

1. Referentie

Referentie	Devos, S., de Lenne, O., Eggermont, S., & Vandenbosch, L. (2021). I wish that I could be like the cool kids: The role of the malleability narrative in entertainment television and magazines on adolescents' popularity beliefs. <i>Poetics</i> , 101612.
Taal	Engels
ISBN - DOI	https://doi.org/10.1016/j.poetic.2021.101612
Publicatievorm	Tijdschriftartikel (online)

2. Abstract

Deze studie trachtte na te gaan hoe mediavoorstellingen van populariteit gerelateerd zijn aan het welzijn van adolescenten. We stelden de hypothese dat de blootstelling aan boodschappen over maakbaarheid in amusementstelevsie en -tijdschriften verband hield met een sterker geloof in de maakbaarheid van populariteit, wat op zijn beurt zou leiden tot een dualiteit in het welzijn van adolescenten. Aan de ene kant zouden dergelijke opvattingen over maakbaarheid gunstig kunnen zijn voor het zelfvertrouwen van adolescenten. Aan de andere kant ervaren adolescenten vermoedelijk een verhoogde druk om populair te zijn. De resultaten van een survey-onderzoek bij 881 adolescenten ($M_{leeftijd} = 17,08$) toonden aan dat adolescenten die vaak worden blootgesteld aan boodschappen over maakbaarheid, meer vertrouwen hebben in de maakbaarheid van hun eigen populariteitsstatus, wat op zijn beurt in verband staat met meer zelfwaardering, maar ook populariteitsdruk. Booschappen over maakbaarheid kunnen adolescenten dus zelfvertrouwen geven, maar tegelijkertijd gevoelens van druk opwekken omdat ze populair kunnen, en dus moeten, worden.

3. Trefwoorden

Thema('s)	Media / Jongeren / Welzijn
Trefwoord(en)	Maakbaarheid / Populariteitsdruk / Amusementstelevsie en – tijdschriften