

## Welke rol spelen straf- en beloningsgevoeligheid in de relatie tussen het kijken naar soaps en alcohol attitudes?

Jolien Vangeel (jolien.vangeel@soc.kuleuven.be)

### Belangrijkste bevindingen

- Adolescenten die meer naar soaps kijken hebben positievere attitudes ten aanzien van het drinken van alcohol
- Naarmate strafgevoeligheid stijgt, wordt dit verband zwakker en het is zelfs volledig afwezig bij adolescenten met een hoge strafgevoeligheid. Gevoeligheid voor straffen lijkt dan ook te werken als een beschermende factor.
- Beloningsgevoeligheid speelt geen rol in dit verband

### Wat willen we weten?

Communicatiewetenschappelijk onderzoek heeft doorheen de jaren reeds verschillende verbanden gevonden tussen mediagebruik en verschillende vormen van risicogedrag. Zo is blootstelling aan geseksualiseerde tv-programma's gelinkt met seksuele attitudes en gedrag, is het spelen van racegames gelinkt met gevaarlijk rijgedrag en houdt het kijken naar bepaalde tv genres zoals muziekvideo's en soaps verband met attitudes en intenties ten aanzien van alcoholgebruik. Het is echter zeer waarschijnlijk dat niet iedereen even gevoelig is voor blootstelling aan bepaalde media-inhouden. Recent onderzoek toont dan ook aan dat individuele karakteristieken zoals persoonlijkheid kunnen helpen om te verklaren welke personen gevoeliger zijn dan anderen voor het effect van de media op risicogedragingen.

Twee persoonlijkheidskenmerken die in dit verband bijzonder interessant zijn om te onderzoeken zijn beloningsgevoeligheid en strafgevoeligheid. Er is namelijk al heel wat onderzoek gebeurd naar de link tussen deze eigenschappen en risicogedrag. Deze studies toonden aan dat beloningsgevoelige personen sneller geneigd zullen zijn om risicogedrag te stellen, terwijl strafgevoelige personen het net zullen vermijden om risicovol gedrag te stellen.

In deze studie willen we daarom onderzoeken of het verband tussen mediagebruik en risicogedrag (deels) bepaald wordt door belonings- en strafgevoeligheid. Op basis van de literatuur zouden we namelijk verwachten dat beloningsgevoelige personen meer beïnvloed worden door referenties naar risicogedrag in de media. Van strafgevoelige personen verwachten we deze invloed veel minder omdat we weten dat zij denken aan langetermijngevolgen en risicogedrag dus eerder uit de weg gaan. Recent onderzoek heeft bijvoorbeeld reeds aangetoond dat strafgevoeligheid een invloed heeft op het verband tussen het kijken naar muziekvideo's en joyriding, en hierin een beschermende rol speelt.

We focussen in dit onderzoek op het specifieke verband tussen het kijken naar soaps en attitudes ten aanzien van alcohol. Onderzoek heeft immers aangetoond dat soaps heel wat referenties bevatten naar alcohol en dat dit alcoholgebruik vaak in een positieve context wordt weergegeven, terwijl negatieve gevolgen zoals katers, verslaving en gezondheidsproblemen in veel mindere mate aan bod komen.

## Wat hebben we gedaan?

922 adolescenten uit het derde en vierde jaar middelbaar onderwijs (516 meisjes) vulden tijdens de lesuren een vragenlijst in die onder meer peilde naar het kijken naar soaps, straffen en beloningsgevoeligheid en attitudes ten aanzien van alcohol.

## Wat hebben we gevonden?

De resultaten van dit onderzoek toonden aan dat adolescenten die meer naar soaps kijken positieve attitudes hebben ten aanzien van het drinken van alcohol wanneer we hen vergelijken met adolescenten die minder naar soaps kijken. We onderzochten bovendien of beloningsgevoeligheid een rol speelde in dit verband, maar dat bleek niet het geval te zijn. Het verband tussen soaps en alcohol attitudes blijft positief onafhankelijk van de individuele gevoeligheid voor beloningen.

Daarnaast onderzochten we ook of gevoeligheid voor straffen een rol speelt in het verband en dit bleek wel het geval te zijn. Meer specifiek, toonden de resultaten aan dat het verband tussen soaps en positievere

alcohol attitudes zwakker wordt naarmate adolescenten gevoeliger zijn voor straffen. Voor jongeren met hoge scores op dit persoonlijkheidskenmerk was er zelfs helemaal geen sprake meer van een verband.

## Wat betekent dit?

Deze studie toont in de eerste plaats aan dat er een verband bestaat tussen het kijken naar soaps en positieve attitudes ten aanzien van alcohol bij adolescenten. Dit ligt in de lijn van de verwachtingen aangezien soaps veel positieve bekrachtigingen van alcohol bevatten. Bovendien vond deze studie steun voor de hypothese dat persoonlijkheidskenmerken mee dit verband kunnen verklaren. Zo vonden we dat een hoge strafgevoeligheid beschermend werkt voor de invloed van de media en het verband met alcohol attitudes afzwakt. In deze studie werd geen invloed van beloningsgevoeligheid vastgesteld. Meer onderzoek naar de rol van deze concepten blijft nodig in de toekomst om een beter zicht te krijgen op de individuele gevoeligheid van adolescenten voor referenties naar alcohol in de media.

## Referenties

Beullens, K., Rhodes, N., Eggermont, S. (2015). Behavioral activation and inhibition as moderators of the relationship between music-video viewing and joyriding attitudes. *Media Psychology*.

Beullens, K., Van den Bulck, J. (2013). Predicting young drivers' car crashes: The role of music video viewing and the playing of driving games. Results from a prospective cohort study. *Media Psychology*, 16 (1), 88-114.

Eggermont, S., Roe, K. (2014). Television and risk behavior: Contemporary perspectives. *Journal of Children and Media*, 8 (1), 1-4.

Frison, E., Vandenbosch, L., Trekels, J., Eggermont, S. (2015). Reciprocal relationships between music television exposure and adolescents' sexual behaviors: The role of perceived peer norms. *Sex Roles*.

Vandenbosch, L., Beyens, I. (2014). Sexually oriented television viewing and adolescents' attitude toward uncommitted sexual exploration: The moderating role of sensation seeking and gender. *Journal of Children and Media*, 8 (2), 183-200.

## Wetenschappelijk artikel

Vangeel, J., Beullens, K., De Cock, N., Van Lippevelde, W., Goossens, L., Vervoort, L., Eggermont, S. (2015). A reinforcement sensitivity perspective on adolescents' susceptibility to the influence of soap opera viewing on alcohol attitudes. *Mass Communication & Society*.

## Vertrouwelijk

De resultaten van deze studie staan nog onder embargo. Gelieve ze dus vertrouwelijk te behandelen, en de resultaten (Wat hebben we gevonden?) en implicaties (Wat betekent dit?) nog niet extern te bespreken. Over de onderzoeksvraag en hypothesen (Wat willen we weten?) en de methode (Wat hebben we gedaan?) kan u wel vrij communiceren.

## Meer informatie

Voor meer informatie over deze studie, kan u contact opnemen met de hoofdonderzoeker van de studie ([Jolien.Vangeel@soc.kuleuven.be](mailto:Jolien.Vangeel@soc.kuleuven.be)), of met Leentje Vervoort, Reward Projectmanager, [Leentje.Vervoort@ugent.be](mailto:Leentje.Vervoort@ugent.be)