



## 1. Referentie

|                |                                                                                                                                     |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Referentie     | Verschuren, D. & Debusscher, M. (2010). <i>Het onderzoeksrapport Fake</i> . Berchem: In Petto, Jeugddienst Informatie en Preventie. |
| Taal           | Nederlands                                                                                                                          |
| ISBN - ISSN    | /                                                                                                                                   |
| Publicatievorm | Onderzoeksrapport                                                                                                                   |

## 2. Abstract

De puberteit is een periode die samengaat met zoeken: zoeken naar een eigen identiteit. Wie en wat kan ik wel of niet vertrouwen? Het is daardoor ook vaak een periode van onzekerheid en twijfel: Waar voel ik me goed bij? Ben ik tevreden over mezelf? Hoe sta ik tegenover de buitenwereld? Zoals nooit tevoren is de huidige maatschappij een caleidoscoop van keuzemogelijkheden en verleidingen. Onder de titel FAKE werden al deze verschijnselen onderzocht. Welke schoonheidsidealen hebben jongeren? Hebben ze een eigen stijl? Hoe modelleren ze die? Zijn ze trouw aan hun gevoelens? Of gedragen ze zich vaak anders dan ze denken en voelen? Hoe kijken ze naar de buitenwereld die dagelijks op hun bord wordt geserveerd: reclame, tijdschriften,... kortom de beeldcultuur?

## 3. Trefwoorden

|               |                                            |
|---------------|--------------------------------------------|
| Thema('s)     | Media, welzijn en gezondheid               |
| Trefwoord(en) | Mediagebruik, media-invloeden, welbevinden |

## 4. Onderzoeker

|                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Opdrachtgever  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Onderzoeker(s) | <p>Dominique Verschuren<br/>In Petto, Jeugddienst Informatie en Preventie<br/>Diksmuidelaan 50<br/>2600 Berchem<br/>Tel 03 366 15 20<br/>Fax 03 366 11 58<br/><a href="mailto:mailbox@inpetto-jeugddienst.be">mailbox@inpetto-jeugddienst.be</a><br/><a href="http://www.inpetto-jeugddienst.be">www.inpetto-jeugddienst.be</a></p> <p>Michael Debusscher<br/>Cesor b.v.b.a.<br/>Nijverheidsstraat 9<br/>1930 Zaventem<br/>België<br/>Tel: 0496/50.23.29</p> |

## 5. Onderzoeksvraag

|                 |                                                                         |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Onderzoeksvraag | Welke schoonheidsidealen hebben jongeren?<br>Hebben ze een eigen stijl? |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------|

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|            | Hoe modelleren ze die?<br>Zijn ze trouw aan hun gevoelens? Of gedragen ze zich vaak anders dan ze denken en voelen?<br>Wat is echt, wat is nep?<br>Hoe kijken jongeren naar de wereld door het venster van reclame, magazines en Photoshop?<br>Hoe zien ze zichzelf in die wereld en hoe denken ze over hun eigen stijl en gedrag? |
| Hypothesen | /                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

## 6. Methode

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Onderzoeks-<br>methode | Als onderzoeksmethode werd voor een gestructureerde vragenlijst geopteerd. Deze bestond gedeeltelijk uit gesloten vragen en gedeeltelijk uit open vragen.<br>De vragenlijst werd verstuurd naar 11 scholen en werd tevens online aangeboden.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Onderzochte<br>groep   | In totaal werden 1780 vragenlijsten verspreid in scholen. 2878 jongeren vulden de vragenlijst online in. Na controle van de vragenlijsten konden 2375 respondenten weerhouden worden voor de analyses.<br>De onderzoekspopulatie bestaat uit jongeren uit het secundair onderwijs tussen 10 en 19 jaar. De grote meerderheid van de jongeren is tussen de 14 en 18 jaar. De vragenlijst werd voornamelijk ingevuld door jongeren uit de 2 <sup>de</sup> en vooral uit de 3 <sup>de</sup> graad van het secundair onderwijs. Vooral jongeren uit het tso vulden de vragenlijst in. Jongeren uit het aso en bso zijn ongeveer gelijk vertegenwoordigd. De steekproef telt iets meer meisjes dan jongens. |
| Bereik                 | Regionaal (Vlaanderen)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

## 7. Resultaten

|                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Jongeren en<br>schoonheid | <p><b>Wat is schoonheid?</b> Wanneer jongeren schoonheid omschrijven, blijkt duidelijk dat de ogen een erg belangrijke rol spelen. Ook de haarkleur blijkt van belang te zijn. Schoonheid wordt vaak verpersoonlijkt naar een aantal bekende mensen. Opmerkelijk is dat de vrouwelijke namen vaker voorkomen. Dit wil zeggen dat zowel jongens als meisjes vaak vrouwelijke namen oplist.</p> <p><b>Perceptie van mooie mensen.</b> Over mooie mensen hebben jongeren duidelijk enkele uitgesproken meningen. Meer dan de helft van de jongeren stemt in met de stellingen dat mooie mensen gemakkelijker aan een lief geraken, populairder zijn, maar toch op zich niet anders zijn dan minder mooie mensen. Deze laatste stelling wordt minder vaak ondersteund door jongens en 14-jarigen. Wel zijn jongeren vaker niet eens met de hypothese dat mooie mensen gelukkiger zijn (bijna de helft van de jongeren verwerpt deze stelling). Toch associëren jongens 'mooi zijn' en 'gelukkig zijn' vaker met elkaar dan meisjes dat doen. Ook zijn jongeren er niet van overtuigd dat mooie mensen oppervlakkiger zijn: 1 op 3 verwerpt deze stelling.</p> <p><b>Perceptie van de eigen schoonheid.</b> De ondervraagde jongeren zijn positief over hun eigen uiterlijk (meer dan 65%). Slechts 6% is ronduit negatief. Jongens zijn beduidend meer tevreden over hun uiterlijk. Bovendien lijken jongeren steeds meer vrede te nemen met hun uiterlijk naarmate ze ouder worden. Wat jongeren mooi vinden aan zichzelf heeft vooral betrekking op het gelaat. Hierbij zijn vooral de ogen het belangrijkste punt. Dat het uiterlijk wel meevalt, wilt nog niet zeggen dat ze niets aan hun uiterlijk willen veranderen. Zo wil bijna 6 op 10 jongeren wel iets veranderen aan het uiterlijk. Ook hier is er een duidelijk verschil tussen jongens en meisjes: 7 op 10 meisjes wil iets veranderen, terwijl dit bij de jongens slechts voor 4 op 10 het geval is. Vanaf 18 jaar neemt de neiging om iets te willen veranderen af. Hoewel dan nog altijd ongeveer de helft overweegt iets te laten corrigeren (42%). Jongeren die iets willen veranderen, kijken daarvoor het vaakst naar hun gezicht. Vooral de neus zou voor heel wat jongeren er gerust een beetje anders mogen uitzien. Daarnaast zouden jongeren ook graag iets zien gebeuren aan hun lichaamsbouw en hun gewicht. Veelal (bij 4 op 5) willen ze iets aan hun uiterlijk doen door te sporten of specifieke oefeningen te doen. Bij jongens is dit zelfs bijna 9 op 10. Bijna 1 op 3 jongeren is bereid te diëten om zijn of haar uiterlijk te veranderen. Dit is vaker zo voor meisjes. Ook het gebruik van make-up en plastische chirurgie zijn zaken die sneller door meisjes toegepast zullen worden. 7 op 10 jongeren geeft aan dat zij zeker geen plastische chirurgie zouden overwegen. Dit wil zeggen dat 3 op 10 dat misschien wel zou doen. Maar minder dan 10% is ook echt overtuigd dat ze met plastische chirurgie iets aan hun uiterlijk willen</p> |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|              | <p>veranderen. Jongens overwegen minder vaak plastische chirurgie. Naarmate de leeftijd toeneemt, wordt de neiging om plastische chirurgie te overwegen ook groter.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Eigen stijl  | <p><b>Een eigen stijl hebben.</b> De helft van de jongeren vindt dat ze een eigen stijl heeft. Er zijn hierbij geen verschillen tussen jongens en meisjes. 15-jarigen geven wel minder vaak aan een eigen stijl te hebben. Men geeft vaak aan dat 'zichzelf zijn', 'gewoon zijn', het best de eigen stijl beschrijft. Jongeren die aangeven een eigen stijl te hebben, drukken dit vaker uit door kleren of symbolen te dragen die aangeven dat zij een bepaald muziekgenre tof vinden. Toch zegt meer dan de helft van de jongeren dit niet te doen. Meisjes kleden zich minder vaak naar hun favoriet muziekgenre dan jongens. Het belang van merkkleren is iets groter dan dat van het dragen van kleren die overeenkomen met het muziekgenre. Ongeveer 1 op 5 geeft aan dat zij het dikwijls of zelfs meestal belangrijk vinden om merkkledij te dragen. Ruim een derde zegt dit nooit belangrijk te vinden. Ook hier stellen jongens meer belang aan merkkledij dan meisjes. Jongeren trekken zich weinig aan van mensen die valse merkkledij dragen, maar liefst 4 op 5 jongeren geeft dit aan. Er zijn geen verschillen tussen jongens en meisjes, maar 14-jarigen nemen vaker het woord valsspellers in de mond.</p> <p><b>Visualiseren van de eigen stijl.</b> Net niet de helft van de jongeren geeft aan in de laatste 3 maanden 1 tot 5 foto's online gezet te hebben. Bijna een derde heeft dit niet gedaan. Ongeveer 1 op 10 heeft meer dan 10 foto's online gezet. Jongens en ouderen zetten minder vaak foto's online. 16% van de jongeren van 13 jaar of jonger heeft 20 foto's of meer online gezet in de laatste 3 maanden. Een vierde van de jongeren vindt het leuk dat anderen foto's van hen kunnen zien. 2 op 3 vindt dat soms leuk. Jongeren die dit niet leuk vinden zijn in de minderheid. Jongens behoren vaker tot deze laatste categorie. Hetzelfde geldt voor ouderen. Jongeren vinden het vaak leuk dat anderen hun foto's kunnen omdat ze graag aan hun vrienden laten zien hoe ze zijn.</p>                                                                                                                                                                                                                                            |
| Fake zijn    | <p><b>Attitude t.a.v. fake zijn.</b> 90% van de jongeren kan zich vinden in de uitspraak 'ik vind het belangrijk dat je bent wie je bent'. Meisjes geven hier vaker een uiterste score. Foto's bewerken mag zolang het maar gaat over de gehele foto en niet over het uiterlijk van jezelf op de foto. Deze mening wordt door meer dan de helft van de jongeren gedeeld. Een derde van de jongeren geeft aan dat zij zich toch wel eens anders gedragen dan dat zij zich werkelijk voelen, maar stoer zijn maakt daar geen onderdeel van uit. Vooral meisjes geven aan zich niet altijd te gedragen zoals zij zich voelen. Mensen worden als 'fake' beschouwd wanneer men zich anders voordoet dan men eigenlijk is.</p> <p><b>Gedrag t.a.v. fake zijn.</b> Bijna elke jongere maakt gedurende het jaar wel eens een foto van zichzelf. Een ruime helft doet dit bijna maandelijks, terwijl bijna 1 op 5 dit wekelijks doet. Vooral meisjes maken duidelijk veel vaker foto's van zichzelf. Hoe ouder men wordt, hoe minder vaak men foto's van zichzelf maakt. Jongeren willen op een foto overkomen als zichzelf zijnde. Ook mooi zijn en zelfzeker zijn is van belang. Jongens willen vooral stoer, cool en sexy zijn op foto's. Voor meisjes is het belangrijker om mooi, zelfzeker en als iemand speciaal over te komen. Hoe ouder men wordt, hoe meer men gewoon zichzelf wil zijn. Jongeren van 14 of jonger willen vaak overkomen als mooi, sexy, stoer, cool, zelfzeker en populair. Een ruime meerderheid heeft nog nooit foto's van zichzelf bewerkt op de computer. Een kleine minderheid, 1 op 10 doet dit dikwijls. Jongens bewerken over het algemeen minder vaak hun foto's. Dit geldt eveneens voor jongeren van 18 jaar of ouder.</p> <p><b>Fake voorkomen in de media.</b> De meerderheid van de jongeren gelooft dat meer dan 90% van alle foto's in reclame en tijdschriften bewerkt zijn met Photoshop. Nog eens bijna 30% zegt dat tussen de 75% en 90% bewerkt is. Dit betekent dat bijna 90% van de jongeren zegt dat minstens 75% van de foto's in reclame en tijdschriften bijgewerkt zijn. Een groot deel van de hedendaagse jongeren gaat er m.a.w. van uit dat wat zij zien in magazines en reclame niet strookt met de werkelijkheid.</p> |
| Mediagebruik | <p><b>Sociale netwerksites.</b> Netlog is onder jongeren de populairste netwerksite (meer dan 76%), op de hielen gevolgd door Facebook (61%). 50% van de jongeren heeft op beide sites een profielpagina. Meisjes zijn vaker aanwezig op Facebook en Twitter dan jongens. Terwijl Facebook toch iets vaker door 16 jaar of ouder gebruikt wordt, blijkt voor het gebruik van Netlog de leeftijd geen rol te spelen. Jongeren van 13 of jonger geven aan minder vaak op netwerksites aanwezig te zijn.</p> <p><b>Traditionele media.</b> Muziekzenders op tv worden het vaakst bekeken. Zowat 7 op 10 geeft aan deze zenders regelmatig te bekijken. Deze zenders worden iets vaker bekeken op jongere leeftijd. Weekbladen zoals Joepie, Flair, GLAM IT en P-Magazine verwerven een</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | tweede plaats, maar scoren duidelijk minder met 32% regelmatige leesfrequentie. Vooral meisjes en de jongere leeftijden lezen deze magazines vaker. Story, Dag Allemaal en TV-Familie worden door een kwart van de jongeren regelmatig gelezen. Meisjes doen dit net iets vaker. Programma's die gaan over de maakbaarheid van het uiterlijk gaan aan de meesten voorbij. Deze geringe belangstelling onderstreept opnieuw de tendens naar authenticiteit. |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### **8. Publicaties op basis van hetzelfde onderzoek**

/