

De televisie als morele oefenruimte

EEN KWANTITATIEVE EXPLORATIE VAN MORELE REFLECTIE NAAR AANLEIDING VAN TELEVISIEVERHALEN¹

Deze studie brengt systematisch in kaart hoe verschillende kijkersgroepen zich verhouden tot morele reflectie naar aanleiding van televisieverhalen. Daarbij zijn sociaaleconomische en -culture achtergrondkenmerken en mediagebruik als relevante factoren beschouwd. Uit de resultaten blijkt dat hoewel alle mensen naar aanleiding van televisie moreel reflecteren, er wel degelijk verschillen zijn tussen mensen wat betreft sekse, leeftijd en mediarepertoire.

Inleiding

Televisie en moraal worden in discussies over de verloedering van de samenleving, over geweld, over het gezin als hoeksteen van de samenleving, over integratie en vele andere onderwerpen regelmatig met elkaar in verband gebracht. Zo zijn er auteurs die beweren dat de televisie de belangrijkste waarden, zoals deugdelijkheid, seksuele moraal en respect voor god, ondermijnt (Fitzpatrick, 2007). Andere stemmen benadrukken hun bezorgdheid wat betreft de jeugd en roepen bijvoorbeeld op om de seksualisering van de maatschappij, door de televisie veroorzaakt, tegen te gaan (Plasterk, 2007). Een bijzonder aspect van deze (publieke) discussie is dat over

* Tonny Krijnen is als universitair docent verbonden aan de afdeling Media en Communicatie van de Erasmus Universiteit Rotterdam en ERMeCC (Erasmus Research Centre in Media, Communication and Culture). Krijnen promoveerde in 2007 in de Communicatiewetenschappen aan de Universiteit van Amsterdam. Haar onderzoeksinteresses richten zich op de morele inhoud en consumptie van televisie, gender, en media-entertainment. Als vice-chair van de sectie Gender en Media is zij actief in ECREA (European Communication Research and Education Association). Correspondentie: Tonny Krijnen, Assistant Professor Media and Communication, Erasmus Universiteit Rotterdam, Faculteit der Historisch en Kunstwetenschappen, Afdeling Media en Communicatie, Postbus 1738, 3000 DR Rotterdam. Telefoon: 010 - 408 24 51. Fax: 010 - 408 91 35. E-mail: krijnen@fhk.eur.nl.
 Marc Verboord is eveneens als universitair docent verbonden aan de afdeling Media en Communicatie van de Erasmus Universiteit Rotterdam en ERMeCC (Erasmus Research Centre in Media, Communication and Culture). Hij doet onderzoek naar cultuurparticipatie, classificatie in de kunsten, en de rol die media – in het bijzonder internet – spelen in de materiële en symbolische productie van cultuur. Correspondentie: Marc Verboord, Assistant Professor Media and Communication, Erasmus Universiteit Rotterdam, Faculteit der Historisch en Kunstwetenschappen, Afdeling Media en Communicatie, Postbus 1738, 3000 DR Rotterdam. Telefoon: 010 - 408 24 55. Fax: 010 - 408 91 35. E-mail: verboord@fhk.eur.nl.

het algemeen bronnen of onderzoek, waarop deze meningen gebaseerd zijn, ontbreken.

In het academische veld is men veel voorzigtiger met uitspraken over de relatie tussen moraal en televisie. Het academische en het publieke debat delen echter wel een standpunt: ze getuigen keer op keer van de opvatting dat mensen in elk geval iets opsteken van de televisie. In het publieke debat is men meestal overtuigd van het verderfelijke karakter van dat iets – televisie ondermijnt de maatschappelijke moraal – terwijl men in het academische debat van mening verschilt.

Er is echter weinig bekend over welke (im)morele waarden mensen leren van de televisie. Het beroemde culturele-indicatorenonderzoek vertelt ons bijvoorbeeld wel dat mensen een bepaald (vertekend) beeld van de sociale werkelijkheid ontwikkelen naarmate ze langer en vaker televisie kijken (Gerbner, Morgan & Signorielli, 1996), maar gaat niet in op specifieke morele waarden. Kwalitatief onderzoek naar televisie-inhoud en zijn morele lessen, is schaarser en richt zich doorgaans op een enkel genre: reality-tv (Krijnen & Tan, 2009; Hill, 2005). Met betrekking tot het publiek zien steeds meer auteurs de televisie als een belangrijke morele discussieruimte (Silverstone, 2007; Krijnen, 2007). Het actieve publiek wordt volgens hen geëngageerd in reflectie op diverse morele thema's. Zo laat Krijnen (2007) zien dat het publiek niet alleen moreel reflecteert op de door de televisie aangeboden vraagstukken, maar dat deze vraagstukken ook aanleiding zijn om te reflecteren op gerelateerde dilemma's. De televisie wordt vanuit dit perspectief beschouwd als een belangrijke verhalenverteller in de samenleving die als bron voor de overdracht van culturele en morele regels dient; een opvatting die nauwelijks verschilt van Gerbner's (1998) ideeën over de rol van de televisie.

Hoewel het aangehaalde onderzoek dus aantoonde dat het publiek geëngageerd wordt in morele reflectie naar aanleiding van televisieprogramma's, laat het niet zien hoe verschillende publieksgroepen zich verhouden tot morele reflectie. Dit vormt daarom de centrale onderzoeksvraag van deze studie: *Zijn er onder televisiekijkers verschillen tussen uiteenlopende sociale groepen wat betreft de reflectie op morele inzichten zoals die worden aangeboden door de Nederlandse televisie?*

Met behulp van een internetenquête wordt deze vraag beantwoord en wordt systematisch in kaart gebracht welke televisiekijkers moreel reflecteren naar aanleiding van televisie, over welke morele kwesties het dan gaat en, tot slot, of we een onderscheid kunnen maken tussen verschillende groepen kijkers naar hun sociaaleconomische en -culture achtergrondkenmerken. Onze studie is kwantitatief en explorand van aard, en gaat niet in op het effect van televisie op moraal. De doelstelling is niet om uitsluitel te geven over het 'goede' of 'slechte' karakter van de invloed van televisie op de moraal, maar om meer inzicht te bieden in welke kijkers op welke morele thematiek reflecteren.

De televisie als een morele oefenruimte, een theoretische achtergrond

Zoals reeds gebleken is, tonen diverse studies aan dat mensen op moreel vlak iets doen met televisie. In algemenere zin worden de media al lange tijd gezien als een belangrijke ruimte waarin onder meer de morele orde wordt geconstrueerd (Silverstone, 2007). Naast het al aangestipte culturele-indicatorenproject, zien we de laatste jaren ook onderzoek naar 'media literacy' met de focus op 'de moraal' (Potter, 1998) en richten mediapsychologen zich op de relatie tussen moreel oordelen en het plezier dat aan media beleefd wordt (Hartmann & Vorderer, 2010; Raney & Bryant, 2002). *Hoe* kijkgroepen zich verhouden tot morele inhoud blijft onduidelijk en wordt in dit artikel uitsluitend onderzocht voor televisie. Voor we verder ingaan op de verhouding tussen publiek en moraal, lichten we eerst de relatie tussen televisie en moraal, voor zover bekend, kort toe.

In tegenstelling tot het verband tussen het televisieverhaal en moraal zijn er met betrekking tot het literaire verhaal en moraal juist veel theoretische uiteenzettingen. Vragen over dit verband komen uitgebreid aan bod in het werk van filosofen zoals Martha Nussbaum (2001) en Richard Rorty (1989). Bij het aansnijden van de vraag hoe mensen iets leren uit verhalen wordt het literaire verhaal door deze auteurs besproken als een laboratorium waarin men kan experimenteren met morele keuzes en beslissingen zonder daarvan de gevolgen aan den lijve te hoeven ondervinden. Deze experimenten geven de lezer de mogelijkheid de morele verbeelding aan te scherpen (Nussbaum, 2001). Een goed ontwikkelde morele verbeelding zorgt ervoor dat het individu volledige verantwoordelijkheid kan nemen voor gemaakte morele keuzes. Morele verbeelding kan zo opgevat worden als: 'the ability to imaginatively discern various possibilities for acting within a given situation and to envision the potential help and harm that are likely to result from a given action' (Johnson, 1993: 202).

Concreter kan men zeggen dat de morele verbeelding uit drie onderdelen bestaat: inzicht in moreel relevante kwesties, inzicht in morele deliberatie en inzicht in de menselijke aard (Johnson, 1993). Om een morele beslissing te nemen moet men eerst een kwestie als zijnde moreel herkennen. Niet elke kwestie wordt door iedereen ervaren als moreel. Zo kan iemand 's ochtends voor de keuze staan: neem ik de fiets of de bus naar het werk? Wanneer deze persoon kiest voor de fiets, omdat ervaring heeft geleerd dat de bus vaak lang op zich laat wachten, spreken we niet van een morele maar van een praktische keuze. Wanneer hij kiest voor de fiets, omdat hij vindt dat het milieu zo min mogelijk belast moet worden en iedereen daar verantwoordelijkheid in dient te nemen, dan spreken we wel van een morele keuze. Vanuit deze opvatting gaat moraal dus niet over een aantal van te voren te definiëren onderwerpen, maar over die zaken die door het individu als zodanig geïdentificeerd worden (Johnson, 1993).

Een tweede voorwaarde voor morele verbeelding is dat men de verschillende perspectieven op de geïdentificeerde morele kwestie voor de geest kan halen en kan afwegen. De kern van een moreel probleem is dat er verschillende oplossingen zijn

met elk unieke voor- en nadelen. Volgens Gilligan, Ward & McLean Taylor (1988) zijn er twee morele oriëntaties: de ethiek van de rechtvaardigheid en de ethiek van zorg.² De eerstgenoemde percipieert morele deliberatie als gebaseerd op principes en regels die universeel geldig zijn en als het ware ‘blind’ moeten worden toegepast op de geïdentificeerde morele kwestie. Reciprociteit is in deze opvatting een kernbegrip. De tweede morele oriëntatie, ethiek van zorg, percipieert morele deliberatie als gebaseerd op betrokkenheid en zorg voor elkaar waarbij het vermijden van schade zo veel mogelijk voorkomen moet worden. Interdependentie is hier het kernwoord. Onderzoek van Gilligan et al. (1988) wijst uit dat vrouwen vaker georiënteerd zijn op de ethiek van zorg, terwijl mannen vaker georiënteerd zijn op de ethiek van de rechtvaardigheid. In deze morele deliberatie speelt ook het derde element van morele verbeelding een rol: inzicht in de menselijke aard. Het is van belang om de consequenties voor alle betrokkenen bij de situatie (inclusief het zelf) en hun gevoelens op waarde te schatten en mee te laten wegen. Samenvattend kan dus gesteld worden dat de morele oefenruimte – oftewel het verhaal – inzichten op deze drie vlakken aanbiedt waardoor de lezer zijn verbeelding kan oefenen.

In deze studie wordt de televisie dan ook beschouwd als oefenruimte. Ook televisiekijkers grijpen regelmatig onderwerpen en thema’s uit televisieverhalen aan voor hun morele reflectie (Krijnen, 2007). Uit 41 diepte-interviews gehouden met mensen van verschillende sekse, leeftijd, opleidingsniveau en etnische afkomst blijkt dat mensen op verschillende manieren moreel reflecteren tijdens of na het televisiekijken. Ze interpreteren, associëren, voegen eigen inzichten toe, waaruit blijkt dat de kijker de televisie waarlijk als morele oefenruimte gebruikt. Verborgen blijft een duidelijk inzicht welke televisieprogramma’s reflectie opwekken bij welke kijker. Wat betreft deze laatste vraag zijn er volgens Nussbaum (2001) twee factoren relevant: de inzichten die het verhaal aanbiedt (de inrichting van de oefenruimte) en de kenmerken van het individu, de lezer van het verhaal, welke verondersteld wordt sociaalhistorisch gesitueerd te zijn.

Inrichting van de morele oefenruimte

Wat betreft de inrichting van de morele oefenruimte zijn er recentelijk een aantal studies verschenen die hier een licht op werpen. Zo laat Hill (2005) bijvoorbeeld zien hoe de inhoud van reality-tv gekenmerkt wordt door zinvolle ethische lessen. In een onderzoek naar Nederlandse televisie tonen Krijnen en Meijer (2005) aan dat de Nederlandse oefenruimte een relatief gevarieerd aanbod van morele inzichten kent. Uit hun analyse van 81,6 uur primetime televisie blijkt dat de Nederlandse oefenruimte inzicht geeft in twaalf morele thema’s: omgangsvormen, geweld, liefde, vriendschap, familie, dood, ‘het goede leven’, politiek, rechtvaardigheid, (religieuze) overtuiging, autoriteit en heldendom. Dit zijn met andere woorden de kwesties die als moreel worden gepresenteerd. Deze thema’s zijn echter niet gelijk over de genres verdeeld, blijkt uit vervolgonderzoek (Krijnen, 2007): de genres nieuws, actualiteiten en documentaire gaan veel vaker in op thema’s als politiek en ‘het goede

leven' terwijl genres als drama en soap veel vaker inzicht geven in thema's als liefde en vriendschap.

De inrichting van de oefenruimte is voor morele deliberatie wat minder gevarieerd. Uitgaande van de twee door Gilligan et al. (1988) geformuleerde oriëntaties, zien we dat de Nederlandse televisie hoofdzakelijk de morele deliberatie in de vorm van ethiek van de rechtvaardigheid aanbiedt (Krijnen, 2007). Ondanks dit beperkte aanbod van morele deliberatie op de Nederlandse televisie, willen we in het onderhavige onderzoek inventariseren hoe mensen op deze morele oriëntaties reflecteren en of mannen en vrouwen, die immers een verschillende voorkeur zouden hebben, daarin verschillen.

Tot slot beschrijven Krijnen en Meijer (2005) wie het woord voert wanneer morele kwesties op televisie besproken worden. Zo worden de motivaties, gevolgen en consequenties voor de betrokkenen duidelijk, wat van belang is voor de ontwikkeling van het inzicht in de menselijke aard. Op dit vlak blijkt de Nederlandse oefenruimte geen grote verscheidenheid te bieden. Hoewel er ongeveer evenveel vrouwen als mannen aan bod komen, zijn kinderen tot ongeveer 18 jaar en mensen boven de 65 jaar vrijwel uitgesloten van de discussies. Daarnaast behoren bijna alle morele subjecten tot dezelfde etnische (i.e. wit-Nederlandse) groep en hebben zij ten minste een gemiddeld of hoger opleidingsniveau.

De kijkers – verschillende publieken?

Wat betreft de sociaalhistorische gesitueerdheid van de kijker zijn twee dimensies van belang: de sociaaleconomische en –culturele inbedding van de televisiekijker en de aard van het mediagebruik.

Uit onderzoek is gebleken dat afhankelijk van sociale achtergrondkenmerken en persoonlijke geschiedenis tv-kijkers zeer uiteenlopende betekenissen construeren wanneer zij televisie kijken. Klassieke voorbeelden zijn het *Nationwide*-onderzoek (Morley, 1980) waarin differentiatie naar sociale klasse wordt aangetoond en Liebes en Katz's (1990) studie van *Dallas* waarin betekenisconstructie varieert naar etnische achtergrond. De invloed van sociale positie op betekenisconstructie lijkt deels te verlopen via het 'cultureel kapitaal' waarover mensen beschikken (Bourdieu, 1984). Afhankelijk van kenmerken zoals klasse, sekse, etniciteit en opleiding ontwikkelt een individu bepaalde vaardigheden op cultureel gebied, zoals taalvermogen, omgangsvormen en gedragscodes, kennis van conventies op artistiek en cultureel gebied – tezamen cultureel kapitaal genoemd. Cultureel kapitaal speelt op zijn beurt een belangrijke rol bij de interpretatie van boodschappen. De unieke variatie in mediagebruik daargelaten, vertonen voorkeuren en gedragspatronen van sociale groepen veel overeenkomsten die theoretisch zijn terug te voeren op wat ze meekregen van hun ouders en school en op hun huidige sociale achtergrond. Zo weten we bijvoorbeeld dat jongeren de televisie vaak gebruiken om hun identiteiten te construeren en dat het daarbij niet zoveel uitmaakt uit welke etnische groep zij afkomstig zijn (De Bruin, 2008), maar wel van welke sekse zij zijn.

De precieze aftekening van sociale groepen in publieken wordt echter duidelijker in onderzoeken naar mediagebruik. Het mediagebruik blijkt heel divers te zijn onder verschillende sociale groepen, en kan bovendien gezien worden in termen van cultureel kapitaal. Cultureel kapitaal is niet alleen van belang voor de interpretatie van de boodschap maar ook voor de diversificatie van genre- en mediumvoorkeur; het zogenaamde mediarepertoire (Van Rees & Van Eijck, 2003; Rebers, Konig & Westerik, 2006). Een voorbeeld hiervan met betrekking tot televisie, is genrevoorkeur. Vrouwen hebben vaker een voorkeur voor soaps en drama en mannen vaker een voorkeur voor sport en actualiteiten (Hill, Weibull & Nilsson, 2007).

Ook opleidingsniveau en leeftijd blijken relevant voor de genrevoorkeur. Zo kijken hoogopgeleiden vaker naar nieuws, actualiteiten en documentaires, terwijl lager opgeleiden vaker een voorkeur voor entertainmentgenres lijken te hebben. Wat betreft leeftijd blijken oudere mensen liever naar nieuws en actualiteiten te kijken terwijl jongere mensen entertainmentgenres prefereren (Eggermont & Vandebosch, 2002; Hill et al., 2007).

Ook mediumvoorkeur kan invloed hebben op hoe mensen betekenis toekennen aan televisie. Interpretatie van mediaboodschappen vindt immers meestal intertekstueel plaats (Fiske, 1987). De interpretatie van het televisiejournaal, bijvoorbeeld, hangt waarschijnlijk samen met of men ook een krant of opinietijdschrift leest ter verdieping.

Op grond van het voorgaande verwachten we dat de sociale positie van de kijker relevant is voor de ontwikkeling van morele verbeelding naar aanleiding van televisie. Sekse, leeftijd en opleiding zijn dus niet alleen *direct* belangrijk in het kader van de drie morele inzichten waar al dan niet op gereflecteerd wordt, maar ook *indirect*: we verwachten immers dat het nieuws en actualiteitenprogramma's ons andere dingen voorschotelen dan soaps en drama. Uit deze studie zal blijken of genrevoorkeur inderdaad gerelateerd is aan morele reflectie.

Methode

Voor het beantwoorden van de onderzoeksvragen maken we gebruik van speciaal voor dit onderzoek in 2005 verzamelde enquêtegegevens onder een representatieve steekproef van de Nederlandse bevolking.. Het betrof een internetenquête die ongeveer 20 minuten duurde om in te vullen. Het uitzetten van de internetenquête is uitgevoerd door Veldkamp Marktonderzoek BV. De respondenten zijn geworven in het eigen – met TNO NIPO gedeelde – marktonderzoekspanel van dit onderzoeksbureau. Dit internetpanel betreft een representatieve steekproef van de Nederlandse bevolking.³ Voor het trekken van een steekproef uit dit totale panel is een quotasteekproef verricht op basis van geslacht, opleiding en leeftijd. Panelleden zijn benaderd totdat 500 personen respons hadden gegeven. De steekproef bestaat uit 52% mannen en 48% vrouwen. De leeftijd varieerde van 12 tot 98 jaar oud, waarvan 51 respondenten (10%) tieners zijn, en 83 respondenten (17%) ouder dan 65 zijn. Hoe-

wel onze steekproef geen perfecte representatie biedt, vormt het op basis van de beschreven procedure wel een behoorlijke afspiegeling van de Nederlandse bevolking. Vijf mensen gaven aan geen televisie te kijken, en worden daarom in de analyses niet meegenomen.

Operationalisering

De enquête bestond uit drie onderdelen: vragen waarmee de morele verbeelding wordt gemeten, vragen over het televisie- en mediagebruik van respondenten en een aantal vragen over de persoonlijke achtergrond.

Morele verbeelding

Voor het meten van de morele verbeelding van respondenten is uitgegaan van de drie inzichten zoals onderscheiden in het theoretisch kader: (a) morele reflectie – intern en extern, (b) morele deliberatie, en (c) inzicht in het menselijke karakter. Elk inzicht is geoperationaliseerd met meerdere items om zo recht te doen aan het multidimensionele karakter van morele verbeelding (zie Appendix).

Morele reflectie – het inzicht welke morele kwesties worden (h)erkend als zijnde van morele kwaliteit – is gemeten met 17 items, die gezamenlijk 15 morele thema's bestrijken. ⁴ Twaalf van deze thema's zijn afgeleid uit de inhoudsanalyse van Krijnen (2007), de overige thema's zijn afgeleid uit een kwalitatief receptieonderzoek naar morele verbeelding (Krijnen, 2007). Elk item is gevormd naar een morele boodschap of uitspraak zoals die uit de inhoudsanalyse of het receptieonderzoek naar voren kwam. Voorbeelden van items zijn: 'hoe ouders hun kinderen moeten opvoeden' (familie), 'hoe echte vrienden met elkaar moeten omgaan' (vriendschap), 'dat mensen altijd hun beloften moeten houden' (omgangsvormen), 'wat een democratie eigenlijk is' (politiek), en 'dat je een ruzie altijd alleen met woorden moet uitvechten' (geweld).

Omdat mensen niet alleen moreel reflecteren in hun gedachten, maar ook in gesprekken met anderen (te denken valt aan collega's, vrienden, familieleden, et cetera) zijn de items tweemaal voorgelegd. De eerste keer werd gevraagd aan te geven hoe vaak het volgende het geval is: 'De volgende onderwerpen houden mij bezig na of tijdens het televisiekijken:...' Deze vorm van reflecteren wordt *interne reflectie* genoemd. De tweede keer werden de respondenten gevraagd antwoord te geven op de volgende vraag: 'Geef van elke stelling aan hoe vaak u daarover met anderen praat (tijdens of na het televisiekijken).' Deze vorm van reflecteren wordt *expressieve reflectie* genoemd. In beide gevallen konden de respondenten de items beantwoorden door een van de volgende antwoordcategorieën aan te klikken: (1) nooit, (2) zelden, (3) soms, (4) vaak, (5) altijd. Beide metingen vormen een schaal (Cronbach's $\alpha=0,91$ en $0,93$) en zijn omgezet in variabelen door de gemiddelde scores te berekenen.

De tweede dimensie van de morele verbeelding betreft inzicht in morele deliberatie. Deze dimensie is geoperationaliseerd via zeven items die afgeleid zijn van Hakemulder's (1998) studie naar het functioneren van het literair verhaal als moreel laboratorium. De items uit Hakemulder's studie zijn geherformuleerd in items die zich op televisie richten. De vraag was bij elke stelling aan te geven hoe vaak men dat doet. Voorbeelden van items zijn: 'Als ik televisie kijk dan denk ik er over na dat elke beslissing die je neemt ook gevolgen heeft voor anderen' en 'Ik hou ervan om te bedenken wat de oorzaken zijn voor het gedrag van iemand op televisie'. De respondenten konden bij elk item wederom kiezen uit de antwoordcategorieën: (1) nooit, (2) zelden, (3) soms, (4) vaak, (5) altijd. De gemiddelde score vormt de variabele *morele deliberatie*. Deze schaal bleek ook voldoende betrouwbaar (Cronbach's $\alpha=0,88$).

De derde dimensie – het inzicht in het menselijke karakter – is geoperationaliseerd met tien items die zijn afgeleid van Van der Bolt's (2000) studie naar de affectieve leeservaring van jonge kinderen. Van der Bolt's schaal meet in hoeverre kinderen die lezen in staat zijn zich in te leven in wat verhaalpersonages meemaken, oftewel: inzicht in het menselijk karakter. De items zijn geherformuleerd in items die gericht zijn op televisie. Opnieuw werd de respondenten de vraag gesteld per item aan te geven hoe vaak ze 'dat' doen. Voorbeelden van items zijn: 'Als ik televisie kijk, verbeeld ik me dat ik er ook in meedoe' en 'Op televisie gebeuren dingen die ik ook meemaak'. De antwoordcategorieën lopen opnieuw van (1) nooit naar (5) altijd. De variabele *inzicht in het menselijk karakter* is de gemiddelde score op de items en geldt als een betrouwbare schaal (Cronbach's $\alpha=0,83$).

Tot slot is een totaalscore berekend voor de mate van *morele verbeelding* door het gemiddelde van de vier beschreven variabelen te nemen. Niet alleen bleken deze sterk met elkaar samen te hangen (zie Appendix, tabel A3), de variabele vormt een betrouwbare schaal (Cronbach's $\alpha=0,85$).

Televisie- en mediagebruik

Het televisie- en mediagebruik van respondenten is geoperationaliseerd via drie variabelen.

Ten eerste is het aantal uren televisie kijken gemeten door te vragen naar het gemiddelde aantal uren dat iemand per week televisie kijkt. Gemiddeld wordt dit *aantal uren televisie kijken* op bijna 17 geschat ($M = 16,7$; $sd = 10,82$). Dat is ongeveer zes uur minder dan het gemiddelde gemeten door Stichting KijkOnderzoek (2008). De tweede indicator is de *televisiediversiteit*. Deze is geoperationaliseerd door 61 concrete televisieprogramma's (zie tabel A3 voor een volledig overzicht)⁵ voor te leggen met de vraag welke van deze programma's ze echt graag zien. Het totale aantal programma's dat ze noemen vormt de variabele. Omdat we ook geïnteresseerd zijn in mogelijke verschillen tussen typen televisieprogramma's, zijn ook afzonderlijke variabelen aangemaakt voor het aantal programma's binnen de categorieën *fictie*, *entertainment*, *infotainment* en *informatie* (absolute aantal bekeken programma's per type). Door deze variabelen te delen door de totale televisiediversiteit en te verme-

nigvuldigen met 100, beschikken we ook over het aandeel dat deze typen hebben in het totale repertoire (relatieve aantal bekeken programma's per type in percentages). Tot slot is de *mediadiversiteit* vastgesteld door te tellen hoeveel mediavormen uit een lijst van acht 'iedere dag' of 'een paar keer per week' werden gebruikt. Deze mediavormen betroffen het lezen van een papieren krant, het raadplegen van een online krant, het lezen van een tijdschrift, het kijken naar televisie, het luisteren naar de radio, het beluisteren van cd's, het raadplegen van internet en het lezen van een boek.

Sociale achtergrondkenmerken

Het opleidingsniveau is gemeten door te vragen naar de hoogst afgemaakte opleiding. De antwoordcategorieën waren (1) lager onderwijs, (2) lbo, (3) mavo, (4) mbo, (5) havo/vwo, (6) hbo, en (7) universiteit. In de bivariate analyses zijn deze gecategoriseerd als laag (1,2), middelbaar (3-4) en hoog opgeleid (5-7). Leeftijd is gemeten als continue variabele. Voor de bivariate analyses is ook een indeling in categorieën aangemaakt: (1) 12-19 jaar, (2) 20-34 jaar, (3) 36-50 en (4) 50+.⁶ Geslacht is geoperationaliseerd als 0=man en 1=vrouw. Religie is een dichotome variabele (0=niet gelovig, 1=gelovig). Hoewel ook informatie over het inkomen en de woonregio van de respondenten beschikbaar was, worden deze niet gebruikt in de gepresenteerde analyses. Beide variabelen bleken niet significant met morele oriëntatie samen te hangen. De inkomensvraag was bovendien door een groot aantal respondenten niet beantwoord.

Resultaten

Als eerste hebben we een aantal bivariate analyses uitgevoerd, waarmee we onderzoeken of er verschillen naar achtergrondkenmerken bestaan. Ten eerste blijkt dat vrouwen een iets grotere morele verbeelding hebben dan mannen ($M=2,52$ versus $M=2,34$; $t=3,5$, $p=,000$). Uitgesplitst naar de vier dimensies blijkt dit verschil op te gaan voor alle onderscheiden inzichten, behalve morele deliberatie waar het verschil net niet significant is. Verschillen naar opleidingsniveau worden niet gevonden: hoger opgeleiden, middelbaar opgeleiden en lager opgeleiden vertonen vrijwel dezelfde mate van morele verbeelding: respectievelijk $M=2,42$, $M=2,43$ en $M=2,41$ ($F=0,41$, $p=,959$). Binnen de afzonderlijke dimensies vertonen hoger opgeleiden een iets hogere morele deliberatie, en lager opgeleiden iets meer interne reflectie, maar de verschillen zijn niet significant (respectievelijk $F=1,70$, $p=,185$; $F=1,83$, $p=,162$).

De leeftijdscategorieën vertonen wel verschillen: 50-plussers hebben de grootste morele verbeelding ($M=2,53$). De overige leeftijdsgroepen variëren tussen de 2,31 (tieners) en 2,37 (20-35 jarigen). Deze verschillen tussen de groepen zijn significant ($F=3,68$, $p=,012$). Dit onderscheid wordt veroorzaakt door de eerste drie dimensies, waarop de verschillen nog sterker zijn. Tieners vertonen opmerkelijk genoeg een iets groter inzicht in het menselijk karakter ($M=2,27$, $F=3,5$, $p=,015$). Dit moet waar-

TABEL 1: Resultaten regressieanalyse morele verbeelding (gestandaardiseerde Beta's)

	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5	Model 6
Opleiding	,048	,025		,022		-,001
Leeftijd	,146 ***	,144 ***		,177 ***		,140 **
Geslacht (vrouw)	,168 **	,122 **		,151 **		,153 **
Religie	,083 ~	,067		,078 ~		,079 ~
Uren televisie kijken		,011		,007		,072
Mediaversiteit		,165 ***		,166 ***		,196 ***
Televisiediversiteit		,258 ***				
Absolute aantal bekeken prog. per type (# prog.)						
Kijken fictieprogramma's			,085 ~	,177 *		
Kijken entertainmentprogramma's			,177 ***	,190 ***		
Kijken infotainmentprogramma's			,073	,034		
Kijken informatieprogramma's			,130 **	,067		
Relatieve aantal bekeken prog. per type (% van totaal)						
Kijken fictieprogramma's					-,172 ***	-,145 **
Kijken entertainmentprogramma's					-,065	-,109 ~
Kijken infotainmentprogramma's					-,057	-,082
Kijken informatieprogramma's					Ref.	Ref.
<i>Verklaarde variantie</i>	5,1 %	14,9%	8,4%	15,4%	1,0%	9,1%

Significantie: *** $p < .001$ ** $p < .01$ * $p < .05$ ~ $p < .10$

schijnlijk toegeschreven worden aan het inlevingsaspect. Want zoals in het theoretisch kader reeds gesteld, gebruiken adolescenten televisie vaker ter identiteitsconstructie. Tot slot hebben religieuze mensen een iets grotere morele verbeelding dan niet-religieuze mensen ($M=2,49$ versus $M=2,36$; $t=2,5$, $p=.014$). Dit verschil komt echter volledig op het conto van de interne en reflectieve reflectie; op de andere twee dimensies vinden we geen significant verschil.

Scherper inzicht in de verschillen in morele verbeelding tussen groepen televisiekijkers krijgen we wanneer we multivariate analyses uitvoeren, omdat we dan het relatieve belang per achtergrondkenmerk kunnen bepalen. In tabel 1 presenteren we de resultaten van een aantal OLS-regressieanalyses waarin de mate van morele verbeelding de afhankelijke variabele is. In model 1 zijn louter sociale kenmerken opgenomen. De uitkomsten zijn geheel in overeenstemming met de bivariate analyses: opleidingsniveau maakt geen verschil, ouderen en vrouwen vertonen meer morele verbeelding dan jongeren en mannen, net als gelovigen, al is het verschil met niet-gelovigen maar net significant. De introductie van drie indicatoren van mediage-

bruik in model 2 gaat na of gerapporteerde verschillen naar sociale eigenschappen eventueel toegeschreven dienen te worden aan hoe mensen media (televisie) gebruiken. Uitgezonderd religie, dat niet langer significant is, blijkt dit niet het geval. Opvallend mag heten dat het aantal uren dat mensen televisie kijken hoegenaamd geen invloed heeft op de mate van morele verbeelding. De diversiteit van zowel het mediagebruik als het televisiekijkgedrag hangt echter positief samen met morele verbeelding. Dat wil zeggen dat ten eerste televisiekijkers die, buiten de televisie om, veel uiteenlopende media gebruiken meer morele verbeelding vertonen. Ten tweede neemt de morele verbeelding toe naarmate respondenten een grotere verscheidenheid aan televisieprogramma's kijken. Het effect van deze laatste variabele blijkt bovendien het sterkst van alle variabelen uit het model.

Om helderder te krijgen hoe televisiekijkgedrag gerelateerd is aan morele verbeelding vervangen we in modellen 3 en 4 televisiediversiteit door het (absolute) aantal programma's dat respondenten per programmatype kijken. Ditmaal analyseren we eerst alleen deze laatste genoemde kijkvariabelen, en gaan we in model 4 na hoeveel hiervan overblijft als we de achtergrondkenmerken weer opnemen. Frequente kijkers van entertainmentprogramma's en informatieprogramma's beschikken, zo lijkt het, over meer morele verbeelding dan minder frequente kijkers van deze programmatypen. In model 4 blijkt dat de invloed van het kijken naar informatieprogramma's echter moet worden toegeschreven aan andere zaken, met name de leeftijd van respondenten. Oudere televisiekijkers kijken meer naar informatieve programma's. De samenhang tussen het kijken van fictieprogramma's en morele verbeelding wordt juist sterker (positief) en signifikanter wanneer we rekening houden met de achtergrond van de respondent.

Analyse van het absolute aantal programma's kan betekenen dat dezelfde mensen die een grote gehele televisiediversiteit vertoonden de resultaten wederom sterk kleuren, doordat ze mogelijk alle typen ongedifferentieerd veel kijken. Het relatieve belang van programmatypen wordt beter gevangen door per kijker de mate van 'specialisatie' (dat wil zeggen: het aandeel in het repertoire) te verdisconteren. De resultaten staan in model 5 en 6 van tabel 1, waarbij het kijken van informatieprogramma's de referentiecategorie vormt (immers tezamen tellen de vier typen bij iedereen op tot 100 procent). Het kijken van fictieprogramma's blijkt verhoudingsgewijs tot minder morele verbeelding te leiden dan het kijken van informatieprogramma's. Met andere woorden, veel fictie kijken gaat wel in sterke mate samen met morele verbeelding (model 3 en 4), maar het zijn vooral veelzijdige kijkers die ook een flinke portie fictie in hun repertoire hebben. Wanneer we de mensen die *louter* fictie kijken onderscheiden van degenen bij wie fictie een beperkt aandeel in hun kijkgedrag heeft, is fictie minder aan morele verbeelding verbonden. We zagen al dat 'gevarieerde' kijkers meer verbeelding hebben dan 'gespecialiseerde' kijkers, maar van die laatste groep zijn het dan vooral de informatieve kijkers die nog het best scoren (al is het verschil met de infotainmentgroep niet significant).

TABEL 2: Resultaten regressie-analyses dimensies morele verbeelding (gestandaardiseerde Beta's)

	Interne reflectie	Expressieve reflectie	Morele deliberatie	Inzicht menselijk karakter
	Model 1	Model 1	Model 1	Model 1
Opleiding	-,084 ~	-,029	,087 ~	,011
Leeftijd	,138 **	,161 ***	,186 ***	-,088 ~
Geslacht (vrouw)	,111 *	,165 ***	,094 *	,196 ***
Religie	,127 **	,105 *	,034	,006
Uren televisie kijken	,028	,038	,078 ~	,111 *
Mediaversiteit	,203 ***	,185 ***	,194 ***	,100 *
<i>Verklaarde variantie</i>	9,1%	9,6%	8,8%	5,3%
Fictie	Model 2	Model 2	Model 2	Model 2
Kijken soap/drama	,081 ~	,044	,009	,073
Kijken comedy	,173 ***	,135 **	,148 **	,127 **
Kijken misdaad/actie	-,005	-,036	-,013	-,116 *
Kijken films	,064	,092 *	,101 *	,037
<i>Toegevoegde verklaarde variantie</i>	3,5%	2,3%	2,5%	3,5%
Informatie	Model 3	Model 3	Model 3	Model 3
Kijken documentaires	-,011	,004	,070	-,032
Kijken actualiteiten	,124 *	,048	,041	,071
Kijken soft nieuws	,054	,109 *	,039	,074
Kijken Discovery	,007	,031	,047	-,059
<i>Toegevoegde verklaarde variantie</i>	0,8%	0,8%	0,5%	0,4%
Infotainment	Model 4	Model 4	Model 4	Model 4
Kijken service programma	,115 *	,084 ~	,184 ***	,098 ~
Kijken talkshow	-,020	-,066	,044	,047
Kijken show nieuws	,005	,103 *	,000	,043
Kijken sport	,091 ~	,099 *	-,013	,061
Kijken docudrama	,021	,020	-,037	,003
<i>Toegevoegde verklaarde variantie</i>	1,6 %	2,7 %	2,3%	1,4%
Entertainment	Model 5	Model 5	Model 5	Model 5
Kijken realityprog.	,007	-,017	,039	,094 *
Kijken kwis / spelprogramma	,112 *	,061	,069	,160 **
Kijken entertainmentshow	,061	,091 ~	,078 ~	,001
Kijken satire	,051	,061	,094 *	,035
Kijken muziek	,145 **	,132 **	,094 ~	,064
<i>Toegevoegde verklaarde variantie</i>	3,4%	2,7%	2,9%	3,4%

Significantie: *** $p < .001$ ** $p < .01$ * $p < .05$ ~ $p < .10$

Model 2 t/m 5 zijn gecontroleerd voor opleiding, geslacht, leeftijd, religie, aantal uren televisie kijken en media diversiteit, maar niet voor de genres van andere programmatypen.

Hoe kunnen we deze verbanden tussen programmatypen en morele verbeelding exact interpreteren? In een poging meer detail bloot te leggen hebben we in de analyses gerapporteerd in tabel 2, morele verbeelding uitgesplitst in de vier oorspronkelijke dimensies en de programmatypen in de afzonderlijke genres. Per morele dimensie is telkens het basismodel (1) en een model met de coëfficiënten van genres per programmatype gerapporteerd (2-5). Inspectie van de fictiegenres laat – enigszins verrassend – zien dat vooral het veel kijken van comedy samenhangt met een grote morele verbeelding – binnen alle dimensies. Mogelijk is juist het kunnen lachen om menselijke interactie cruciaal voor het inleven, nadenken en praten over moraal op televisie. Het kijken van soap en drama vertoont geen relatie met enige dimensie, misdaad/actie alleen (negatief) met inzicht in het menselijk karakter, en het kijken van films met expressieve reflectie en morele deliberatie.

Het kijken van informatieve programmagenres levert weinig op: de hoeveelheid toegevoegde verklaarde variantie is minimaal en er zijn slechts twee significante verbanden gevonden. Het kijken van actualiteiten gaat gepaard met iets meer interne reflectie; het kijken van soft nieuws juist met iets meer expressieve reflectie. Dit lijken voor de handliggende uitkomsten: bij het eerste genre ligt de nadruk meer op het cognitieve aspect van nieuws; het tweede nodigt eerder uit tot gesprekken in het alledaagse leven.

Van alle genres in het infotainmentsegment vertonen vooral veelkijkers van serviceprogramma's morele verbeelding, vooral interne reflectie en morele deliberatie. Sport en shownieuws gaan samen met hogere expressieve reflectie.

Tot slot blijken de entertainmentgenres allemaal wel met een of meerdere morele dimensies samen te hangen. Bepaalde relaties laten zich goed theoretisch verklaren omdat programma-inhoud aansluit bij de dimensie (bijvoorbeeld reality-programma's met inzicht in het menselijk karakter; satire met morele deliberatie); andere minder (bijvoorbeeld quiz- en spelprogramma's en muziekprogramma's met interne reflectie).

Terugkomend op de meer algemene relatie tussen programmatype en morele verbeelding, lijken er drie patronen uit de analyse te komen. Ten eerste hangen fictie- en (pure) entertainmentprogramma's sterker samen met morele verbeelding dan programma's waar informatie in is verwerkt. Tabel 1, indachtig, moet hierbij uiteraard worden aangetekend dat het om het absolute en niet het relatieve kijkgedrag gaat. Ten tweede zijn vrijwel alle significante verbanden positief van aard: er zijn nauwelijks genres waarvan het meer kijken tot minder morele verbeelding leidt. Ten derde, maar dit verdient nadere analyse, lijken er twee soorten samenhang tussen programmatype en morele verbeelding te bestaan: een inhoudelijk gestuurde en een meer relativistische. Bij de eerste bevat het programma elementen waarvan op logische wijze beredeneerd kan worden dat ze de morele verbeelding (de)stimuleren (bijvoorbeeld het kijken van actualiteiten lijkt een duidelijke stimulus van de interne reflectie); bij de tweede lijkt het programma weinig tot geen aanknopingspunten tot morele overpeinzingen te bieden (bijvoorbeeld muziek, quiz/spel, comedy) terwijl deze wel wordt gevonden. Toekomstig onderzoek zou kunnen

nagaan in hoeverre we hier feitelijk misschien onderliggende persoonlijkheidskenmerken van kijkers meten: kijkers van dit type ‘moraal-arme’ programma’s hebben wellicht structureel andere opvattingen over moraal of een minder geremde wijze van rapporteren. Een alternatieve hypothese is uiteraard dat televisiekijkers toch door bepaalde, minder voor de hand liggende, inhoudelijke elementen worden geraakt. In dat geval zouden we misschien moeten onderzoeken of morele verbeelding samenhangt met de open of gesloten aard van een tekst op moreel gebied (Fiske, 1987).

Conclusie en discussie

De resultaten van analyse laten zien dat alle mensen, ongeacht sekse, leeftijd, opleidingsniveau en genrevoorkeur, soms morele inzichten in televisieverhalen gebruiken om de morele verbeelding te scherpen. Daarmee is aangetoond dat het perspectief op televisie als oorzaak voor de vervlakking van morele waarden ten minste een vooroordeel is. Daarnaast blijken er diverse verschillen tussen groepen televisiekijkers. Zo komen we tot de beantwoording van onze onderzoeksvraag: ‘Zijn er onder televisiekijkers verschillen tussen uiteenlopende sociale groepen wat betreft de reflectie op morele inzichten zoals die worden aangeboden door de Nederlandse televisie?’. Het antwoord valt in twee delen uiteen: bepaalde sociale kenmerken alsmede mediagebruikskennmerken leiden tot differentiatie.

In termen van sociale achtergrond, blijkt ten eerste dat vrouwen op alle vier dimensies meer morele verbeelding vertonen dan mannen. Het is misschien verleidelijk te zeggen dat vrouwen moreel gezien dus verstandiger zijn, maar deze conclusie kan niet op de resultaten gebaseerd worden. Wel kunnen we stellen dat deze resultaten overeenkomen met Nussbaum’s (2001) veronderstelling dat maatschappelijke structuren als opvoeding en scholing een genderverschil veroorzaken wat betreft de morele verbeelding. Het is vanuit dit perspectief wellicht aannemelijker dat mannen andere bronnen gebruiken voor hun morele exercities dan vrouwen.

Ten tweede blijken verschillen tussen leeftijdscategorieën cruciaal voor het begrijpen differentiatie in morele verbeelding. Oudere televisiekijkers blijken vaker te reflecteren op de verschillende morele inzichten. Maar dit geldt niet voor inzichten in het menselijk karakter: dit wordt vaker tentoongespreid door jongeren. Dit laatste is in het licht van identiteitsontwikkeling begrijpelijk. Jongeren gebruiken de televisie vaak voor identiteitsontwikkeling en inzicht in de motieven en emoties van andere mensen zijn daarbij belangrijke hulpmiddelen. Een belangrijke conclusie die uit deze resultaten valt af te leiden, luidt dat de reflectie op morele inzichten, en dus de ontwikkeling van de morele verbeelding, gedurende het hele leven belangrijk blijft.

Van de overige sociale kenmerken blijkt religie slechts in beperkte mate tot meer morele verbeelding te leiden en opleidingsniveau geheel niet.

Belangrijker nog voor morele verbeelding dan sociale achtergrond is het media-gebruik van televisiekijkers. De hoeveelheid kijktijd houdt weliswaar geen verband met morele inzichten, maar de diversiteit van hun voorkeuren des te meer. Een veelzijdiger repertoire aan gebruikte media alsmede een grotere variatie aan bekeken televisieprogramma's leiden beide tot aanzienlijk meer morele verbeelding. Hierbij moet genoteerd worden dat de richting van het verband door ons niet is vastgesteld. Wellicht zijn er mensen met een grotere behoefte aan morele exercitie die vanuit dat oogpunt ook diverse media gebruiken om aan de behoefte te voldoen.

Voortbouwend op Krijnen (2007) heeft dit onderzoek voor het eerst het verband tussen televisiekijken en morele verbeelding systematisch en voor een representatieve groep televisiekijkers aangetoond. Niettemin zijn er nog diverse vragen die verdere studie behoeven. Ten eerste is de relatie tussen morele verbeelding en media-gebruik in dit artikel niet op programmaniveau gelegd. Mogelijk zou dat bepaalde verrassende uitkomsten helpen verklaren. Dit zou nader onderzocht kunnen worden met een focusgroep-opzet waarin respondenten op uiteenlopende programma's reageren. Een andere richting die ingeslagen kan worden is het dieper ingaan op de sociale achtergrond van de televisiekijker – hier slechts beperkt geoperationaliseerd. Wanneer het gaat over moraal, ligt het voor de hand om ook andere kenmerken zoals politieke voorkeur, maatschappelijke betrokkenheid, persoonlijkheid en bezit van cultureel kapitaal verder te meten. Tot slot dringt de vraag zich op of de hier gevonden relaties ook voor andere mediatypen of culturele genres gelden.

Literatuur

- Bourdieu, P. (1984). *Distinction*. London/New York: Routledge.
- Bruin, J. de (2008). Young Soap Opera Viewers and Performances of Self [Electronic Version]. *Particip@tions*, 5. Retrieved 4 October 2009 from http://www.participations.org/Volume%205/Issue%202/5_02_debruin.htm.
- Eggermont, S., & Vandebosch, H. (2002). Leven voor het scherm. Het belang van televisiekijken voor ouderen in een maatschappelijk en persoonlijk ontwikkelingsperspectief. *Tijdschrift voor Sociologie*, 23(3/4), 483-508.
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. London/New York: Routledge.
- Fitzpatrick, B. (2007, 13 June 2007). Does Watching TV Damage Character. *Human Events.com* Retrieved 4 March, 2010, from <http://www.humanevents.com/article.php?print=yes&id=21069>
- Gerbner, G., Morgan, M., & Signorielli, N. (1996). *Cultural Indicators: A research project on trends in television content and viewer conceptions of social reality*. Philadelphia: University City Science Center.
- Gerbner, G. (1998). The Stories We Tell and the Stories We Sell. *Journal of International Communication*, 5(1 & 2), 75-82.
- Gilligan, C., Ward, J.V., & McLean Taylor, J. (1988). *Mapping the Moral Domain. A Contribution of Women's Thinking to Psychological Theory and Education*. Cambridge: Harvard University Press.
- Hartmann, T., & Vorderer, P. (2010). It's Okay to Shoot a Character: Moral Disengagement in Violent Video Games. *Journal of Communication*, 60, 94-119.
- Hill, A. (2005). *Reality TV. Audiences and popular factual television*. London/New York: Routledge.
- Hill, A., Weibull, L., & Nilsson, Å. (2007). Public and Popular: British and Swedish Audience Trends in Factual and Reality Television. *Cultural Trends*, 16(1), 17-41.

- Johnson, M. (1993). *Moral imagination. Implications of cognitive science for ethics*. Chicago/London: The University of Chicago Press.
- Kohlberg, L. (1984). *The Psychology of Moral Development. The Nature of Validity of Moral Stages* (pp. 170-206). San Francisco: Harper & Row Publishers.
- Krijnen, T. (2007). *There Is More(s) In Television. Studying the relationship between television and moral imagination.*, University of Amsterdam, Amsterdam.
- Krijnen, T., & Meijer, I.C. (2005). The Moral Imagination in Prime Time Television. *International Journal of Cultural Studies*, 8(3), 353-374.
- Krijnen, T., & Tan, E.S.H. (2009). Reality TV as a moral laboratory: A dramaturgical analysis of The Golden Cage. *Communications*, 34(4), 449-472.
- Liebes, T., & Katz, E. (1990). *The export of meaning. Cross-cultural readings of Dallas*. Oxford: Oxford University Press.
- Morley, D. (1980). *The Nationwide Audience: structure and decoding*. London: British Film Institute.
- Nussbaum, M.C. (2001). *Upheavals of Thought. The intelligence of emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Plasterk, R.H.A. (2007). *Emancipatienota 2008-2011*. Den Haag: Ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschap.
- Potter, W.J. (1998). *Media Literacy*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage Publications Ltd.
- Raney, A.A., & Bryant, J. (2002). Moral Judgment and Crime Drama: An Integrated Theory of Enjoyment. *Journal of Communication*, 52(2), 402-415.
- Rebers, H., Konig, R., & Westerik, H. (2006). Omnivoor kijkgedrag? Cultureel kapitaal en het (niet) kijken naar televisieprogramma-genres. *Mens & Maatschappij*, 82(4), 375-388.
- Rees, K. van, & Eijck, K. van (2003). Media repertoires of selective audiences: the impact of status, gender and age on media use. *Poetics*, 31, 465-490.
- Rorty, R. (1989). *Contingency, irony and solidarity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Silverstone, R. (2007). *Media and Morality. On the rise of the Mediapolis*. Cambridge/Malden: Polity Press.

Appendix

TABEL A1: Gebruikte items bij meting morele oriëntatie per dimensie

Dimensie	Items
Interne reflectie (Cronb. $\alpha = 0,91$) (min.=1; max.=4,35) (M=2,65; sd=0,69)	<p>Geef aan hoe vaak de volgende onderwerpen u bezig houden tijdens of na het televisie kijken:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hoe ouders hun kinderen moeten opvoeden - Hoe echte vrienden met elkaar om moeten gaan - Dat mensen zijn in te delen in slechte en goede mensen - Hoe een liefdesrelatie tussen twee mensen eruit zou moeten zien - Dat mensen zich altijd aan hun beloften moeten houden - Hoe we met mensen moeten omgaan die vreselijke dingen doen, zoals moord - Dat je een ruzie altijd alleen met woorden moet uitvechten - Wie de regels in de maatschappij mag bepalen - Wat een democratie eigenlijk is - Dat het belangrijk is om mensen die gestorven zijn te herdenken - Wat de beste manier is om gelukkig te worden in het leven - Wat een godsdienst eigenlijk is - Wanneer je iemand een echte held kunt noemen - Dat mensen van verschillende groepen in de maatschappij respect moeten hebben voor elkaar - Hoe oneerlijk het leven soms is - Of liefde en seks altijd bij elkaar horen - Hoe mensen altijd op zoeken blijven naar een verklaring voor de dingen die ze niet begrijpen <p>Antwoordcategorieën: (1) nooit, (2) zelden, (3) soms, (4) vaak, (5) altijd.</p>
Expressieve reflectie (Cronb. $\alpha = 0,93$) (min.=1; max.=4,76) (M=2,44; sd=0,69)	<p>Geef van elke onderwerp aan hoe vaak u daarover met anderen praat (tijdens of na het televisiekijken):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hoe ouders hun kinderen moeten opvoeden (zie verder de items bij Interne reflectie) <p>Antwoordcategorieën: (1) nooit, (2) zelden, (3) soms, (4) vaak, (5) altijd.</p>
Morele deliberatie (Cronb. $\alpha = 0,88$) (min.=1; max.=5) (M=2,50; sd=0,79)	<ul style="list-style-type: none"> - Als ik tv kijk dan denk ik erover na dat elke beslissing die je neemt heeft gevolgen voor anderen - Als ik tv kijk dan denk ik erover na dat iedereen heeft eigen redenen voor gedrag dat hij of zij laat zien - Ik hou ervan om te bedenken wat de oorzaken zijn van gedrag van iemand op tv - Als ik tv kijk dan denk ik erover na dat elk probleem tussen mensen twee kanten heeft - Oorzaken van gedrag op tv is meestal heel ingewikkeld i.p.v. eenvoudig - Als ik tv kijk dan denk ik erover na dat als iemand iets voor je doet, je iets terug moet doen - Als ik tv kijk, doe ik moeite om gedrag van iemand op tv uit te leggen <p>Antwoordcategorieën: (1) nooit, (2) zelden, (3) soms, (4) vaak, (5) altijd.</p>

TABEL A1: (Vervolg)

Dimensie	Items
Inzicht in menselijk karakter (Cronb. $\alpha = 0,83$) (min.=1; max.=5) (M=2,11; sd=0,62)	<ul style="list-style-type: none"> - Als ik tv kijk verbeeld ik me dat ik er ook in mee doe - Ik zou zo willen zijn als iemand die op tv is - Als iemand op tv verdriet voelt, voel ik dat ook - Wat ze op tv meemaken vind ik akelig voor ze - Op tv is iemand net als ik - Als iemand op tv blij is voel ik dat bijna zelf - Op tv gebeuren dingen die ik ook meemaak - Als ik tv kijken is het alsof het over mij gaat - Ik zou zo willen worden als iemand op tv - Als ze op tv verdriet hebben, zou ik ze wel willen troosten <p>Antwoordcategorieën: (1) nooit, (2) zelden, (3) soms, (4) vaak, (5) altijd.</p>
OVERALL SCORE	
Morele oriëntatie (Cronb. $\alpha = 0,85$) (min.=1; max.=3,88) (M=2,42; sd=0,59)	<ul style="list-style-type: none"> Interne reflectie Expressieve reflectie Morele deliberatie Inzicht in menselijk karakter

TABEL A2: Gebruikte tv-programma's

Typen	Genres	Gebruikte tv-programma's	% kijkers dat min. 1 prog. kijkt
Fictie	Soap + Drama	<i>Goede Tijden Slechte Tijden; Onderweg naar Morgen; Desperate Housewives; Gilmore Girls; O.C.; Neighbors</i>	
	Misdaad + Actie	<i>Baantjer; C.S.I.; Battlestar Gallactica; Taggart</i>	
	Comedy	<i>Friends; Will & Grace; Zonnetje in huis</i>	
	Jeugd	<i>Beugelbekkie; Sponge Bob Square Pants; Totally Spies; Villa Achterwerk; Zoop</i>	
	Films	Films	
Entertainment	Reality	<i>American Next Top Model; Expeditie Robinson; Peking Express; Temptation Island; Smaakpolitie; De Afvallers</i>	
	Kwis / spel	<i>1 tegen 100; Lingo</i>	
	Entertainment shows	<i>Mooi! Weer De Leeuw; Idols</i>	
	Muziek	<i>TMF; MTV; Top of the Pops</i>	
	Satire	<i>Koefnoen; Raymann is laat</i>	
Infotainment	Sport	<i>Studio Sport; Schaatsen; Voetbal;</i>	
	Service	<i>Eigen Huis en Tuin; Gek op Wielen; Kassa; Peter R. De Vries; Looking Good</i>	
	Shownieuws	<i>RTL Boulevard; Show Nieuws</i>	
	Talk show	<i>Dr. Phil; Oprah</i>	
	Docudrama	<i>Na de Diagnose; Rotzooi & Co; Shock Dock</i>	
Informatie	Documentaire	<i>Andere Tijden; Tegenlicht; Zembla</i>	
	Actualiteiten	<i>Buitenhof; Netwerk; Nova</i>	
	Soft nieuws	<i>Editie NL; Hart van Nederland</i>	
	Div. informatief	<i>Discovery Channel</i>	

Toelichting: Bij de indeling is geprobeerd zo veel mogelijk de standaardindelingen in de televisiewetenschappen te volgen (zie ook Krijnen, 2007). Tegelijkertijd is bij de indeling gestreefd naar een evenredige verdeling van genres over typen, en van programma's over genres. Tot de fictieprogramma's worden alle programma's gerekend met een fictieve verhaallijn. Informatieve programma's, waarin informatieoverdracht met een minimum aan 'vermaak' plaatsvindt, vormen het andere uiteinde van de indeling. Daartussenin bevinden zich de typen entertainment (waarin relatief weinig informatie wordt overgedragen, en niet-fictief amusement centraal staat; bv. spel, humor, muziek, dans) en infotainment (informatieoverdracht met een grote nadruk op amusemen).

TABEL A3: *Correlaties tussen belangrijkste variabelen*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Morele verbeelding	1											
2. Int_reflectie	.86	1										
3. Exp_reflectie	.85	.73	1									
4. Mor_deliberatie	.86	.63	.60	1								
5. Inz_mens	.75	.49	.48	.59	1							
6. Opleiding	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	1						
7. Geslacht (vrouw)	.16	.12	.16	n.s.	.18	n.s.	1					
8. Leeftijd	.13	.16	.18	.17	-.12	-.14	n.s.	1				
9. Religie	.11	.16	.15	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	.19	1			
10. Tv_uren	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	.10	n.s.	1		
11. Media_div	.19	.17	.17	.20	n.s.	.26	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	1	
12. Tv_div	.30	.27	.24	.26	.24	n.s.	.17	n.s.	n.s.	.25	.13	1

n.s. = niet significant ($p > .05$)

Noten

1 Dit onderzoek is tot stand gekomen aan de Universiteit van Amsterdam, met dank aan Veldkamp Marktonderzoek BV en ASCoR. Zonder hen zoude uitvoer van de enquête schier onmogelijk zijn geweest. Daarnaast danken wij prof. dr. Klaus Schönbach, die betrokken was bij de ontwikkeling en de uitvoering van de enquête, voor de waardevolle adviezen.

2 Deze twee oriëntaties zijn geformuleerd als aanvulling op Kohlberg's (1984) formulering van morele argumentatie die het meest lijkt op 'ethiek van de rechtvaardigheid'.

3 We zijn ons ervan bewust dat een internetpanel mogelijk een wat selectieve groep betreft. Dit is een reden te meer om rekening te houden met het mediarepertoire van respondenten.

4 De morele thema's 'omgangsvormen' en 'politiek' beslaan twee items omdat deze thema's zowel in de inhoudsanalyse als in de diepte-interviews expliciet op twee manieren geformuleerd werden. De twee items per thema beslaan deze twee formuleringen.

5 De onderzoekers zijn zich bewust van het feit dat het aantal programma's (61) onvoldoende groot is om valide uitspraken over televisiediversiteit te doen. Het aantal is beperkt gebleven omdat het een exploratieve studie betreft, en om de geënquêteerden niet te zwaar te belasten.

6 Bij deze indeling is enerzijds theoretisch beargumenteerd dat de oudste groep nog opgroeide voor de televisie gemeengoed werd in Nederlandse gezinnen (voor 1965, zie ook Knulst & Kraaykamp, 1996) en dat de groep ouder dan 35 opgroeide in een periode zonder commerciële televisie. Meer pragmatisch bleek er nauwelijks verschil te zijn tussen de 50-64-jarigen en de 65-plussers.