabelen (zie Appendix C, Tabel 9). Maar met behulp van de gemiddelden is een aantal opvallende resultaten vastgesteld (zie Appendix C, Tabel 8). Ten eerste kijken mensen die tegenwoordig op het platteland wonen het meest naar *Boer zoekt vrouw* en mensen die in een grote stad wonen het minst. Ten tweede hebben mensen die tegenwoordig op het platteland ($M = 3.78$; $SD = 1.74$) leven *Entertainment* minder als motief dan mensen uit middelgrote steden ($M = 4.52$; $SD = 1.42$). Er zijn ook twee verschillen vast te stellen tussen mensen die op het platteland leven en mensen uit de grote stad. Ten eerste kijken mensen uit een grote stad ($M = 3.32$; $SD = 1.31$) vaker naar *Boer zoekt vrouw* als tijdverdrijf in vergelijking met mensen die op het platteland ($M = 2.78$; $SD = 1.23$) wonen. Ten tweede is er een verschil bij het

motief Downward comparison. Bij mensen die op het platteland ($M = 3.03$; $SD = 1.52$) wonen heeft dit motief minder invloed, dan mensen die uit een grote stad ($M = 3.74$; $SD = 1.64$) komen.

Uit de One-way ANOVA blijkt dat de plaats waar mensen opgegroeid zijn wel een significant effect heeft op de motieven: informatie, identificatie, gezelschap, entertainment en ontspanning (zie Appendix C, Tabel 9). De analyse van de afhankelijke variabelen op de onafhankelijke variabelen laat een significant verschil zien bij het kijkgedrag, $F(3,186) = 4.94$; $p = 0.05$. Bovendien scoren respondenten die in een kleine stad wonen gemiddeld hoger op kijkgedrag, dan de andere respondenten. Verder geven mensen die in een middelgrote of grote stad wonen *Boer zoekt vrouw* gemiddeld een hoger cijfer, dan mensen van het platteland en uit kleine steden (zie Tabel 5)

Tabel 5. Gemiddelde en Standaardafwijking van Kijkgedrag, Format en Waardering, $n = 190$

	Kijkgedrag [M (SD)]	Format [M (SD)]	Waardering [M (SD)]
Platteland	3.93 (0.80)	3.78 (1.21)	3.49 (1.90)
Kleine stad	3.53 (0.81)	3.81 (1.17)	3.41 (2.21)
Middelgrote stad	3.38 (0.91)	4.09 (1.08)	4.23 (2.35)
Grote stad	3.30 (0.93)	3.70 (1.39)	4.37 (2.64)

Nationaliteit

Uit de analyse blijkt dat nationaliteit een significant effect heeft op identificatie, $F(1,188) = 34.37$; $p < 0.00$, entertainment, $F(1,188) = 5.54$; $p = 0.02$, ontspanning, $F(1,188) = 6.47$; $p = 0.01$ en downward comparison, $F(1,118) = 5.13$; $p = 0.03$ (zie Appendix C, Tabel 9). Dit komt bijna overeen met de opvallende verschillen tussen de gemiddelden van Duitsers en Nederlanders. Hierbij wordt duidelijk dat Nederlanders op drie schalen hoger scoren dan Duitsers, namelijk identificatie, entertainment, en ontspanning (zie Tabel 6).

De analyse van de afhankelijke variabelen op de onafhankelijke variabelen laat een significant verschil zien voor de afhankelijke variabelen kijkgedrag, $F(1,188) = 4.28$; $p = 0.04$ en format, $F(1,118) = 7.68$; $p < 0.01$.

Tabel 6. Relevante Gemiddelde Verschillen en Standaarddeviaties, Nationaliteit, $n = 190$

Motief	Nederlands [M (SD)]	Duits [M (SD)]
Identificatie	3.35 (1.14)	2.24 (1.0)
Entertainment	4.40 (1.67)	3.86 (1.45)
Ontspanning	4.00 (1.72)	3.38 (1.67)

Leeftijd

De analyse laat zien dat leeftijd een significant effect op de motieven: entertainment, ontspanning, tijdverdrijf en downward comparison heeft (zie Appendix C, Tabel 9). Hierbij valt op dat respondenten tussen 51-65 jaar op alle vier de motieven het laagst scoren. Bij entertainment, tijdverdrijf en ontspanning scoren de respondenten tussen 20-25 het hoogst. Alleen bij downward comparison scoren de respondenten tussen de 26-29 hoger dan de andere respondenten (zie Appendix C, Tabel 8). Verder blijkt dat geen van de afhankelijke variabelen invloed heeft op de motieven (onafhankelijke variabelen). Opvallend is dat de spreiding tussen de waardering van *Boer zoekt vrouw* groot is. Zo geven respondenten tussen 16-19 gemiddeld een veel hoger cijfer, $M = 4.93$; $SD = 2.46$, dan respondenten tussen de 30-40 gemiddeld, $M = 2.94$; $SD = 2.16$ geven.

3.2 Regressieanalyse

Aan de hand van een meervoudige regressieanalyse wordt de samenhang tussen de afhankelijke en onafhankelijke variabelen geanalyseerd. Hierbij wordt een significantieniveau van 0.05 gehanteerd. Ten eerste wordt door de regressieanalyse duidelijk dat de motieven geen significante invloed hebben op de waardering van *Boer zoekt vrouw*, $F(8,181) = 1.68$; $p = 0.11$. Bovendien zou slechts 7% van de variatie verklaard kunnen worden door de verschillen in de motieven, $R^2 = 0.069$. Op grond hiervan worden er geen verdere analyses uitgevoerd. Ten tweede wordt een meervoudige regressie met de motieven als onafhankelijke variabelen, met kijkgedrag als afhankelijke variabele gedaan. De analyse laat een significante lineaire relatie tussen het kijkgedrag en minstens één van de motieven zien, $F(8,181) = 4.14$; $p < 0.001$. Door de verschillen in de motieven kan 16% van de variatie verklaard worden, $R^2 = 0.155$. Verder blijkt dat tussen kijkgedrag en identificatie een positieve relatie bestaat, $T = 2.53$; $p = 0.01$. Terwijl kijkgedrag een negatieve relatie met tijdverdrijf, $T = -2.18$; $p = 0.03$ en voyeurisme, $T = -2.14$; $p = 0.03$ heeft. Uit de derde meervoudige regressieanalyse blijkt dat de motieven een significante invloed hebben op de scores van het format,

$F(8,181) = 56.24$; $p < 0.001$. Bovendien kan 71.3 % van de variantie verklaard worden door de verschillen in de motieven, $R^2 = 0.713$. Er bestaat een positieve relatie tussen informatie, $T = 2.96$; $p = 0.003$, identificatie, $T = 5.65$; $p < 0.001$, en entertainment, $T = 5.14$; $p < 0.001$, met de waardering van het format. Terwijl er een negatieve relatie bestaat tussen downward comparison en het format, $T = -2.23$, $p < 0.001$.

Uit de regressieanalyse kan geconcludeerd worden dat met meer dan 95 % zekerheid sprake is van een positief effect van identificatie op het kijkgedrag. Dus hoe meer zich mensen met *Boer zoekt vrouw* identificeren hoe meer zij naar het programma kijken. Verder blijkt het omgekeerde het geval bij tijdverdrijf en voyeurisme. Hoe hoger mensen op de motieven tijdverdrijf en/of voyeurisme scoren hoe minder kijken ze *Boer zoekt vrouw*. Op basis van de derde regressieanalyse (format / motieven) kan geconcludeerd worden dat mensen die gemiddeld hoger scoren op de motieven informatie, identificatie en/of entertainment ook meer waarde hechten aan het format van *Boer zoekt vrouw*. Bovendien kan vastgesteld worden dat mensen hoe hoger mensen gemiddeld op downward comparison scoren hoe minder zij het format waarderen.

3.3 Aanvullende analyse

Uit de One-way ANOVA blijkt ook nog een aantal andere opvallende resultaten. Ten eerste hebben de respondenten het programma gemiddeld een cijfer van 4.01 gegeven. Slechts 4 mensen hebben het programma een 9 of een 10 gegeven, maar 138 respondenten vinden het programma onvoldoende (cijfer tussen 1 en 5). Desondanks wil 50% het volgende seizoen weer kijken en slechts 34% waarschijnlijk niet. Ten tweede is opvallend dat 54% denkt dat zij *Boer zoekt vrouw* kijken als vermaak en slechts 13% als leedvermaak en 10% om de kandidaten te volgen. Ten derde kijken de meeste mensen *Boer zoekt vrouw* vanwege de deelnemers van het programma (45%) en de boeren (22%). Slechts 1 persoon kijkt het programma voor de presentatrice en 3 personen voor de vrouwen. Ten vierde scoren vrouwen ($M = 3.32$; $SD = 0.80$) gemiddeld op alle variabelen hoger dan mannen ($M = 3.06$; $SD = 0.85$). Ten vijfde kijken mannen ($M = 2.98$; $SD = 1.91$) minder naar *Boer zoekt vrouw* dan vrouwen ($M = 4.01$; $SD = 2.07$). Bovendien kijken mensen tussen de 51 en 65 ($M = 2.74$; $SD = 1.67$) het minst naar *Boer zoekt vrouw*, terwijl mensen tussen de 26 en 30 ($M = 3.8$; $SD = 1.47$) het meest naar het programma kijken. Dit wordt op de voet gevolgd door mensen tussen 20 tot 25 ($M = 3.74$; $SD = 1.57$). Verder blijkt uit de frequentie analyse, dat een op de drie respondenten tenminste 60 % van alle uitzendingen gezien heeft. Verder geven respondenten tussen

20-25 ($M= 3.52$; $SD= 0.68$) hogere antwoordscores dan respondenten tussen 51-65 ($M=2.83$; $SD= 0.83$). Tot slot is opvallend dat de meeste mensen *Boer zoekt vrouw* kijken om onderhouden te worden ($M= 4.14$; $SD= 1.59$) terwijl gezelschap de minste reden is om naar *Boer zoekt vrouw* te kijken ($M= 1.85$; $SD= 0.74$).

4. Conclusie en discussie

Het doel van het onderzoek is om het effect vast te stellen van demografische factoren op de motieven om naar *Boer zoekt vrouw* te kijken. Aan de hand van de resultaten en de geëvalueerde hypothesen kunnen de verschillende effecten op de motieven vastgesteld worden. Op voyeurisme na worden alle motieven door tenminste één demografische factor beïnvloed.

In totaal zijn er vijf hypothesen onderzocht, welke terug te voeren zijn op de hoofdhypothese, die de verschillen tussen de motivatie om *Boer zoekt vrouw* te kijken op basis van demografische factoren veronderstelt. Voor de hoofdhypothese is slechts deels significant bewijs gevonden. Voor geen van de vijf deelhypothesen bestaat een significant effect voor alle acht motieven om naar *Boer zoekt vrouw* te kijken. Maar alle demografische factoren hebben wel significant effect op tenminste twee van de acht motieven.

De eerste hypothese „De motieven om *Boer zoekt vrouw* te kijken verschillen op basis van opleidingsniveau.” komt deels overeen met de resultaten van dit onderzoek. De respondenten met verschillende opleidingsniveaus verschillen van elkaar op twee motieven: gezelschap en tijdverdrijf. Bij de andere zes motieven zijn geen significante verschillen vastgesteld.

De tweede hypothese “Mannen en vrouwen hebben verschillende motieven om *Boer zoekt vrouw* te kijken”. Deze hypothese is met dit onderzoek voor vier motieven bevestigd, namelijk: informatie, entertainment, ontspanning en tijdverdrijf. Verder blijkt uit het onderzoek van Nabi et al (2003) dat er geen verschil bestaat tussen mannen en vrouwen betreffende het voyeuristische genieten. Dit wordt door het huidige onderzoek niet helemaal ondersteund. Zo bestaat er geen significant effect van sekse op het motief voyeurisme, maar de gemiddelde scores van mannen (2,66) en vrouwen (2,93) laten wel een verschil zien. Bovendien blijkt uit literatuur dat kijkers van reality TV zich vooral met deelnemers van hetzelfde geslacht kunnen identificeren (Trepte, 2004). Dit onderzoek kan geen uitspraak doen over deze theorie omdat aan de hand van de vragen niet geconcludeerd kan worden of de respondenten het programma voor de vrouwen of de mannen kijken.

De derde hypothese luidde “Mensen met verschillende herkomsten hebben verschillende motieven om naar *Boer zoekt vrouw* te kijken.” Hierbij is herkomst te onderscheiden in de plaats waar de respondenten opgegroeid zijn en de huidige woonplaats. Zo heeft de huidige woonplaats geen significant effect op de acht motieven. Terwijl de plaats waar de respondenten opgegroeid zijn wel een significant effect heeft op de motieven: informatie, identificatie, gezelschap, entertainment en ontspanning.

Voor de vierde hypothese “Mensen met verschillende nationaliteiten (Duits vs. Nederlands) hebben verschillende motieven om naar *Boer zoekt vrouw* te kijken.” is deels bewijs gevonden worden. De nationaliteit van de respondenten heeft invloed op de motieven identificatie, entertainment, ontspanning en downward comparison.

De vijfde hypothese “Mensen met verschillende leeftijd hebben verschillende motieven om naar *Boer zoekt vrouw* te kijken.” is gedeeltelijk bevestigd. De leeftijd van de respondenten blijkt een significant effect te hebben op entertainment, ontspanning, tijdverdrijf en downward comparison. Dit komt niet overeen met de theorie van Harwood (1997), welke veronderstelt dat sociale identiteit bevordert wordt als de deelnemers van reality TV en de kijkers ervan dezelfde leeftijd hebben. Uit de resultaten blijkt dat de leeftijd van de respondenten geen effect op identificatie heeft. Bovendien laten de gemiddelden zien dat mensen tussen de 16 en de 25 jaar zich het meest met de deelnemers van het programma kunnen identificeren, terwijl de gemiddelde leeftijd van de deelnemers van *Boer zoekt vrouw* 36 jaar is. Een verklaring voor de verschillen tussen dit onderzoek en dat van Harwood is dat de conclusie van Harwood voor reality Tv in het algemeen geldt. Terwijl de conclusie gevonden in dit onderzoek alleen voor *Boer zoekt vrouw* geldt. Het kan zijn dat *Boer zoekt vrouw* wezenlijk verschilt van de door Harwood onderzochte reality-tv.

4.1 Sterke en zwakke punten

Het onderzoek is met behulp van een online enquête gedaan. De voordelen van deze methode zijn dat de respondenten niet door de onderzoeker beïnvloed worden en dat een grote groep mensen binnen een korte tijd bereikt kan worden. Deze voordelen worden ook door de resultaten gesteund. Zo hebben in totaal 190 respondenten aan het onderzoek deelgenomen. Bovendien kan door een online enquête het onderzoek makkelijk en snel geografisch verspreid worden. Ook dit laten de resultaten zien. De spreiding tussen Nederlandse (52%) en Duitse (48%) respondenten is gelijkmatig. Dit geldt ook voor de leeftijdsspreiding welke tussen 16 en 65 ligt en in iedere

leeftijdscategorie zijn tenminste 14 respondenten. Hierbij moet opgemerkt worden dat de leeftijdscategorie 20-25, 86 respondenten bevat.

Met behulp van resultaten van het huidige onderzoek kan het concept *Boer zoekt vrouw* verder toegespitst worden op hun doelgroep. Het onderzoek laat de motieven van de kijkers zien en hoe deze door de demografische factoren beïnvloed worden. Op basis van deze informatie kan zowel het programma zelf aangepast worden, net zoals de reclame voor en rondom *Boer zoekt vrouw*.

Bovendien kunnen op basis van de bevindingen nieuwe reality programma's ontwikkeld worden. Maar het onderzoek heeft ook zwakke punten. Door de online-enquête zijn de respondenten niet helemaal representatief omdat de respondenten op basis van een selectiebias uitgezocht worden. Zo hebben mensen zonder internet geen mogelijkheid aan het onderzoek deel te nemen. Verder zijn de respondenten via een snowball systeem bereikt worden, waardoor alleen een beperkte groep bereikt kon worden. Dus de onderzochte populatie is niet 100% representatief. Een andere nadeel van de gebruikte online-enquête is dat de respondenten niet gecontroleerd kunnen worden. Hierdoor ontstaat het probleem dat niet duidelijk is hoe respondenten de vragenlijst invullen. Zo kunnen respondenten tijdens het invullen zich bijvoorbeeld met andere dingen bezig houden. Bovendien kan de juistheid van de antwoorden niet gecontroleerd worden, respondenten kunnen bijvoorbeeld de vragenlijst invullen terwijl zij het programma *Boer zoekt vrouw* nog nooit gekeken hebben. Verder is een zwak punt dat niet elk opleidingsniveau alle leeftijdscategorieën vertegenwoordigd is. In de leeftijdscategorie 16 tot 19, 20 tot 25, 25 tot 30 en 30-40 zijn bijvoorbeeld het opleidingsniveau VMBO/ Hauptschule niet vertegenwoordigd. Ook zijn in het opleidingsniveau HAVO/Realschule, MBO/Berufsschule en HBO/Fachhochschule niet alle leeftijdscategorieën vertegenwoordigd.

4.2 Aanbevelingen voor verder onderzoek

Een beperking van het onderzoek is dat alleen mensen met internet aan het onderzoek konden meedoen. Dus het huidige onderzoek is niet representatief voor mensen die geen toegang tot het Internet hebben. Dit wordt ook duidelijk bij de analyse van de leeftijd, omdat er geen respondenten boven de 65 aan het onderzoek hebben deelgenomen. Waarschijnlijk is dit te verklaren door het feit dat oude mensen minder toegang tot het internet hebben. Dus bij een vervolgonderzoek zou het van belang zijn dat ook oudere mensen (+65) aan het onderzoek deelnemen. Dit kan bijvoorbeeld door een enquête die niet via het internet verspreid wordt.

Een ander aandachtspunt voor een vervolgonderzoek zou kunnen zijn dat de respondenten niet via snowball sampling geworven worden, omdat er hierdoor niet van uitgegaan kan worden dat de respondenten daadwerkelijk representatief zijn voor de hele populatie.

Een zwak punt van het onderzoek is dat niet alle leeftijdscategorieën in ieder opleidingsniveau vertegenwoordigd zijn. Dus zou een aanbeveling voor een vervolgonderzoek zijn dat hiermee rekening gehouden wordt. Verder hebben er veel meer vrouwen deelgenomen aan dit onderzoek, voor een vervolgonderzoek moet onder de respondenten naar een gelijkmatige verdeling tussen mannen en vrouwen worden gestreefd.

Uit de resultaten blijkt dat voyeurisme, op gezelschap na, gemiddeld lager scoort dan de zes andere motieven. Bovendien wordt op voyeurisme maximaal een 5.5 gescoord. Volgens Papacharissie en Mendelson (2007) kan een reden hiervoor zijn dat vooral mensen met lage mobiliteit en een laag niveau van interpersoonlijke interactie reality TV kijken om hun voyeuristische behoefte te vervullen. Om de redenen dat snowball sampling gebruikt is, is aan te nemen dat mensen met deze twee voorwaarden niet aan het onderzoek hebben deelgenomen. Hieruit kan dus geconcludeerd worden dat een vervolgonderzoek hiermee rekening moet houden.

5. Referenties

- Ang, I. (1985) *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Methuen
- Baruh, L. (2010). Mediated Voyeurism and the Guilty Pleasure of Consuming Reality Television. *Media Psychology*, 13.
- Centraal bureau voor de statistiek (2009). Media en ICT; gebruik televisie, krant, pc en internet; feiten en cijfers bijeengebracht door het CBS. Den Haag / Heerlen
- Chory-Assad, R. M., & Ciccirillo, V. (2005). Empathy and Affective Orientation as Predictions of Identification with Television Characters. *Communication Research Reports*, 22(2).
- Collins, H.M. (1987). Certainty and public understanding of science: science on television. *Social studies of science*.
- Dillman-Carpentier, F., Brown, J., Bertocci, M., Silk, J., Forbes, E., & Dahl, R. (2008). Sad kids, sad media? Applying mood management theory to depressed adolescents' use of media. *Media Psychology*.
- Elasmar, M., Hasegawa, K., & Brain, M. (1999). The portrayal of women in US prime time television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*.
- Gauntlett, D. (2005). *Moving experiences: Media effects and beyond*. London: John Libbey.
- Giles, D. (2003). *Media psychology*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Harwood, J. (1997). Viewing age: Lifespan Identity and television viewing choices. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(1), 123-136.
- Harwood, J. (2009). Identity gratifications and television viewing. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43:1, 123-136
- Hermes, J., & Reesink M. (2009). *Inleiding televisiestudies 2^{de}*. Amsterdam
- Holmes, S., & Jermyn D. (2004). *Understanding Reality Television*. Abingdon/New York: Routledge, 2004, 302 pp.
- Horton, D. en Wohl, R. (1956). Mass Communication and Para-social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*, 19 215-223.
- Martin, R., Suls, J., and Wheeler, L. (2001). Psychology of Social Comparison. (Electronic version). *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*.

- Mastro, D.E. (2003). A social identity approach to understanding the impact of television messages. *Communication Monographs*, 70(2), 98-112.
- McQuail, D. (2000): Mass Communication Theory. London: Sage Publications
- Meyer G. (2001). Big Brother: een controversiële real live soap.
- 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 (4), 303-329.
- Papacharissi, Z. & Mendelson, A. (2007). An exploratory study of reality appeal uses and gratifications of reality TV shows. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*.
- Potts, R., Dedmon, A., & Halford, J. (1996). Sensation seeking, television viewing motives, and home television viewing patterns. *Personality and Individual Differences*, 21, 1081–1084.
- Stappers. J.G. (1983). De werking van massamedia. (The effects of massamedia). Amsterdam: Arbeiderspers
- Stichting Kijkonderzoek, “Jaar Top 100 incl. sport,” *Stichting Kijkonderzoek*, Jaarrapport 2011. http://www.kijkonderzoek.nl/component/Itemid,45/option,com_kijkcijfers/file,j1-0-1-p
- Swaan de, A. (1994). Identificatie in uitdijende Kring. *Amsterdams Sociologisch Tijdschrift*, jrg. 20, nr. 3
- Trepte, S. (2004). Social Identity theory. In Braynt, J., Vorderer, P. *Psychology of entertainment*. (pp. 255- 269). New York: Routledge
- Van Woerkum, C. M. J. (2000). Communication en interactieve beleidsvorming. Houten: Bohn, Stafleu van Loghum
- Wal van der, T. (2012). Waarom kijkt u ‘boer zoekt vrouw?': Een publieksonderzoek naar waarden die kijkers ontleen aan het televisieprogramma Boer zoekt vrouw. Rijksuniversiteit Groningen
- Willems, J.T.J.M., & Goepfert, W. (2006), Science and Power of TV. VU University Press & Da Vinci Institute

Appendix A: Nederlandse vragenlijst

In dit appendix wordt de vragenlijst gepresenteerd die voor Nederlanders gebruikt worden is.

Pagina 1:

Welkom bij het onderzoek "Boer zoekt vrouw"!

Voordat je besluit of je meedoet met dit onderzoek, is het belangrijk dat je deze pagina doorleest. Als je instemt, vink dan het hokje "start" aan. De enquête start dan meteen.

Informatie over dit onderzoek:

Voor mijn bacheloropdracht doe ik onderzoek naar het Tv-programma 'boer zoekt vrouw'. Dit reality formaat is tegenwoordig het meest populaire Tv-programma in Nederland. Maar er is nog niet veel bekend over de motieven waarom mensen 'boer zoekt vrouw' kijken. Daarom richt zich mijn onderzoek op deze vraag en besteed bijzonder aandacht aan demografische verschillen tussen de kijkers.

De enquête duurt ca. 5-10 minuten.

Meedoen aan dit onderzoek is geheel vrijwillig en je kan er op elk moment mee stoppen zonder daarvoor een reden te hoeven geven. De vragenlijst is anoniem en de gegevens worden vertrouwelijk behandeld. Bovendien zou je mij een plezier doen om zo eerlijk mogelijk antwoord te geven.

Pagina 2:

1.) Wat is uw geslacht?

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

2.) Wat is uw leeftijd?

3.) Welke opleiding heeft u gevolgd?

- Basisschool
- VMBO
- HAVO
- VWO
- MBO
- HBO
- Universiteit
- Anders

4.) Wat is uw nationaliteit?

Pagina 3:

De volgende vragen hebben betrekking op de grootte van de plaats waar u bent opgegroeid en waar u nu woont. Hiervoor worden de volgende definities gebruikt:

- Platteland: minder dan 5.000 inwoners
- Kleine stad: tussen 5.000 en 20.000 inwoners
- Middelgrote stad: tussen 20.000 en 100.000 inwoners
- Grote stad: meer dan 100.000 inwoners

5.) Waar ben u opgegroeid?

- Platteland
- Kleine stad
- Middelgrote stad
- Grote stad

6.) Waar woont u nu?

- Platteland
- Kleine stad
- Middelgrote stad
- Grote stad

Pagina 4:**7.) Wat zou u aangegeven als belangrijkste reden om naar 'Boer zoekt vrouw' te kijken?**

- ☐ Vermaak
- ☐ Kandidaten volgen
- ☐ Iedereen kijkt het
- ☐ Leedvermaak
- ☐ Het concept
- ☐ Geen van de boven genoemde redenen

8.) Ik kijk 'Boer zoekt vrouw' vanwege ...

- ☐ de boeren
- ☐ de vrouwen
- ☐ de presentatrice
- ☐ allemaal
- ☐ geen van de boven genoemde alternatieven

9.) Hoeveel procent van de uitzendingen keek u ongeveer?

- ☐ 0%
- ☐ 1-20%
- ☐ 20-40%
- ☐ 40-60%
- ☐ 60-80%
- ☐ 80-100%

10.) Welk cijfer geeft u het programma?

Geef a.u.b een cijfer tussen 1 en 10 aan

	Heel goed										Heel slecht
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

11.) Kijkt u ook het volgende seizoen?

Geef a.u.b. een cijfer tussen 1 en 7 aan

	Zeker weten niet						Zeker weten
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Pagina 5:**12.) Format**

Hieronder volgen een aantal vragen over het format van 'Boer zoekt vrouw'. Hiervoor wordt de volgende schaalverdeling gebruikt:

- 1 Helemaal mee oneens
- 2 Mee oneens
- 3 Gedeeltelijk mee oneens
- 4 Nog mee oneens, nog mee eens
- 5 Gedeeltelijk mee eens
- 6 Mee eens
- 7 Helemaal mee eens

	Helemaal mee oneens				Helemaal mee eens		
Ik vind de Intromuziek leuk.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De terugblik aan het begin is leuk.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De vooruitblik is leuk.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Het commentaar van de presentatrice is leuk.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik vind de natuuroppnames leuk.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik vind de dieren leuk.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik vind 'Boer zoekt vrouw' een natuurlijk programma, omdat het niet gespeeld is.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik vind het leuk naar het dagelijkse leven van een boer te kijken.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik vind dat iedere aflevering anders en afwisselend is.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik vind dat ieder seizoen anders is.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De boeren verschillen van elkaar.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De uitzendtijd speelt een rol om 'Boer zoekt vrouw' te kijken.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De lengte (60 minuten) speelt geen rol om 'Boer zoekt vrouw' te kijken.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik vind de specials leuk, zoals reünies.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Pagina 6:

13.)

De volgende vragen gaan over jouw mening over 'Boer zoekt vrouw'.

U kan jouw mening aangeven met de volgende cijfers:

- 1 Helemaal mee oneens
- 2 Mee oneens
- 3 Gedeeltelijk mee oneens
- 4 Nog mee oneens, nog mee eens
- 5 Gedeeltelijk mee eens
- 6 Mee eens
- 7 Helemaal mee eens

Ik kijk naar 'Boer zoekt vrouw', (omdat)...

	Helemaal mee oneens				Helemaal mee eens		
Het gewoon leuk is.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik het onderhoudend vind.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik grappige details over het leven van de deelnemers te weten kom.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik veel over de deelnemers te weten kom.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik hierdoor mee kan doen in gesprekken over Boer zoekt vrouw.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Hierdoor mijn nieuwsgierigheid bevredigd wordt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Het van algemeen belang is voor mij.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik opzoek naar advies ben.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Pagina 7:

De volgende vragen kunnen met een getal tussen 1 (helemaal mee oneens) en 7 (Helemaal mee eens) beantwoord worden.

	Helemaal mee oneens				Helemaal mee eens		
Ik vind het belangrijk om me in de deelnemers te kunnen verplaatsen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik vind de achtergrond van de deelnemers belangrijk.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik vind het niet belangrijk dat ik mij kan identificeren met de deelnemers.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik kan mij het meest met de boeren identificeren die uit mijn buurt komen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Ik kijk naar 'Boer zoekt vrouw', (omdat)...

	Helemaal mee oneens				Helemaal mee eens		
Het voelt alsof ik mee doe.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De deelnemers 'gewone' mensen zijn zoals jij en ik.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik het gevoel heb dat ik de deelnemers leer kennen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Pagina 8:**Ik kijk 'Boer zoekt vrouw', (omdat) ...**

	Helemaal mee oneens			Helemaal mee eens	
Ik dan bij mijn familie of vrienden kan zijn.	☐	☐	☐	☐	☐
Het iets is wat ik met mijn vrienden kan doen als zij langs komen.	☐	☐	☐	☐	☐
Ik dan met anderen kan praten over wat er bij Boer zoekt vrouw is gebeurd.	☐	☐	☐	☐	☐
Ik hierdoor contact krijg met mijn familie, vrienden en/of maatschappij.	☐	☐	☐	☐	☐
Het een vervanging is voor echt gezelschap.	☐	☐	☐	☐	☐

Het een basis voor gesprekken en sociale interactie kan zijn.	☐	☐	☐	☐	☐
Ik mij dan minder alleen voel.	☐	☐	☐	☐	☐
Er niemand anders is om mee te praten.	☐	☐	☐	☐	☐

Pagina 9:**Ik kijk naar 'Boer zoekt vrouw', (omdat) ...**

	Helemaal mee oneens				Helemaal mee eens			
De karakters interessanter zijn dan die in fictieve series.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Het leuker is om naar te kijken dan naar fictieve series.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik gewoon graag kijk.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Het mij amuseert.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Het mij vermaakt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Het spannend is.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik hierdoor kan relaxen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Het mij helpt te ontspannen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik hierdoor school, werk of andere dingen kan vergeten.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Het gewoon op TV komt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik niets beters te doen heb.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Het mij iets geeft om mijn tijd te vullen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Het een gewoonte is. Iets dat ik gewoon doe	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Pagina 10:

Ik kijk naar 'Boer zoekt vrouw', (omdat) ...

	Helemaal mee oneens				Helemaal mee eens			
Het mij helpt om privémomenten van mensen te zien.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
Het een kant van mensen laat zien, die ik normaal gesproken niet zou zien.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
Ik zo toegang krijg tot dingen die mensen proberen te verbergen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
Je nooit weet wat je te zien krijgt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
De deelnemers zich ervan bewust zijn dat zij gefilmd worden.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
De deelnemers zich niet anders voor de camera gedragen dan dat zij normaal zouden doen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
Ik de karakters aantrekkelijk vind.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
Het programma seksuele aantrekkingskracht heeft.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
Ik mij hierdoor beter voel.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
Ik mij hierdoor bewust wordt dat ik een beter leven heb.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
Ik denk dat ik het beter zou doen dan de deelnemers.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
Ik denk dat ik slimmer ben dan de deelnemers.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
Ik om de kandidaten kan lachen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	

Pagina 11:

Bij vragen of opmerkingen kun u een mail sturen naar:

i.hamel@student.utwente.nl

Bedankt voor uw medewerking

Appendix B: Duitse Vragenlijst

In dit appendix wordt de vragenlijst gepresenteerd die door de Duitse respondenten ingevuld worden is.

Pagina 1:

Willkommen bei der Untersuchung: „Bauer sucht Frau!“

Bevor sie beschließen an der Untersuchung teilzunehmen, ist es wichtig, dass sie diese Seite durchlesen. Wenn sie einverstanden sind, drücken sie auf ANFANGEN. Die Umfrage beginnt dann direkt.

Informationen über die Untersuchung:

Für meine Bachelorarbeit führe ich eine Untersuchung über das Fernsehprogramm „Bauer sucht Frau“ aus. Mit Hilfe dieser Sendung werden die Motive der Zuschauer untersucht. Die Untersuchung dauert 5-10 Minuten.

Die Teilnahme an der Untersuchung ist freiwillig und kann jeder Zeit abgebrochen werden- ohne Angabe von Gründen-. Außerdem wird die Untersuchung anonymisiert durchgeführt, deswegen wird um eine wahrheitsgemäße Beantwortung der Fragen gebeten.

Pagina 2:

1.) Welches Geschlecht haben sie?

- ☐ Mann
- ☐ Frau

2.) Wie alt sind sie?

3.) Welches Bildungsniveau haben sie?

- ☐ Grundschule
- ☐ Hauptschule
- ☐ Realschule
- ☐ Gymnasium
- ☐ Berufsschule
- ☐ Fachhochschule
- ☐ Universität
- ☐ Sonstiges

4.) Welche Nationalität haben sie?

Pagina 3:

Die folgenden Fragen beziehen sich auf die Größe der Stadt, in der sie geboren sind und in welcher sie zurzeit leben. Hierfür werden folgende Definitionen verwendet:

- Ländlich: weniger als 5.000 Einwohner
- Kleine Stadt: zwischen 5.000 und 20.000 Einwohner
- Mitttelgroße Stadt: zwischen 20.000 und 100.000 Einwohner
- Große Stadt: mehr als 100.000 Einwohner

5.) Wo sind sie aufgewachsen?

- Ländlich
- Kleine Stadt
- Mitttelgroße Stadt
- Große Stadt

6.) Wo leben sie zur Zeit?

- Ländlich
- Kleine Stadt
- Mitttelgroße Stadt
- Große Stadt

7.) Ich sehe mir „Bauer sucht Frau“ an wegen:

- Der Bauern
- Der Frauen
- Der Moderatorin
- Allen Personen
- Keine der oben genannten Alternativen

8.) Was ist der Hauptgrund wieso sie „Bauer sucht Frau“ gucken?

- Vergnügen
- Um die Kandidaten zu verfolgen
- Weil es jeder schaut
- Schadenfreude
- Das Konzept spricht mich an
- Keine der oben genannten Gründe

Pagina 4:**9.) Wie viel Prozent von allen Sendungen haben sie bis jetzt geschaut?**

- ☐ 0%
- ☐ 1-20%
- ☐ 20-40%
- ☐ 40-60%
- ☐ 60-80%
- ☐ 80-100%

10.) Bitte geben sie eine Zahl zwischen 1 und 7 an.

Auf jeden fall Ganz bestimmt nicht

Werden sie auch die nächste Staffel von ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ „Bauer sucht Frau“ ansehen?

11.) Bitte geben sie eine Note zwischen 1 bis 10.

Sehr schlecht Sehr gut

Welche Note geben sie dem Fernsehen- ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Programm?

Pagina 5:**12.) Format**

Die folgenden Fragen beziehen sich auf das Format von 'Bauer sucht Frau'. Hierfür wird die folgende Skala gebraucht:

- 1 Überhaupt nicht einverstanden
- 2 Nicht einverstanden
- 3 Teilweise nicht einverstanden
- 4 Neutral
- 5 Teilweise einverstanden
- 6 Einverstanden
- 7 Sehr einverstanden

Überhaupt nicht einverstanden Sehr einverstanden

Die Einführungsmusik ist gut. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Der Rückblick der vorherigen Folge ist ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

gut.

Die Vorschau für die nächste Folge weckt mein Interesse.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die Kommentare der Moderatorin sprechen mich an.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die Naturaufnahmen sind sehenswert.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die Tiere sind interessant.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
„Bauer sucht Frau“ wirkt natürlich, weil es nicht gespielt ist.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
'Bauer sucht Frau' gibt einen Einblick in das tägliche Leben der Bauern.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jede Folge ist anders und abwechslungsreich.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jede Staffel spricht neue Themen an.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die Bauern sind unterschiedlich.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Der Zeitpunkt der Ausstrahlung spielt für mich eine wichtige Rolle.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die Dauer einer Folge (60 Minuten) ist wichtig.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die Extra-Folgen, wie „Bauer sucht Frau Spezial“ und „Das große Wiedersehen“, sind gut.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Pagina 6:

13.) Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen mit einer Zahl zwischen 1 und 7. Jeder Satz beginnt wie folgt: Ich gucke Bauer sucht Frau, (weil)...

Ich gucke Bauer sucht Frau, (weil)...

	Überhaupt nicht einverstanden				Sehr einverstanden		
Es einfach gut ist.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Ich es unterhaltsam finde.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich witzige Details über das Leben der Teilnehmer erfahre.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich viel über die Teilnehmer erfahre.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich mich dann an Gesprächen über „Bauer sucht Frau“ beteiligen kann.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Hierdurch meine Neugier befriedigt wird.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Es für mich wichtig ist.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich auf der Suche nach Ratschlägen bin.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Pagina 7:**Ich gucke Bauer sucht Frau, (weil)...**

	Überhaupt nicht einverstanden	Sehr einverstanden
Es sich anfühlt, als ob ich selbst dabei bin.	☐	☐
Die Teilnehmer normale Menschen sind, so wie du und ich.	☐	☐
Ich das Gefühl habe, dass ich was von den Bauern lerne.	☐	☐

Bitte beantworten sie die folgenden Fragen mit einer Zahl zwischen 1 (Überhaupt nicht einverstanden) und 7 (Sehr einverstanden).

	Überhaupt nicht einverstanden	Sehr einverstanden
Ich finde es wichtig, dass ich mich in die Teilnehmer hineinversetzen kann.	☐	☐
Ich finde die Hintergründe der Teilnehmer interessant.	☐	☐
Ich finde es nicht wichtig, dass ich mich mit den Teilnehmer identifizieren kann.	☐	☐
Ich kann mich am meisten mit den Bauern aus meiner Umgebung identifizieren.	☐	☐

Pagina 8:**Ich gucke Bauer sucht Frau, (weil) ...**

	Überhaupt nicht einverstanden				Sehr einverstanden			
Ich dann bei meinen Freunden und/oder meiner Familie sein kann.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Es etwas ist, dass ich mit meinen Freunden/Familie zusammen erleben kann.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich dann mit anderen über die Geschehnisse von „Bauer sucht Frau“ sprechen kann.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich durch die Sendung mehr Kontakt zu meinen Freunden/Familie/Gesellschaft bekomme.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Es ein Ersatz für echte Gesellschaft ist.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Es eine gute Basis für Gespräche und soziale Interaktion ist.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich mich dann weniger alleine fühle.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Es niemanden anderen gibt mit dem ich sprechen kann.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Pagina 9:**Ich gucke Bauer such Frau, (weil)...**

	Überhaupt nicht einverstanden				Sehr einverstanden			
Ich die Charaktere interessanter finde, als in einer fiktiven Sendung.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich es besser finde als einer fiktive Sendung zu gucken.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich es einfach gerne gucke.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Es mich amüsiert.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Es mich vergnügt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Es spannend ist.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Ich hierdurch entspannen kann.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Es mir Ruhe gibt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich dann Schule, Arbeit und/oder andere Dinge vergessen kann.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
das Programm zufällig im Fernsehen kommt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich nichts Besseres zu tun habe.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Dadurch Zeit vergeht.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Es eine Gewohnheit ist.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Pagina 10:**Ich gucke Bauer sucht Frau, (weil) ...**

	Überhaupt nicht einverstanden				Sehr einverstanden			
Ich dadurch private Momente von anderen Menschen sehen kann.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Es eine Seite von Menschen zeigt, die ich normalerweise nicht sehen kann.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich Dinge sehe, die Menschen versuchen zu verbergen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Man nie weiß, was man zu sehen kriegt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die Teilnehmer sich bewusst sind, dass sie gefilmt werden.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die Teilnehmer sich nicht anders verhalten, wie sie es normalerweise tun.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich die Charaktere ansprechend finde.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die Sendung sexuelle Anziehungskraft hat.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich mich durch „Bauer sucht Frau“ besser fühle.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mir durch „Bauer sucht Frau“ bewusst	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

wird, dass ich ein besseres Leben habe.

Ich denke, dass ich Dinge besser angehen würde, als die Teilnehmer es tun.

☐☐☐☐☐☐☐☐

Ich denke, dass ich intelligenter als die Teilnehmer bin.

☐☐☐☐☐☐☐☐

Ich über die Teilnehmer lachen kann.

☐☐☐☐☐☐☐☐

Pagina 11:

Bei Fragen und Anmerkungen können sie mir eine E-mail schicken:

i.hamel@student.utwente.nl

Vielen Dank für Ihre Mithilfe.

Appendix C: Aanvullende tabellen

Tabel 7. *Demografische factoren*

Demografische factoren	Definitie	n	%
Leeftijd	16-19:	14	7,4 %
	20-25:	86	45,3 %
	26-30:	15	7,9 %
	31-40:	17	8,9 %
	41-50:	24	12,6 %
	51-65:	34	17,9 %
Geslacht	Man:	51	26,8 %
	Vrouw:	139	73,2 %
Nationaliteit	Nederlands:	98	51,6 %
	Duits:	92	48,4 %
Opleiding	Basisschool/Grundschule:	33	17,4 %
	VMBO/Hauptschule:	5	2,6%
	HAVO/Realschule:	23	12,1 %
	VWO/Gymnasium:	24	12,6 %
	MBO/Berufsschule:	12	6,3%
	HBO/Fachhochschule:	29	15,3%
	Universiteit:	62	32,6%
	Anders:	2	1,1 %
Herkomst	Platteland:	52	27,4 %
	Kleine stad:	52	27,4 %
	Middelgrote stad:	54	28,4 %
	Grote stad:	29	15,3 %

Tabel 8. Gemiddelde van alle variabelen

	Opleiding	Geslacht	Opgegroeid	Woonplaats	Nationaliteit	Leeftijd	Total
Waardering	1: 3.12	Man:	Platteland:	3.18	NL: 3.77	16-19: 3.57	Total:
	2: 3.40	3.14	3.38	3.41	Duits: 3.07	20-25: 3.74	3.43
	3: 3.13	Vrouw:	Kleine stad:	3.63		26- 30:3.80	
	4: 3.46	3.53	3.78	3.37		31-40: 3.53	
	5: 3.00		Middelgrote			41-50: 2.88	
	6: 3.24		stad: 3.37			51-65: 2.74	
	7: 3.89		Grote stad:				
	8: 2.50		2.79				
Kijkgedrag	1: 3.38	Man:	3.61	3.93	NL: 3.62	1: 3.39	Total:
	2: 3.80	3.67	3.36	3.53	DT: 3.35	2: 3.41	3.49
	3: 3.53	Vrouw:	3.42	3.38		3: 3.40	
	4: 3.41	3.42	3.54	3.30		4: 3.58	
	5: 3.56					5: 3.56	
	6: 3.72					6: 3.66	
	7: 3.43						
	8: 3.25						
Format	1: 3.83	Man:	3.87	3.77	NL: 4.10	1: 4.09	Total:
	2: 3.10	3.47	4.10	3.81	DT: 3.62	2: 1.35	3.87
	3: 3.88	Vrouw:	3.78	4.09		3: 3.48	
	4: 3.81	4.01	3.45	3.70		4: 3.71	
	5: 3.74					5: 3.43	
	6: 3.62					6: 3.54	
	7: 4.14						
	8: 2.79						
Informatie	1: 3.28	Man:	3.15	2.97	NL: 3.32	1: 3.59	Total:
	2: 2.98	2.90	3.59	3.21	DT: 3.11	2: 3.40	3.22
	3: 3.16	Vrouw:	3.14	3.42		3: 3.37	
	4: 3.01	3.33	2.72	3.14		4: 3.19	
	5: 3.31					5: 2.81	
	6: 2.90					6: 2.83	
	7: 3.44						
	8: 2.13						
Identificatie	1: 2.85	Man:	3.08	2.94	NL: 3.35	1: 3.27	Total:
	2: 2.46	2.67	3.10	2.81	DT: 2.43	2: 3.02	2.90
	3: 2.86	Vrouw:	2.75	3.14		3: 2.52	
	4: 2.61	2.99	2.41	2.66		4: 2.83	
	5: 3.19					5: 2.61	

	6: 2.66					6: 2.87	
	7: 3.18						
	8: 2.00						
Gezelschap	1: 1.94	Man:	1.97	1.86	NL: 1.82	1: 1.85	Total:
	2: 1.65	1.82	2.03	1.69	DT: 1.88	2: 1.97	1.85
	3: 1.60	Vrouw:	1.71	1.93		3: 2.01	
	4: 1.86	1.86	1.60	1.82		4: 1.72	
	5: 2.43					5: 1.73	
	6: 1.73					6: 1.63	
	7: 1.88						
	8: 1.00						
Entertainment	1: 4.07	Man:	4.13	3.78	NL: 4.40	1: 4.18	Total:
	2: 4.10	3.64	4.61	4.02	DT: 3.86	2: 4.60	4.14
	3: 3.56	Vrouw:	4.10	4.52		3: 4.39	
	4: 4.17	4.32	3.37	4.01		4: 4.21	
	5: 4.28					5: 3.41	
	6: 3.84					6: 3.34	
	7: 4.55						
	8: 2.67						
Ontspanning	1: 3.60	Man:	3.65	3.19	NL: 4.00	1: 4.07	Total:
	2: 2.20	3.27	4.22	3.74	DT: 3.38	2: 4.23	3.70
	3: 3.51	Vrouw:	3.55	4.05		3: 3.89	
	4: 3.71	3.86	3.08	3.64		4: 3.59	
	5: 4.06					5: 3.04	
	6: 3.08					6: 2.64	
	7: 4.17						
	8: 3.50						
Tijdverdrijf	1: 3.30	Man:	3.08	2.78	NL: 3.04	1: 3.38	Total:
	2: 2.35	2.82	3.49	3.24	DT: 3.29	2: 3.75	3.16
	3: 2.38	Vrouw:	3.09	3.20		3: 3.23	
	4: 3.50	3.28	2.87	3.33		4: 2.63	
	5: 3.46					5: 2.50	
	6: 2.62					6: 2.24	
	7: 3.49						
	8: 3.38						
Voyeurisme	1: 2.82	Man:	2.92	2.71	NL: 3.01	1: 2.64	Total:
	2: 3.20	2.66	3.14	2.63	DT: 2.70	2: 2.96	2.86
	3: 2.64	Vrouw:	2.70	2.99		3: 3.18	
	4: 2.69	2.93	2.52	2.92		4: 2.83	
	5: 3.18					5: 2.51	

	6: 2.56					6: 2.81	
	7: 3.14						
	8: 1.13						
Downward comparison	1: 3.22	Man:	3.23	3.03	NL: 3.13	1: 2.94	Mean
	2: 3.40	3.70	3.62	3.30	DT: 3.62	2: 3.74	: 3.37
	3: 2.70	Vrouw:	3.47	3.25		3: 3.81	
	4: 3.62	3.25	3.14	3.7458		4: 3.31	
	5: 3.55					5: 2.92	
	6: 3.25					6: 2.75	
	7: 3.66						
	8: 1.70						

Tabel 9. Effectgrootte en significantieniveau; alle variabelen

	Opleiding		Geslacht		Opgegroeid		Woonplaats		Nationaliteit		Leeftijd	
	F	p	F	p	F	p	F	p	F	p	F	p
Informatie	1.02	0.42	5.29	0.02	2.35	0.03	1.44	0.23	1.60	0.21	2.24	0.05
Identificatie	1.32	0.26	2.85	0.09	1.95	0.08	1.84	0.12	34.37	0.00	1.08	0.37
Gezelschap	2.12	0.04	0.15	0.70	2.42	0.03	0.69	0.56	0.29	0.59	1.42	0.22
Entertainment	1.47	0.18	7.15	0.01	2.79	0.01	2.16	0.10	5.54	0.02	4.66	0.00
Ontspanning	1.95	0.07	4.47	0.04	2.56	0.02	2.09	0.10	6.47	0.01	5.76	0.00
Tijdverdrijf	3.24	0.00	4.63	0.03	1.07	0.38	1.42	0.24	1.65	0.20	10.73	0.00
Voyeurisme	1.90	0.07	2.03	0.16	1.58	0.16	0.87	0.46	3.70	0.06	0.92	0.47
Downward comparison	1.56	0.15	3.42	0.07	1.24	0.34	2.08	0.11	5.13	0.03	3.35	0.01

Table 10. Publiekssamenstelling van Boer zoekt vrouw

Doelgroep	Jaar	Kdh%	Kdh000	Kt_tot
		Boer zoekt vrouw	Boer zoekt vrouw	Boer zoekt vrouw
6-8 jr	2007	24.0	14	6
	2008	28.0	17	12
	2009	32.0	20	21
	2010	60.0	37	17
	2011	54.0	33	24
9-12 jr	2007	87.0	70	20
	2008	157.0	122	69
	2009	96.0	74	64
	2010	96.0	76	27
	2011	159.0	127	72

13-15 jr	2007	82.0	53	19
	2008	155.0	97	68
	2009	133.0	90	89
	2010	136.0	73	39
	2011	177.0	92	80
16-19 jr	2007	110.0	81	25
	2008	174.0	133	77
	2009	106.0	76	71
	2010	124.0	106	35
	2011	173.0	150	78
25-34 jr	2007	145.0	328	33
	2008	239.0	505	105
	2009	209.0	429	140
	2010	209.0	422	59
	2011	312.0	625	140
35-49 jr	2007	199.0	757	46
	2008	275.0	1.053	121
	2009	260.0	997	174
	2010	238.0	911	67
	2011	326.0	1.241	147
50-64 jr	2007	227.0	680	52
	2008	337.0	1.044	149
	2009	322.0	1.019	216
	2010	303.0	978	86
	2011	394.0	1.290	177
65+	2007	293.0	625	67
	2008	399.0	882	176
	2009	404.0	911	271
	2010	435.0	1.003	123
	2011	511.0	1.206	230
man 6+	2007	162.0	1.205	37
	2008	236.0	1.753	104
	2009	222.0	1.654	149
	2010	219.0	1.643	62
	2011	286.0	2.154	129
vr 6+	2007	203.0	1.522	46
	2008	302.0	2.286	133
	2009	278.0	2.119	187
	2010	275.0	2.106	78
	2011	368.0	2.836	166

opl LA/LB 13+ (vanaf 4-7-06)	2007	228.0	671	52
	2008	322.0	909	142
	2009	310.0	879	208
	2010	307.0	816	87
	2011	387.0	1.069	174
opl MAB 13+ (vanaf 4-7-06)	2007	209.0	1.249	48
	2008	297.0	1.766	131
	2009	275.0	1.643	184
	2010	275.0	1.651	78
	2011	353.0	2.109	159
opl HA+ 13+ (vanaf 4-7-06)	2007	156.0	723	36
	2008	253.0	1.225	112
	2009	239.0	1.157	160
	2010	230.0	1.168	65
	2011	325.0	1.658	146
sc AB1 13+ (vanaf 1-1-07)	2007	197.0	1.286	45
	2008	288.0	1.927	127
	2009	270.0	1.825	181
	2010	252.0	1.756	71
	2011	347.0	2.466	156
sc B2 13+ (vanaf 1-1-07)	2007	186.0	444	42
	2008	264.0	622	116
	2009	262.0	619	176
	2010	255.0	603	72
	2011	329.0	786	148
sc C 13+ (vanaf 1-1-07)	2007	170.0	663	39
	2008	271.0	1.048	119
	2009	252.0	980	169
	2010	274.0	1.040	77
	2011	349.0	1.312	157
sc D 13+ (vanaf 1-1-07)	2007	337.0	240	77
	2008	447.0	299	197
	2009	386.0	250	259
	2010	380.0	237	108
	2011	471.0	269	212