



UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM

Literatuurpaper

Voorlichting in televisieprogramma's/series: dé toekomst voor de voorlichtingswereld?

*Wat zijn de effecten van educatieve voorlichting over
condoomgebruik onder jongeren tussen de 12 en 20 jaar in
televisieseries/programma's?*

Datum: 09-01-'09

E-health culture and education-entertainment

Wordcount: 2.993 (excl.referenties)

Inleiding

De kans is groot dat wanneer je de televisie aanzet, je een televisieprogramma tegenkomt waarin seks en relaties de boventoon voeren. *Goede Tijden, Slechte Tijden, Gooische Vrouwen, Rozengeur & Wodka Lime*, dit zijn voorbeelden van televisieseries waarin het allemaal draait om de intriges rond de relaties van de personages. Ook in jongeren programma's zoals *Costa* en *Spangen* draait het vaak om dit soort kwesties.

Wat de meeste mensen misschien niet weten is dat televisieprogramma's, zoals *Costa*, naast hun entertainende functie ook ingezet worden om de kijkers voor te lichten. In *Costa* gaat het bijvoorbeeld om het stimuleren van het gebruik van condooms onder jongeren. *Costa* heeft hiermee zowel een entertainende als een educatieve functie (Bouman, 2004).

Heeft dit soort voorlichting in televisieprogramma's eigenlijk wel zijn bedoelde effecten? Televisie wordt vaak neergezet als een machtig massamedium dat een negatieve invloed heeft op de seksuele houding en het gedrag van jongeren (Collins, Elliot, Berry, Kanouse & Hunter, 2003). Echter, is deze invloed altijd negatief? Uit een onderzoek onder 1.400 jongeren tussen de 12 en 17 jaar blijkt dat de invloed van televisie groter wordt als de jongeren hun puberteit bereiken en blijft daarna aanhouden naarmate zij ouder worden (Tv vormt beeld dat jongeren hebben van seks en relaties, z.d.). Hieruit kan gesteld worden dat voor jongeren die in de puberteit zitten het erg belangrijk is dat zij op de juiste manier via televisieprogramma's worden voorgelicht over seks.

Aangezien de kennis onder jongeren over het belang van condoomgebruik niet altijd aanwezig is, is het belangrijk dat deze jongeren dit geleerd wordt. Zo weten veel jongeren niet dat zij wanneer zij geen condooms gebruiken, het risico lopen om een geslachtsziekte te krijgen of zelfs HIV/AIDS.

De vraag die in dit literatuuronderzoek centraal gesteld wordt, is wat de effecten zijn van educatieve voorlichting over condoomgebruik, HIV/AIDS en SOA's onder jongeren in televisieseries/programma's. Indien er meer inzicht verworven wordt in dit soort vragen, zal er beter geanticipeerd kunnen worden op (gezondheids)problemen die zich voordoen onder jongeren. Op deze manier weten gezondheidsvoorlichters beter hoe zij de jongeren zo effectief mogelijk kunnen leren over het gezondheidsprobleem en welke benadering van jongeren via een televisieprogramma wel en/of niet effectief is. Geslachtsziektes zijn daarnaast nog altijd een probleem, vaak door gebrek aan kennis over de gevolgen van onbeschermd seks. Hiernaast is

ook ongewenste zwangerschap een voorkomend probleem. Daarnaast is het financieel ook gunstig wanneer gezondheidsvoorlichters weten hoe zij het best educatie over gezondheidsproblemen kunnen integreren in televisieprogramma's. Op deze manier gaat het er geen budget verloren aan educatie dat niet zijn bedoelde werking heeft.

Daarnaast is dit onderzoek ook belangrijk om *Entertainment-Education* onderzoekers meer inzicht te geven in het begrip hoe *Entertainment-Education* werkt en in het bijzonder wat het effect ervan is op jongeren.

De probleemstelling die in dit onderzoek centraal staat, is:

Wat zijn de effecten van educatieve voorlichting over condoomgebruik, HIV/AIDS en SOA's onder jongeren van 12 tot 20 jaar in televisieseries/programma's?

Theoretisch kader

Allereerst zal een theoretische fundering worden gegeven als het gaat om *Entertainment-Education (E-E)*.

Entertainment-Education strategie

Entertainment-Education (E-E) kan volgens Bouman (1999) als volgt gedefinieerd worden: 'het proces van het doelbewust ontwerpen en implementeren van een mediërende communicatievorm die zowel in staat is om mensen te amuseren als voor te lichten, om daarmee verschillende stadia van prosociale (gedrags)verandering te bevorderen en mogelijk te maken' (Bouman, 1999, p. 25). Het doelbewust ontwerpen wijst er volgens Bouman (1999) op dat een voorlichtingsboodschap bewust in een entertainment context is verwerkt en waarbij vooraf goed is nagedacht op basis van theorieën en onderzoek over het ontwerpen en implementatie van de boodschap. Singhal en Rogers (2002) geven aan wat volgens hen het doel is van *E-E*. Dit is het verspreiden van ideeën om gedragsverandering en sociale veranderingen te veroorzaken (Singhal & Rogers, 2002).

Bouman (1999) stelt dat wanneer kijkers van een televisieserie een interpersoonlijke relatie opbouwen met personages van een televisieserie dit een *parasocial interaction* wordt genoemd. Er ontstaat in dit geval een gevoel van vriendschap en gevoel bij de kijker dat hij/zij de televisiepersoonlijkheid in eigen persoon kent. Door de emotionele band die ontstaat tussen kijker en personage wordt de attitudeverandering bevorderd. Indien mensen het gevoel hebben iemand

persoonlijk te kennen, zullen ze informatie mogelijk sneller van deze personages aannemen dan van iemand met wie de kijkers geen band hebben.

Hierop aanvullend stellen Niederdeppe, Bu, Borah, Kinding en Robert (2008) het volgende over voorlichting in een verhaallijn. Volgens Niederdeppe et al.(2008) gebruiken mensen verhalen om informatie uit te wisselen en over te brengen, gericht op het geven van kennis, ideeën en om gedrag te beïnvloeden. Verhalen zijn overtuigender wanneer er personages en situaties in voor komen die geloofwaardig zijn en waarmee mensen zich kunnen identificeren. Wanneer mensen zichzelf als gelijke zien of meevoelen met het personage zullen zij zich mogelijk meer identificeren met het personage (Niederdeppe et al., 2008).

Daarnaast maakt de *E-E* strategie gebruik van een combinatie van centrale en perifere verwerking uit het *Elaboration Likelihood Model* (Bouman, 1999). Het zet emotionele *appeals* (perifere route) in om aandacht van de kijker te winnen (bijv. door humor) en om het publiek meer betrokken te krijgen bij de kwestie. Ook worden deze *appeals* ingezet om de waarschijnlijkheid te vergroten van de uitwerking van de prosociale boodschap (Bouman, 1999). Deze prosociale boodschap is hetgeen dat de voorlichter aan de kijker wil overbrengen, bijvoorbeeld het belang van het gebruiken van condooms. Door middel van argumenten zal de ontvanger uiteindelijk overgehaald worden (centrale route) (Bouman, 1999).

Het bovenstaande komt ook terug in televisieseries/programma's. Duidelijk is hoe door middel van de *E-E* strategie gepoogd wordt de kijker voor te lichten over bepaalde kwesties om daarmee een gedragsverandering of attitudeverandering ten opzichte van de kwestie te veroorzaken. Welke effecten heeft deze *E-E* strategie onder jongeren tussen de 12 en 20 jaar in televisieseries/programma's? Levert de *E-E* strategie daadwerkelijk een gedragsverandering op en welke effecten heeft de *E-E* strategie in deze context nog meer?

Nu zal kort besproken worden hoe het onderzoeksmateriaal is verzameld.

Methode

Om te beschikken over benodigde en relevante literatuur is gebruik gemaakt van verschillende databases. Er is gezocht in de databases van Communicatiewetenschap (Picarta, Scopus, Pubmed, PsycInfo en Web of Science). De steekwoorden die zijn gebruikt zijn: *effects entertainment*

education campaign condom use/preventive HIV/AIDS, STD, condom-use behaviors youth en condom-use behaviors education entertainment campaign.

De artikelen heb ik onder andere geselecteerd op jaartal. Vanuit de artikelen heb ik een selectie gemaakt van artikelen vanaf 1998. Oudere artikelen leken mij minder relevant, gezien de veroudering ervan.

Daarnaast heb ik geselecteerd op of het ging om een onderzoeksartikel gepubliceerd in een goed wetenschappelijk tijdschrift (o.a. impact factor) en of dit onderzoek methodologisch van goede kwaliteit was. De artikelen die vervolgens afvielen waren of niet relevant genoeg betreft het onderwerp of waren te algemeen betreft E-E campagne. In de bijlage is een overzicht van de gebruikte artikelen te vinden waarin overzichtelijk is verwerkt wat de doelen, methodes, resultaten en conclusies van de onderzoeken zijn.

Resultaten

In dit onderdeel zullen de belangrijkste resultaten besproken worden betreft de effecten van educatieve voorlichting over condoomgebruik onder jongeren in televisieprogramma's. De resultaten zijn opgedeeld in een aantal effecten: *verhoging van kennis/bewustzijn, toename van interpersoonlijke communicatie, intentie tot condoomgebruik en gedragsverandering condoomgebruik.*

Verhoging kennis/bewustzijn

Een aantal onderzoeken ondersteunt het resultaat dat door middel van *E-E* in televisieseries/programma's de kennis over condoomgebruik en daarnaast ook kennis over HIV/AIDS verhoogt. Zo blijkt dat entertainment televisie kan dienen als een gezondheid- en seksvoorlichter om kennis te verhogen (Collins, Elliot, Berry, Kanouse & Hunter, 2003; Do & Kincaid, 2006; Glik, Nowak, Valente & Martin, 2002; Sood, Shefner-Rogers & Sengupta, 2006).

Uit het onderzoek van Collins, Elliot, Berry, Kanouse en Hunter (2003) bleek echter dat alleen jongeren die met een volwassene hadden gesproken over condoomgebruik aangaven dat zij van de aflevering hadden geleerd. Uit dit onderzoek kan gesteld worden dat kennis wordt verhoogd door *E-E* in televisieseries indien jongeren met een volwassen persoon over condoomgebruik hadden gesproken (Collins et al., 2006).

Volgens Sood, Shefner-Rogers en Sengupta (2006) blijkt dat jonge ongetrouwde vrouwen (15 tot 19 jaar), zonder opleiding of betaalde baan en daarnaast op het platteland woonden, het

minst bewust waren van SOA's, HIV/AIDS en condooms. Daarnaast hadden zij de minste kennis over de manier waarop besmetting met HIV/AIDS plaatsvindt (Sood et al., 2006). Deze resultaten zijn mogelijk minder representatief voor westerse (vrouwelijke) jongeren omdat de meeste westerse jongeren een opleiding hebben en geen lage socio-economische status hebben in vergelijking met jongeren in India. Ook wonen de meeste westerse jongeren in verstedelijkt gebied waardoor zij minder afgesloten zijn van de buitenwereld dan de jongeren die op het platteland wonen in India. Jongeren in westerse landen zullen mogelijk bewuster zijn van SOA's, HIV/AIDS en condooms.

Het ontwikkelen en opvoeren van theater biedt een goed potentieel om kennis over HIV/AIDS van jongeren te beïnvloeden (Glik, Nowak, Valente en Martin, 2002). Een mogelijk nadeel van het onderzoek voor het onderwerp van dit onderzoek is dat het om theater als drager van *E-E* gaat. Mogelijk zijn de effecten van dit genre minder goed te vergelijken, echter ondersteunt het wel de bovenstaande resultaten. Bij theater wordt, net als op televisie en andere media, het publiek meer betrokken bij de kwestie. In dit opzicht is theater als *E-E* drager een goede methode om jonge mensen voorlichting te geven.

Uit de resultaten van deze onderzoeken blijkt dat *E-E*, ongeacht of het in een televisieserie is geïntegreerd, een positieve invloed heeft op de kennis van jongeren. Jongeren raken mogelijk door een verhaallijn en actieve participatie meer betrokken bij de kwestie, hebben aandacht voor de informatie en nemen de informatie aan. Interpersoonlijke communicatie kan de verhoging van kennis mogelijk vergroten. Op interpersoonlijke communicatie als effect van *E-E* zal nu verder worden ingegaan.

Toename van interpersoonlijke communicatie

Ook blijkt het bespreken van het onderwerp met anderen een effect te zijn van het zien van een *E-E* serie/programma. Ten eerste geven Collins, Elliot, Berry, Kanouse en Hunter (2003) aan dat veel jongeren met hun ouders over condoomgebruik hadden gesproken na het zien van de aflevering. Een verklarende factor voor dit effect is al eerder genoemd. De hoge betrokkenheid van jongeren bij de serie zal dit hebben kunnen versterkt.

Ten tweede blijkt uit het onderzoek van Sood, Shefner-Rogers en Sengupta (2006) dat jongeren die ongetrouwd waren, jonger dan 20 jaar, onopgeleid en met een lage socio-

economische status HIV/AIDS, SOA's en condoomgebruik minder waarschijnlijk bespraken met anderen in tegenstelling tot getrouwde respondenten ouder dan 20 jaar met een opleiding en een hoge socio-economische status. Ook hier kan de lage socio-economische status en het gebrek aan opleiding van de jongeren een verklaring zijn voor dit resultaat.. De resultaten voor westerse jongeren zullen denkbaar meer overeen komen met de respondenten die wel een opleiding hadden en een hoge socio-economische status. Zij bespraken het onderwerp namelijk wel met anderen (Sood et al., 2006).

Wanneer jongeren een televisieserie veel bekijken en het bespreken met anderen, zal dit betekenen dat zij hier mee bezig zijn en zullen zij meer betrokken zijn/raken bij de kwestie. De betrokkenheid met de televisieserie kan, zoals Collins et al. (2003) aangeven, mogelijk een verklarende factor zijn voor de effecten van de aflevering. Het kan een reden zijn geweest waarom jongeren met volwassenen over het onderwerp hebben gesproken. Het hoeft hierdoor dus geen direct gevolg te zijn van de condoomvoorlichting in de aflevering, wat betekent dat *E-E* geen effect hoeft te hebben op het wel of niet praten met een volwassene.

Uit het volgende onderzoek blijkt dat communicatie met anderen veel invloed heeft op het gedrag van jongeren. Miller, Levin, Whitaker en Xu (1998) hebben een onderzoek gedaan naar interpersoonlijke communicatie tussen familieleden en jongeren over condooms. Uit dit onderzoek blijkt dat het bespreken van condoomgebruik en dergelijke belangrijk is bij het promoten van condoomgebruik onder adolescenten (Miller et al., 1998). Dit onderzoek kan als ondersteuning dienen voor het resultaat dat interpersoonlijke communicatie belangrijk is voor het overbrengen van voorlichting op jongeren.

Uit bovenstaande onderzoeken kan geconcludeerd worden dat interpersoonlijke communicatie toeneemt wanneer jongeren blootgesteld worden aan *E-E* in een televisieserie/programma. Door het praten met anderen kan de betrokkenheid met de kwestie vergroot worden, wat een positieve bijdrage zal hebben aan prosociale gedragsverandering (Bouman, 1999).

Intentie tot condoomgebruik

Uit het onderzoek van Farr, Witte, Jarato en Menard (2005) blijkt dat de meeste respondenten (92,8%) na het horen van de soap opera *Journey of Life* de intentie hadden om condooms te gaan gebruiken. Uit dit onderzoek bleek dat er geen identificatie met de personages in de soap opera

nodig was om een intentie te hebben voor gedragsverandering (Farr et al., 2005). Dit spreekt wat er in theorie over wordt gesteld tegen.

Een mogelijk verklaring voor het resultaat dat men zich niet hoefden te identificeren met personages om vervolgens een verhoogde gedragsintentie te hebben, kan de nieuwheid van de soap opera zijn. De soap opera bleek een debutant in 'soap opera land'. Dit kan er toe hebben geleid dat men het programma erg leuk vond en dat dit daardoor een sterke voorspeller was van gedragsverandering zonder dat men zich hoefden te identificeren met de personages.

Een andere verklaring zou het genre kunnen zijn. Er is sprake van een radio soap opera, een genre waarin de geluiden tot de verbeelding moeten spreken. In dit geval kan identificatie met personages worden bemoeilijkt.

Een belangrijk kritiek op dit onderzoek is dat er enkel onderzoek is gedaan naar de korte termijn effecten van *E-E* en niet naar de lange termijn effecten. De lange termijn effecten zullen uiteindelijk het belangrijkste zijn als het gaat om het gebruiken van condooms.

Uit onderzoek blijkt dat *E-E* in een radio soap opera op korte termijn de intentie tot het gebruiken van condooms als effect heeft. Identificatie met personages bleek hierbij niet relevant, wat de theorie tegensprekt. Gezien er alleen onderzoek is gedaan naar korte termijn effecten, zal prosociale gedragsverandering op lange termijn wellicht niet plaatsvinden.

Gedragsverandering condoomgebruik

De resultaten betreft gedragsverandering lijken elkaar tegen te spreken. Uit het onderzoek van Shapiro, Meekers en Tambashe (2003) blijkt dat *E-E* invloed heeft op het condoomgebruik. Uit het onderzoek van Sood, Shefner-Rogers en Sengupta (2006) blijkt echter dat *E-E* geen effect heeft op daadwerkelijk condoomgebruik.

Het onderzoek van Shapiro et al. (2003) is verricht onder 15-49 jarigen, maar er zal een verschil kunnen bestaan tussen de leeftijdsgroepen. Dit is niet te controleren aangezien leeftijd niet als controlevariabele is opgenomen.

Dat het condoomgebruik in het onderzoek van Sood et al. (2006) niet is toegenomen, terwijl andere effecten als kennis verhoging en dergelijke wel toenamen, is mogelijk te verklaren door de onderzoeksmethode en het langdurige proces voorafgaand aan een gedragsverandering. De respondenten zijn op drie momenten geïnterviewd. De tussenpozen van deze interviews waren

niet lang en kan mogelijk een verklaring zijn voor het niet toenemende condoomgebruik, omdat aan gedragsverandering een proces vooraf gaat wat vaak tijd nodig heeft (Maibach & Cotton, 1995). Mogelijk is er niet genoeg tijd geweest voor de respondenten om hun gedrag daadwerkelijk te veranderen en daarnaast was er voor de onderzoekers mogelijk ook niet genoeg tijd om daadwerkelijke gedragsverandering te observeren als een gevolg van blootstelling aan de *E-E* campagne (Sood et al., 2006).

Of *E-E* daadwerkelijk condoomgebruik veroorzaakt blijkt niet duidelijk uit de onderzoeken. Een mogelijke verklaring voor het niet goed observeren van gedragsverandering is het tijdrovende proces dat gedragsverandering vergt en daarnaast is het lastig daadwerkelijke gedragsverandering te meten.

Conclusie

Wat zijn de effecten van educatieve voorlichting over condoomgebruik, HIV/AIDS en SOA's onder jongeren van 12 tot 20 jaar in televisieseries/programma's?

De resultaten sluiten grotendeels aan bij wat de *E-E* strategie erover stelt. Educatieve voorlichting over condoomgebruik, HIV/AIDS en SOA's hebben, blijktens dit onderzoek, verhoging van kennis/bewustzijn, toename van interpersoonlijke communicatie, intentie tot condoomgebruik en gedragsverandering ten opzichte van condoomgebruik als effecten onder jongeren.

Zo blijkt dat educatieve voorlichting in televisieseries/programma's de kennis en het bewustzijn van jongeren te verhogen betreft condoomgebruik, HIV/AIDS en SOA's. Door een verhaallijn raken zij meer betrokken en krijgen zij meer aandacht voor de informatie.

Daarnaast blijkt ook dat communicatie met anderen toeneemt wanneer jongeren blootgesteld worden aan educatieve voorlichting in een televisieserie/programma. Hiermee wordt betrokkenheid vergroot wat een positieve invloed heeft op prosociale gedragsverandering (Bouman, 1999). Dit effect kan als een aanvulling worden gezien op de te verwachten effecten van de *E-E* strategie.

Op korte termijn blijkt educatie in televisieseries/programma's een positieve invloed te hebben op de intentie van jongeren tot het gebruiken van condooms. Opvallend was dat identificatie met personages hierbij niet relevant bleek. Het effect van educatie in televisieseries/programma's op lange termijn wordt niet duidelijk.

Of de educatie in televisieseries/programma's meer condoomgebruik als effect heeft, blijkt niet duidelijk uit de onderzoeken. Gedragsverandering is niet makkelijk te observeren, omdat hier een lang proces van gedragsverandering aan vooraf gaat.

Samenvattend kan gesteld worden dat educatie over condoomgebruik, HIV/AIDS en SOA's in televisieseries/soaps de effecten heeft op jongeren die ook volgens Bouman (1999) belangrijk zijn. De toename van interpersoonlijke communicatie is hierop een aanvulling.

Discussie

In dit onderzoek, waarin de effecten van educatie in televisieseries/programma's over condoomgebruik, HIV/AIDS en SOA's in televisieseries/programma's onder jongeren zijn besproken, geeft een inzicht in de mogelijke effecten ervan. Voorlichters hebben nu een overzicht van welke effecten *E-E* op jongeren kan hebben. Het kan jongeren dus helpen met het verhogen van kennis en dergelijke, iets wat voor voorlichters een mooi gegeven is.

Er zitten wel beperkingen aan dit onderzoek. Ten eerste is er gebruik gemaakt van een beperkt aantal artikelen. Er zullen mogelijk meer effecten naar voren komen indien er een uitgebreider corpus aan artikelen zou zijn verwerkt. Daarnaast sloten niet alle artikelen qua inhoud, doelen en methode op elkaar aan. Bepaalde effecten zijn uitgesloten, omdat een onderzoek bijvoorbeeld alleen de intentie tot een gedrag heeft gemeten.

Ook waren niet alle onderzoeken puur gericht op het evalueren van *E-E* campagnes. Dit kan een reden zijn dat bepaalde effecten misschien niet goed naar voren zijn gekomen die mogelijk wel aanwezig zijn. Dit is te wijten aan de aard van de onderzoeken.

Het is ook niet met zekerheid te stellen dat alle onderzoeksresultaten te generaliseren zijn naar jongeren. Een groot deel van de onderzoeken is gedaan onder verschillende leeftijdscategorieën en in landen met verschillende culturen. De resultaten zullen mogelijk niet allemaal representatief zijn voor jongeren in westerse landen.

Een ander belangrijk punt van kritiek is of er in alle onderzoeken wel sprake is van causaliteit. Het is niet met honderd procent zekerheid te zeggen dat de effecten daadwerkelijk door de educatie in de televisieseries/programma's zijn veroorzaakt. Dit fenomeen blijft lastig te onderzoeken en te bewijzen, maar vanuit de theorie gezien zijn de effecten mogelijke gevolgen van *E-E*. Daarnaast worden de effecten op lange termijn niet duidelijk, iets wat voor het meten van gedragsverandering van belang is.

In de toekomst zal met bovenstaande punten meer rekening moeten worden gehouden. Op dit moment biedt dit onderzoek aan onderzoekers en voorlichters een duidelijk overzicht van effecten van educatie over condoomgebruik, HIV/AIDS en SOA's onder jongeren van 12 tot 20 jaar in televisieseries/programma'.

Literatuur

Adih, W.K., & Alexander, C.S. (1999). Determinant of condom use to prevent HIV infection among youth in Ghana. *Journal of adolescent health, 24*(1), 63-72.

Bouman, M.P.A. (1999). E&E Television in Practice and Research chapter 5 in: *The Turtle and the Peacock; Collaboration for prosocial change: the entertainment-education strategy on television.* pp. 79- 111. Published Thesis, University of Wageningen.

Bouman, M.P.A. (2004). Entertainment-Education television drama in the Netherlands, chapter 12 in A. Singhal, M.J. Codu, E.M. Rogers & M. Sabibo (eds) *Entertainment-Education and social change*, LEA, Mahwah, New Jersey.

Farr, C.A., Witte, K., Jarato, K., & Menard, T. (2005). The effectiveness of media use in health education: Evaluation of an HIV/AIDS television campaign in Ethiopia. *Journal of Health Communication, 10*(3), 225-235.

Collins, R.L., Elliot, M.N., Berry, S.H., Kanouse, D.E., & Hunter, S.B. (2003). Entertainment Television as a Healthy Sex Educator: The Impact of Condom-Efficacy Information in an Episode of Friends. *Pediatrics, 112*(5), 1115-1121.

Do, M.P., & Kincaid, L. (2006). Impact of an entertainment-education television drama on health knowledge and behaviour in Bangladesh: an application of propensity score matching. *Journal of Health Communication, 11*(3), 301-325.

Glik, D., Nowak, G., Valente, T., & Martin, K.S.C. (2002). Youth performing arts entertainment-education for HIV/AIDS prevention and health promotion: practice and research. *Journal of Health Communication, 7*(1), 39-57.

Maibach, E. W., & Cotton, D. (1995). Moving people to behavior change: A staged social cognitive approach to message design. In E.W. Maibach & R.L. Parrott (Eds.), *Designing health messages: Approaches from communication theory and public health practice* (pp. 41-64). Thousand Oaks, CA: Sage.

Miller, K.S., Levin, M.L., Whitaker, D.J., & Xu, X.(1998). Patterns of condom use among adolescents: The impact of mother-adolescent communication. *American Journal of Public Health, 88*(10), 1542-1544.

Niederdeppe, J., Bu, Q.L., Borah, P., Kindig, D.A., & Robert, S.A. (2008). Message design strategies to raise public awareness of social determinants of health and population health disparities. *The Milbank Quarterly, 86* (3), 481-513.

Shapiro, D., Meekers, D., & Tambashe, B. (2003). Exposure to the 'SIDA dans la Cité' AIDS prevention television series in Cote d'Ivoire, sexual behavior and condom use. *AIDS CARE*, 15(3), 303-314.

Singhal, A., & Rogers, E.M. (2002). A Theoretical Agenda for Entertainment-Education. *Communication Theory*, 12 (2), 117-135.

Sood, S., Shefner-Rogers, C.L., & Sengupta, M. (2006). The impact of a mass media campaign on HIV/AIDS knowledge and behavior change in North India: Results from a longitudinal study. *Asian Journal of Communication*, 16(3), 231-250.

Tv vormt beeld dat jongeren hebben van seks en relaties (z.d.). Opgehaald 18 december, 2008, van http://www.kuleuven.ac.be/ck/2006_07/01/ck18-01-tv.php

Bijlage

Tabel 1: Overzicht van doelen, methoden, resultaten en conclusies van onderzoeken

	<i>Doel</i>	<i>Methode</i>	<i>Resultaat</i>	<i>Conclusie</i>
<i>Onderzoek 1</i>	Impact van voorlichting over condoomgebruik in een inlevering <i>Friends</i> onderzoeken	In V.S. 506 pp 12-17 jaar Telefonische survey, kort na de aflevering	Jongeren die met een volwassene over condoomgebruik had gesproken had ervan geleerd (kennis)	Positieve invloed van televisieserie in combinatie met volwassenen
<i>Onderzoek 2</i>	De relatie tussen het kijken van tv-serie en seksueel risico gedrag en condoomgebruik	In Afrika 2150 pp 15-49 jaar cross-sectionele survey, vragenlijst	Vrouwen die tien keer of vaker de serie hadden gezien hadden 1.4 maal waarschijnlijker een condoom gebruikt bij de laatste keer seks dan personen die de serie niet hadden gezien. Mannen die de tien keer of vaker afleveringen hadden gezien hadden 2.7 maal waarschijnlijker een condoom gebruikt.	Televisie soap opera's over AIDS kunnen een belangrijk middel zijn om condoom gebruik te promoten.
<i>Onderzoek 3</i>	Het evalueren van de impact van een radio soap drama, <i>Journey of Life</i> , op de seksuele gedragingen, overtuigingen, familieplanning, preventie van HIV en percepties van verschillende diensten en barrières to reproductive gezondheid op respondenten.	In Ethiopië 100 at random pp. 18 tot 30 jaar oud Interviews round-robin manier begin vanaf 25 november 2001 en eindigend op 9 juni 2002	- Vinden de soap opera erg leuk - Geen identificatie met karakters nodig om intentie te hebben voor gedragsverandering. - Intentie tot gedragsverandering (92,8%) -Het leuk vinden van de soap opera bleek een sterke voorspeller van gedragsverandering	De soap opera had een positieve invloed op de intentie om gezond gedrag te gaan vertonen om hun gezondheid te beschermen.
<i>Onderzoek 4</i>	Het evalueren van de impact van massa media E-E campagne (tv en radio) over HIV/AIDS in drie (low-HIV-prevalence) Noord Indiase staten, New Delhi, Rajasthan en Uttar Pradesh op bewustzijn, kennis, misvattingen, interpersoonlijke communicatie over HIV/AIDS, SOA's en condooms en condoomgebruik.	3 Noord-Indiase staten 4,731 in de eerste interviews 4,427 in de tweede interviews 4,286 in de derde interviews Getrouwde vrouwen van 15 tot 49 jaar Getrouwde mannen van 20-60 jaar Ongetrouwde vrouwen van 15 tot 24 jaar Ongetrouwde mannen van 15 tot 29 jaar Persoonlijke interviews op 3 momenten 1 ^{ste} : november 2001	Individen die blootgesteld waren aan de campagne: - Waarschijnlijker bewust van SOA's, HIV/AIDS en condooms - meer kennis over HIV besmetting - minder misvattingen over HIV besmetting - meer interpersoonlijke communicatie over HIV/AIDS, SOA's en condooms - gelimiteerde impact op condoomgebruik	De massamedia E-E campagne had impact op bewustzijn, kennis, misvattingen, interpersoonlijke communicatie, maar niet significant op condoomgebruik.

		2 ^{de} : oktober 2002 3 ^{de} : juli 2003		
<i>Onderzoek 5</i>	Hoe de E-E strategie gebruikt wordt om jongere mensen educatie te geven over HIV/AIDS en andere SOA's en daarnaast ook andere gezondheidszaken in de V.S. (in theater)	In V.S. Kwalitatief & kwantitatief Telefonische survey: 74 volwassenen en 196 tieners Duur interview: 1 uur 34 diepte interviews: 21 met volwassenen en 13 met jongeren	Theater E-E blijkt effectief om kennis over HIV/AIDS, overtuigingen en gedrag te beïnvloeden.	Deze E-E benadering is volgens Glik et al. (2002) een goed alternatief voor het ontvangen van boodschappen door middel van E-E in onpersoonlijke en vaak afleidende massamedia.
<i>Onderzoek 6</i>	Het doel van dit artikel is om aan te tonen hoe een relatief nieuwe statistische techniek, tendensscore aanpassing samen met structurele vergelijking modellering, kan worden gebruikt om een onbevooroordeeld kader te verkrijgen van veranderingen in gezondheidsresultaten die aan blootstelling van een tv-drama zijn toe te schrijven.	In Bangladesh 4,492 pp. Cross-sectionele survey (after only) Zowel jongeren als ouderen.	Hoe meer afleveringen er werden gekeken hoe meer kennis er was over HIV/AIDS. Blootstelling aan de tv-drama was statistisch geassocieerd met kennis van HIV/AIDS. Huidig gebruik van een modern familieplanning methode is significant hoger in de blootgestelde groep dan de niet blootgestelde (vergelijkings) groep.	De evaluatie van het tv-drama heeft laten zien dat blootstelling aan dit E-E programma positief geassocieerd is met HIV/AIDS- en gezondheidskennis, en twee gezondheidsgerelateerde gedragingen.
<i>Onderzoek 7</i>	Het doel van dit onderzoek is om psychologische en gedragsfactoren te identificeren die het condoomgebruik beïnvloeden om het risico om HIV op te lopen te verlagen onder jonge mannen in Ghana.	In Ghana Cross-sectioneel design 601 pp. jonge mannen van 15-25 Verzameld door een huishoud survey instrument. Het conceptuele kader heeft constructen uit het HBM en SLT gebruikt in de Ghanese context.	Waargenomen gevoeligheid/kwetsbaarheid voor HIV besmetting, waargenomen zelfeffectiviteit om condooms te gebruiken, waargenomen barrières om condooms te gebruiken en waargenomen sociale aanmoediging zijn significante voorspellers voor condoomgebruik. Participanten die een hoog niveau van kwetsbaarheid voor HIV besmetting hebben en een lage niveau van barrières voor condoomgebruik gebruikten zes keer waarschijnlijker een condoom bij de laatste keer seks, in vergelijking met anderen.	Preventie programma's voor jongeren moeten de nadruk leggen op persoonlijke kwetsbaarheid om HIV op te lopen en het geloof in zich zelf dat zij condooms altijd kunnen gebruiken en hoe zij de barrières uit de weg kunnen gaan.

<i>Onderzoek 8</i>	De associatie tussen de timing van het bespreken van condooms tussen moeder en adolescent en het condoomgebruik van de adolescent tijdens hun eerste en verdere seksuele handelingen is onderzocht.	In New York, Alabama en Puerto Rico Cross-sectionele survey 372 pp. 14-17 jarigen en moeders	Besprekingen tussen adolescent en moeder die vooral plaatsvinden wanneer adolescenten voor het eerst seks hebben, hebben sterk te maken met meer condoomgebruik bij seks.	Besprekingen over condooms die hoofdzakelijke voor de eerste keer seks plaatsvinden zijn belangrijk bij het promoten van condoomgebruik onder adolescenten.
--------------------	---	---	---	---

Onderzoek 1

Collins, R.L., Elliot, M.N., Berry, S.H., Kanouse, D.E., & Hunter, S.B. (2003). Entertainment Television as a Healthy Sex Educator: The Impact of Condom-Efficacy Information in an Episode of Friends. *Pediatrics*, 112(5), 1115-1121.

Onderzoek 2

Shapiro, D., Meekers, D., & Tambashe, B. (2003). Exposure to the 'SIDA dans la Cité' AIDS prevention television series in Cote d'Ivoire, sexual behavior and condom use. *AIDS CARE*, 15(3), 303-314.

Onderzoek 3

Farr, C.A., Witte, K., Jarato, K., & Menard, T. (2005). The effectiveness of media use in health education: Evaluation of an HIV/AIDS television campaign in Ethiopia. *Journal of Health Communication*, 10(3), 225-235.

Onderzoek 4

Sood, S., Shefner-Rogers, C.L., & Sengupta, M. (2006). The impact of a mass media campaign on HIV/AIDS knowledge and behavior change in North India: Results from a longitudinal study. *Asian Journal of Communication*, 16(3), 231-250.

Onderzoek 5

Glik, D., Nowak, G., Valente, T., & Martin, K.S.C. (2002). Youth performing arts entertainment-education for HIV/AIDS prevention and health promotion: practice and research. *Journal of Health Communication*, 7(1), 39-57.

Onderzoek 6

Do, M.P., & Kincaid, L. (2006). Impact of an entertainment-education television drama on health knowledge and behaviour in Bangladesh: an application of propensity score matching. *Journal of Health Communication*, 11(3), 301-325.

Onderzoek 7

Adih, W.K., & Alexander, C.S. (1999). Determinant of condom use to prevent HIV infection among youth in Ghana. *Journal of adolescent health*, 24(1), 63-72.

Onderzoek 8

Miller, K.S., Levin, M.L., Whitaker, D.J., & Xu, X. (1998). Patterns of condom use among adolescents: The impact of mother-adolescent communication. *American Journal of Public Health*, 88(10), 1542-1544.