

Mediagebruik naar leeftijd, geslacht, opleiding en inkomen

Een onderzoek naar de invloed van verschillende sociaal-demografische en sociaal-economische kenmerken op het gebruik van mediatypes en de tijdsbesteding aan nieuws, politiek en actualiteiten in de media.



Naam student: Rianne Koetsier
Studentnummer: 880607454090
Datum: Juni 2010
Vakcode: ECH-80912
Aantal ects: 12
Wageningen Universiteit en Research Centre

Samenvatting

De Nederlandse bevolking besteedt heel wat vrije tijd aan het gebruik van media. Het doel van dit onderzoek is inzicht te krijgen in de invloed van verschillende sociaal-demografische en sociaal-economische kenmerken op het gebruik van media en het volgen van nieuws, politiek en actualiteiten in de media.

In dit onderzoek is eerst gekeken naar de bestaande empirie en theorie omtrent de centrale vragen: Wat is de invloed van de sociaal-demografische kenmerken geslacht, leeftijd en opleidingsniveau en het sociaal-economische kenmerk inkomen op het mediagebruik en wat is de invloed van de sociaal-demografische kenmerken geslacht, leeftijd en opleidingsniveau en het sociaal-economische kenmerk inkomen op het volgen van nieuws, politiek en actualiteiten in de media.

Er wordt een onderzoek uitgevoerd met een bestaande dataset van de European Social Survey. Een regressiemethode wordt uitgevoerd om het effect van de sociaal-demografische leeftijd, geslacht en opleidingsniveau en het effect van het sociaal-economisch kenmerk inkomen op vier verschillende aspecten (televisie, radio, krant en internet) van media te bepalen.

Uit de resultaten blijkt dat televisie een medium is waaraan meer tijd wordt besteed door respectievelijk laagopgeleiden, mensen met inkomen onder modaal en ouderen in vergelijking tot hoogopgeleiden, mensen met een inkomen boven modaal en jongeren. Aan radio luisteren besteden laagopgeleiden meer tijd dan hoogopgeleiden. Aan het lezen van kranten besteden hoogopgeleiden, mensen met een inkomen boven modaal, ouderen en mannen meer tijd dan laagopgeleiden, mensen met een inkomen onder modaal, jongeren en vrouwen. De internetfrequentie van hoogopgeleiden, mensen met een inkomen boven modaal en jongeren ligt hoger dan die van laagopgeleiden, mensen met een inkomen onder modaal en ouderen. Hoogopgeleiden besteden meer tijd aan het lezen over politiek en actualiteiten in kranten dan laagopgeleiden. Mensen met een inkomen boven modaal besteden meer tijd aan actualiteiten en politiek in kranten dan laagopgeleiden. Ouderen besteden meer tijd aan nieuws, actualiteiten en politiek in op televisie, op de radio en in kranten dan jongeren. Mannen besteden meer tijd aan nieuws, actualiteiten en politiek op televisie en in kranten dan vrouwen.

De verklaarde modellen van de regressie analyse zijn allemaal erg klein. Dit betekent dat er dus nog heel veel andere factoren zijn die invloed hebben op de tijd die besteed wordt aan media naast leeftijd, inkomen, geslacht, en opleidingsniveau en ook zijn dus nog heel veel andere factoren dan deze die invloed hebben op de tijd die besteed wordt aan nieuws, politiek en actualiteiten in media. Mensen met een uitkering vallen onder de categorie laag inkomen en hebben veel tijd en weinig geld en zullen kiezen voor activiteiten die weinig geld kosten en binnenshuis plaats kunnen vinden zodat er ook geen kosten hoeven te worden gemaakt voor mobiliteit. Jongeren en vrouwen besteden weinig tijd aan kranten en de krantenindustrie zou hier de oorzaken van verder kunnen onderzoeken en meer in kunnen spelen op de behoeftes van jongeren en vrouwen. Opleiding blijkt de sterkte invloed te hebben op mediagebruik. Cultureel kapitaal speelt dus de grootste rol in mediagebruik.

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	2
Inhoudsopgave	3
1. Inleiding	4
1.1 Aanleiding tot het onderzoek	4
1.2 Doelstelling	4
1.3 Vraagstelling	4
1.4 Relevantie	4
1.5 Opbouw van het verslag	5
2. Theoretische oriëntatie	6
2.1 Empirische gegevens mediagebruik in het algemeen	6
2.2 Theoretische achtergrond over mediagebruik in het algemeen.....	22
2.3 Hypotheses over het mediagebruik in het algemeen.....	26
2.4 Empirische gegevens over tijdsbesteding aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media	29
2.5 Theoretische achtergrond over de invloed van sociaal-demografische en sociaal- economische kenmerken op tijdsbesteding aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media .	30
2.6 Hypotheses over de invloed van sociaal-demografische en sociaal-economische kenmerken op de tijdsbesteding aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media	32
3. Data en methode	33
3.1 Data.....	33
3.2 Methode	33
4. Resultaten.....	39
5. Conclusie en discussie	48
5.1 Conclusie.....	48
5.2 Discussie.....	51
Literatuurlijst	53
Bijlage	56

1. Inleiding

1.1 Aanleiding tot het onderzoek

Vrijtijdsbesteding is voor de meeste mensen een noodzakelijk goed. Het is van belang dat men zich kan ontspannen in deze hectische maatschappij waarin men tegenwoordig leeft. Het is belangrijk inzicht te verkrijgen in hoe men de vrije tijd besteedt en welke factoren de vrijtijdsbesteding beïnvloeden. Vrijtijdsbesteding is een veelomvattend onderwerp. Omdat er zoveel manieren zijn om de vrije tijd te besteden is het niet mogelijk dit allemaal te onderzoeken. Er is gekozen om het deel media uit te lichten in dit onderzoek.

Media is een vorm van vrijtijdsbesteding waar veel tijd aan wordt besteed. Uit onderzoek van Breedveld *et al.* (2006) in opdracht van het Sociaal en Cultureel Planbureau blijkt namelijk dat mediagebruik veruit de meest gekozen vrijtijdsbesteding is. Gemiddeld wordt er per persoon ruim 19 uur per week besteed aan mediagebruik. Mannen zitten daar met gemiddeld 20,4 uur iets boven, vrouwen met 17,4 uur iets onder (Breedveld *et al.*, 2006). Mediagebruik neemt zo'n 40% van de totale vrije tijd die Nederlanders hebben in beslag (Breedveld *et al.*, 2006). Aan het onderhouden van sociale contacten (contact huisgenoten, visites, feestjes/recepties, telefoneren) besteedt de Nederlander gemiddeld ruim negen uur per week, het beoefenen van verschillende hobby's is men wekelijks ongeveer zes uur bezig. Per week zijn Nederlanders verder ruim drieënhalf uur voor hun vrije tijd onderweg. Aan uitgaan en aan sport en bewegen in de vrije tijd besteden Nederlanders krap drie uur per week, aan vrijwilligerswerk, mantelzorg en kerkgang bijna twee uur (Breedveld *et al.*, 2006). Omdat media een aanzienlijk grote rol speelt in het dagelijks leven is het van belang meer inzicht te krijgen in het gebruik van media en de factoren die hier invloed op hebben. Voorkeuren en behoeftes van vrijtijdsbesteding worden voor een groot deel bepaald door sociaal-demografische kenmerken (Harms, 2004). In dit onderzoek wordt daarom meer inzicht verworven over het mediagebruik van de Nederlandse bevolking en de invloed van verschillende sociaal-demografische en de sociaal-economische kenmerken op dit gebruik. Allereerst zal gekeken worden naar de theorie en empirie die hierover op dit moment bekend is. Op basis daarvan zullen hypothesen worden opgesteld die vervolgens getoetst zullen worden aan de hand van een secondary data-analyse van een al bestaande dataset.

1.2 Doelstelling

Dit onderzoek beoogt meer inzicht te krijgen in samenhang tussen de sociaal-demografische kenmerken: geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en het sociaal-economische kenmerk inkomen en de mate van gebruik van de verschillende mediatypes televisie, radio, dagbladen en internet. Ook wordt gekeken naar de samenhang tussen de sociaal-demografische kenmerken: geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en het sociaal-economische kenmerk inkomen en de tijdsbesteding aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media.

1.3 Vraagstelling

Om aan de doelstelling te kunnen voldoen zijn twee centrale vragen opgesteld:

- Wat is de invloed van de sociaal-demografische kenmerken geslacht, leeftijd en opleidingsniveau en het sociaal-economische kenmerk inkomen op het mediagebruik?
- Wat is de invloed van de sociaal-demografische kenmerken geslacht, leeftijd en opleidingsniveau en het sociaal-economische kenmerk op de tijdsbesteding aan nieuws, politiek en actualiteiten in de media?

1.4 Relevantie

Dit onderzoek kan een bijdrage leveren aan de kennis over het effect van verschillende sociaal-demografische en sociaal-economische kenmerken op mediagebruik. Deze kennis kan van belang zijn

voor de overheid (mediabeleidsmakers), de massamedia (eigenaars, programmamakers, journalisten) en bedrijven (adverteerders).

1.5 Opbouw van het verslag

In hoofdstuk 2 komt de literatuurstudie aan de orde. In hoofdstuk 3 komen de opzet van het onderzoek en de gehanteerde methode aan de orde. In hoofdstuk 4 worden de resultaten van het onderzoek besproken. Hoofdstuk 5 is het hoofdstuk waarin de conclusie en discussie besproken worden.

2. Theoretische oriëntatie

Onder media worden hulpmiddelen voor communicatie met velen verstaan. Media is daarom een middel voor massacommunicatie. Media zijn organen als pers, radio en televisie ter verspreiding van kennis en informatie (Bakker & Scholten, 2007). Televisie, radio, kranten en internet vormen dus de mediatypen.

2.1 Empirische gegevens mediagebruik in het algemeen

In tabel 2.1 is het totale mediagebruik van de gemiddelde Nederlander weergegeven. Dit is gemeten door het Sociaal en Cultuurplanbureau (hierna: SCP). Uit tabel 2.1 blijkt dat de totale tijd die aan media wordt besteed in de periode 1975-2005 redelijk stabiel is gebleken. Hoewel uit tabel 2.1 blijkt dat het lezen van gedrukte en het luisteren naar de radio en naar andere geluidsdragers als hoofdactiviteit is sterk afgenomen, bleef de totale tijd die aan media wordt besteed nagenoeg gelijk. Dit komt doordat men in de eerste twintig jaar na 1975 meer televisie is gaan kijken. Door de komst van computers halverwege de jaren '90 van de vorige eeuw en later ook in internet in Nederland besteedde de Nederlander een steeds groter groeiend deel van zijn mediatijd aan informatie- en communicatietechnologie (hierna: ICT). Deze tijd gaat sinds 2000 ten koste van de tijd die daarvoor aan televisie kijken werd besteed. In deze tabel (tabel 2.1) komt ook naar voren dat de tijd die besteed wordt aan ICT in 2005 bijna even groot is als de tijd die wordt besteed aan computergebruik (Breedveld *et al.*, 2006).

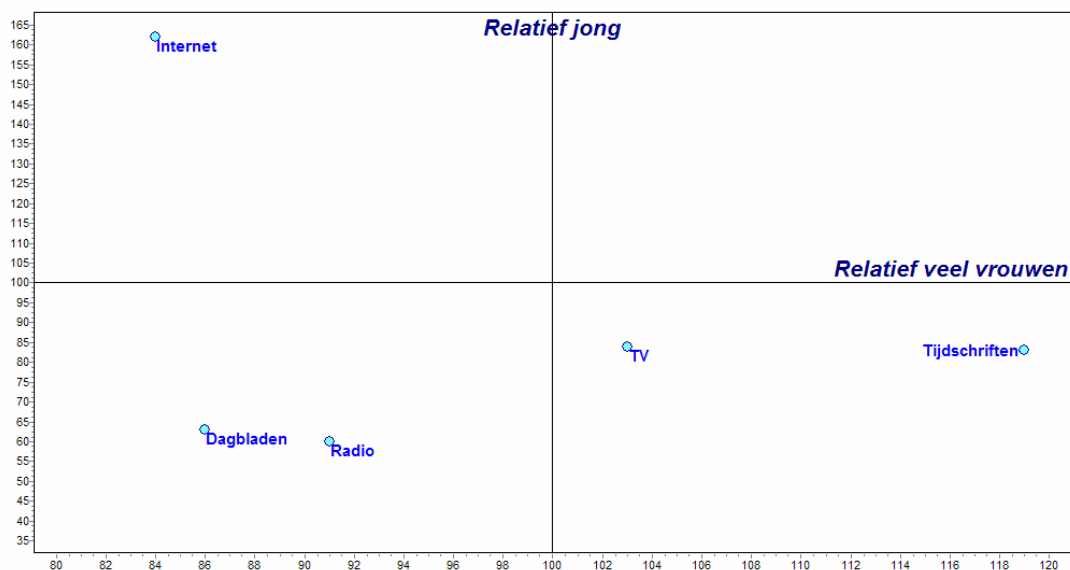
Tabel 2.1: Mediagebruik: televisie kijken (incl. video/dvd, teletekst en kabelkrant), radio luisteren (incl. geluidsdragers), lezen van gedrukte media, computer (offline en online) als hoofdactiviteit, bevolking 12 jaar en ouder, uren per week, 1975-2005 (index 2005, 2000 = 100)

1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005	index (2000=100)	2005
99	100	100	100	99	99	99	100	media en ict: participatie (%)
94	96	98	97	96	97	95	98	TV (incl. video/dvd, teletekst)
68	60	52	50	41	36	28	77	audio (radio en geluidsdragers)
96	95	94	91	89	84	81	97	gedrukte media
		4	13	23	45	68	151	computer, Internet/e-mail
18,5	17,8	19,0	18,8	18,8	18,7	18,9	101	media en ict: tijdsbesteding (uren per week)
10,2	10,3	12,1	12,0	12,4	12,4	10,8	87	TV (incl. video/DVD, teletext)
2,2	1,8	1,4	1,2	0,8	0,7	0,5	74	audio (radio en muziek)
6,1	5,7	5,3	5,1	4,6	3,9	3,8	97	gedrukte media
		0,1	0,5	0,9	1,8	3,8	217	computer, Internet/e-mail

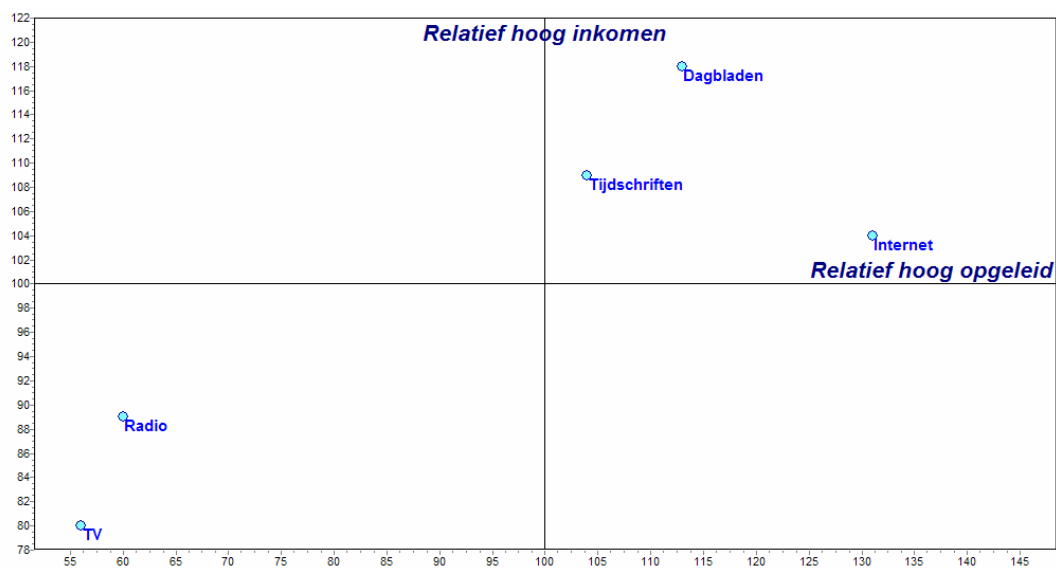
Bron: Sociaal en Cultureel Planbureau, Tijdsbestedingonderzoek 1975-2005

2.1.1 Empirische gegevens Stichting Nationaal Onderzoek Multimedia

Stichting Nationaal Onderzoek Multimedia (hierna: stichting NOM) heeft in opdracht van adverteerders onderzoek gedaan naar de relatie tussen leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en inkomen en de mate van het mediagebruik. Op de volgende pagina staat het resultaat van dit onderzoek.



Bron: Telmar P-Map / NOM Doelgroep Monitor 2004-2
 Figuur 2.1: Mediagebruik naar leeftijd en geslacht (13 jaar en ouder)



Bron: Telmar P-Map / NOM Doelgroep Monitor 2004-2
 Figuur 2.2: Mediagebruik naar inkomen en opleidingsniveau (13 jaar en ouder)

Uit de figuren 2.1 en 2.2 is op te maken dat het kijken naar televisie een activiteit is die aanzienlijk meer gebeurt door mensen met een laag opleidingsniveau en een laag inkomen. Er wordt ook meer televisiekijken door vrouwen en ouderen. Wat radio luisteren betreft zie je dezelfde resultaten alleen is het hier zo dat het juist de mannen zijn die hier meer tijd aan besteden. Aan het lezen van kranten besteden de mensen met hogere inkomens en de hoogopgeleiden juist meer tijd. Mannen en ouderen besteden eveneens meer tijd aan het lezen van dagbladen dan vrouwen en jongeren. Internet is juist een medium waar blijkens figuur 2.1 jongeren veel meer tijd aanbesteden. Daarnaast besteden mannen, hoogopgeleiden en mensen met hoge inkomens meer tijd aan internet dan vrouwen, laagopgeleiden en mensen uit een lagere inkomenscategorie.

2.1.2 Empirische gegevens Sociaal Cultureel Planbureau

Naast stichting NOM heeft ook het Sociaal Cultureel Planbureau (hierna: SCP) onderzoek gedaan naar tijdsbesteding van mensen en hun tijdsbesteding aan de verscheidene mediatypes. Hieronder valt per mediatype (radio, televisie, krant en internet) een beschrijving van de tijdsbesteding hieraan gedurende in de laatste jaren uitgesplitst naar sociaal-demografische kenmerken.

2.1.2.1 Tijdsbesteding aan radio luisteren (SCP)

Radio is een medium dat in de van de jaren '30 tot in de jaren '50 van de vorige eeuw een centrale plek innam bij Nederlands huishoudens (Bakker & Scholten, 2007). Vanaf de jaren '50 wordt die centrale plek echter steeds meer in genomen door de televisie. Het duurde een tijd voor dat radiomakers inzagen dat zij luisteraars zouden verliezen ten gevolge van de opkomst van televisie. Op het moment dat het echt duidelijk werd dat televisie de het dominante vermaakmedium zou worden (dat was nadat in 1964 het tweede televisiekanaal werd ingevoerd) werden radioprogramma's anders ingericht. Er werd meer populair muziek uitgezonden en de focus lag meer op actualiteit: korte nieuwsbulletins en praatprogramma's waarin met studiegasten over actuele aangelegenheden werd gepraat. Sinds de jaren '90 van de vorige eeuw zijn er ook commerciële omroepen. Dit zorgde voor een uitbreiding van het aantal radiozenders dat om hoge luistercijfers te behalen 'populair' programmeerde (Bakker & Scholten, 2007). Hoewel er dus meer omroepen en zenders kwamen blijkt dat het aandachtig luisteren naar de radio toch continu aan populariteit heeft verloren sinds 1975. Dit geldt zowel qua deelnamepercentage als qua bestede tijd. Het minder aandachtige luisteren heeft volgens tabel 2.2 een lichte opleving doorgemaakt in 1995, maar is daarna sterk teruggelopen.

Tabel 2.2: Deelname en tijdsbesteding aan het beluisteren van radio en geluid dragers, totaal en als hoofdactiviteit, Nederlandse bevolking van 12 jaar en ouder, 1975-2000 (in procenten en uren per week)

<i>audio luisteren totaal (als hoofd- of nevenactiviteit)</i>	1975	1980	1985	1990	1995	2000
deelname: weekbereik (%)	93	90	87	85	87	82
deelname: gemiddeld dagbereik (%)	68	66	62	59	61	50
tijdsbesteding (uren per week)	15,0	15,3	14,0	13,3	13,2	10,3
<i>Audio luisteren als hoofdactiviteit</i>						
deelname: weekbereik (%)	68	60	52	50	41	36
deelname: gemiddeld dagbereik (%)	27	23	19	16	12	9
tijdsbesteding (uren per week)	2,2	1,8	1,4	1,2	0,8	0,7

Bron: Sociaal en Cultureel Planbureau, Tijdsbestedingonderzoek 1975-2000

Tabel 2.3: Radio luisteren als hoofd- en nevenactiviteit, bevolking van 12 jaar en ouder, 1975-2005 (in uren per week)

1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005	
2,2	1,8	1,4	1,2	0,8	0,7	0,5	als hoofdactiviteit
12,8	13,5	12,6	12,1	12,4	9,6	9,0	als nevenactiviteit
15,0	15,3	14,0	13,3	13,2	10,3	9,5	als hoofd- of nevenactiviteit
85	88	90	91	94	94	95	% nevenactiviteit op totale luistertijd
							als nevenactiviteit bij...
0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,4	0,4	persoonlijke verzorging
0,5	0,5	0,6	0,5	0,6	0,4	0,3	uitrusten, ontspannen, luieren
1,2	1,6	1,6	1,8	1,9	1,8	2,1	betaald werk
3,2	3,6	3,2	2,7	2,4	1,8	1,5	huishoudelijk werk, kinderverzorging, boodschappen
0,3	0,5	0,4	0,4	0,4	0,2	0,1	onderwijs en vorming
2,3	2,2	2,0	1,8	1,4	1,1	0,9	eten en drinken
1,1	1,0	0,8	0,9	1,0	0,6	0,4	sociale contacten
1,1	1,2	1,2	1,0	0,9	0,6	0,5	hobby's, sport en spel
1,3	1,1	0,9	1,0	0,9	0,6	0,5	lezen van gedrukte media
0,5	0,6	0,6	0,9	1,4	1,5	1,6	vervoer per auto
0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	overig vervoer
0,5	0,4	0,4	0,4	0,8	0,5	0,6	overige activiteiten

Bron: Sociaal en Cultureel Planbureau, Tijdsbestedingonderzoek 1975-2005

Uit tabellen 2.2 en 2.3 blijkt dat radio luisteren vooral een nevenactiviteit is. Het percentage luistertijd als nevenactiviteit is alleen maar toegenomen in de periode 1975-2005. Radio luisteren als nevenactiviteit wordt vooral gedaan tijdens werk en autorijden.

Tabel 2.4: Radio en geluiddragers beluisteren (hoofd- en nevenactiviteit samengevoegd) naar achtergrondkenmerken, bevolking van 12 jaar en ouder, 1975-2000 (in uren per week)

	1975	1980	1985	1990	1995	2000
bevolking 12 jaar en ouder	15,0	15,3	14,0	13,3	13,2	10,3
seks						
man	14,9	14,2	13,0	13,5	14,0	10,7
vrouw	15,0	16,3	15,0	13,1	12,5	10,0
leeftijd						
12-19 jaar	11,8	11,5	10,2	8,8	9,0	5,6
20-34 jaar	17,5	19,1	16,1	15,3	15,1	12,7
35-49 jaar	12,9	15,0	14,4	12,7	13,1	11,3
50-64 jaar	17,3	14,8	14,2	15,3	12,5	10,2
≥ 65 jaar	14,6	12,7	13,0	11,6	13,9	8,2
gezinspositie						
inwonend bij ouders	11,9	12,6	12,3	11,3	11,0	8,0
Alleenwonend	16,0	17,0	16,7	14,2	15,9	10,2
met partner zonder kinderen	15,7	16,1	14,2	13,7	13,3	11,5
ouder met thuisw. kind(eren)	16,5	15,8	14,0	13,6	12,9	10,2
lo, lbo, mavo	15,8	15,9	14,9	13,8	13,3	10,0
mbo, havo, vwo	12,6	13,1	14,2	13,9	13,9	11,3
hbo, wo	11,3	13,2	9,9	11,3	12,2	9,5
studerend, schoolgaand	10,2	10,5	9,5	9,5	9,8	6,6
werkend	15,4	16,3	14,5	14,4	14,5	11,5
huishouding	16,7	16,9	16,0	13,9	12,7	10,6
werkloos, arbeidsongeschikt	20,2	16,4	17,4	15,6	12,1	10,3
gepensioneerd	14,0	14,2	11,9	11,3	13,8	9,2

Bron: Sociaal en Cultureel Planbureau, Tijdsbestedingonderzoek 1975-2000

Kijkend naar tabel 2.4 is te zien dat in 1975 zowel vrouwen als mannen ongeveer 15 uur per week besteedden aan radio luisteren. In 1980 en 1985 luisteren vrouwen meer uren naar de radio. In 1990 was het verschil verdwenen, en met het begin van de commerciële radiostations (vanaf 1989) waren het de mannen die de meeste tijd besteedden aan radio luisteren. De luistertijd van mannen naar de radiotijd groeide tussen 1985 en 1995 met één uur per week. In 2000 was het verschil tussen mannen en vrouwen omtrent radio luisteren weer een stuk kleiner. Bij jongeren lijkt de luistertijd de laatste tijd het sterkst ingekrompen. In 1975 besteedden jongeren van 12 tot en met 19 jaar nog 11,8 uur per week aan radio luisteren, in 2000 was dit nog maar 5,6 uur per week. Meer dan een halvering in hun luistertijd dus. Voor mensen tussen de 20 en de 49 jaar is een ook daling te zien in luistertijd. Wat opvallend voor zowel de jongeren als de groep 20 tot 49 jaar is dat de daling vooral na 1995 heeft ingezet. Ook 65-plussers zijn minder radio gaan luisteren; de daling is bij deze groep tussen 1990 en 1995 het grootst. Onder werkende mensen bleef tussen 1985 en 1995 de tijd die aan radio luisteren werd besteed ongeveer gelijk. Pas daarna begon de daling. Ditzelfde patroon zie je bij studerende/schoolgaande mensen. Bij gezinssamenstelling zie je geen duidelijk verschillen in de patronen tussen 1975-2000. Bij opleidingsniveau zijn wel duidelijke verschillen te zien. Was het in 1975 nog zo dat de laagopgeleiden (lo, lbo, mavo) nog het meeste tijd besteedden aan radio luisteren, gevolgd door de mensen met een mbo, havo of vwo opleiding. De hoogopgeleiden (hbo,

wo) besteedden in 1975 de minste tijd aan radio luisteren. In 2000 waren het de mensen met een mbo, havo of vwo opleiding die de meeste tijd besteedden aan radio luisteren, gevolgd door laagopgeleiden en tot slot de hoogopgeleiden. Hierbij moet worden opgemerkt dat de samenstelling van de opleidingscategorieën erg veranderd is. Doordat enerzijds het onderwijs uitbereidde en anderzijds de gezinnen steeds kleiner werden, hoefden ouder niet langer te kiezen welk kind wel en welk kind niet mocht doorleren. Aangezien de toegankelijkheid van het middelbare en het hoger onderwijs steeds groter werd nam het aantal jaren dat een persoon gemiddeld in zijn leven aan onderwijs besteed ook toe. Zo zat in 1975 ruim een derde van de 18-jarigen nog op school, in 1998 was dat al tweederde (Huysmans et 2004). Ook kiezen steeds meer jongeren ervoor om na de middelbare school verder te gaan studeren. Het percentage studerende onder 21-jarigen was in 1975 9%, in 1998 was dit 41% (Huysmans et 2004). Als gevolg hiervan is het gemiddelde opleidingsniveau van de Nederlandse bevolking dus sterk gestegen. Ook binnen het gebied van opleidingsniveau vond er vrouwenemancipatie plaats: het opleidingsniveau van mannen en vrouwen ligt steeds dicht bij elkaar (Huysmans et 2004).

Tabel 2.5: Radio en geluiddragers luisteren als hoofdactiviteit, bevolking van 12 jaar en ouder, naar sekse, leeftijd, gezinspositie, opleidingsniveau en arbeidsmarktpositie, 1975-2005 (in uren per week)

1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005	
2,2	1,8	1,4	1,2	0,8	0,7	0,5	totaal
							sekse
2,8	2,3	1,7	1,6	1,1	0,8	0,5	man
1,6	1,3	1,0	0,8	0,6	0,6	0,5	vrouw
							leeftijd
3,0	2,4	2,0	1,6	1,2	1,2	0,5	12-19
1,4	1,3	1,0	1,0	0,7	0,4	0,2	20-34
1,5	1,6	0,8	0,9	0,7	0,5	0,3	35-49
2,3	1,6	1,5	1,3	0,9	0,8	0,6	50-64
3,4	2,6	2,3	1,6	1,0	0,9	1,0	65+
							gezinspositie
2,8	2,3	1,9	1,6	1,2	1,0	0,4	thuiswonend kind
3,3	2,3	2,3	1,5	0,9	0,7	0,9	alleenstaande
2,4	1,9	1,3	1,1	0,9	0,7	0,5	paar zonder kinderen
1,5	1,3	0,9	0,9	0,6	0,5	0,3	ouder(s)
							opleidingsniveau ^b
2,4	1,8	1,5	1,3	1,1	0,8	0,8	lo, lbo, mavo, vmbo
1,9	1,8	1,3	1,2	0,7	0,6	0,4	mbo, havo, vwo
1,2	1,3	1,0	0,8	0,6	0,5	0,3	hbo, wo
							arbeidsmarktpositie
1,9	1,6	1,0	1,1	0,7	0,5	0,3	werkende
2,3	1,7	1,6	1,2	1,0	0,8	0,8	niet werkzaam of studerend
2,6	2,1	1,9	1,5	1,0	1,0	0,4	scholier/student

Bron: Sociaal en Cultureel Planbureau, Tijdsbestedingonderzoek 1975-2005

In tabel 2.5 is radiogebruik alleen als hoofdactiviteit geteld. Dan zijn het ouderen, alleenstaanden, laagopgeleiden (lo, lbo, mavo en vmbo), niet-werkenden. Tussen mannen en vrouwen is er geen verschil.

2.1.2.2 Tijdsbesteding aan televisie kijken (SCP)

Waar het de radio was die in de jaren '20 en '30 van de vorige eeuw uitgroeide tot een massamedium, was begon van de jaren '50 televisie een massamedium te worden. In de jaren '90

verruimde het aanbod van televisiezenders door de komst van commerciële zenders (Bakker & Scholten, 2007).

Tabel 2.6: Deelname en tijdsbesteding aan televisiekijken (incl. video, teletekst en kabelkrant), totaal en als hoofdactiviteit, Nederlandse bevolking van 12 jaar en ouder, 1975-2000 (in procenten en uren per week)

	1975	1980	1985	1990	1995	2000
televisiekijken totaal (als hoofd- of nevenactiviteit)						
deelname: weekbereik (%)	97	98	98	98	98	99
deelname: gemiddeld dagbereik (%)	76	78	83	83	85	83
tijdsbesteding (uren per week)	13,3	13,4	15,8	15,4	16,9	16,1
televisiekijken als hoofdactiviteit						
deelname: weekbereik (%)	94	96	98	97	96	97
deelname: gemiddeld dagbereik (%)	67	70	76	76	76	75
tijdsbesteding (uren per week)	10,2	10,3	12,1	12,0	12,4	12,4

Bron: Sociaal en Cultureel Planbureau, Tijdsbestedingonderzoek 1975-2000

Uit tabel 2.6 is op te maken dat het gemiddelde dagbereik niet is gestegen sinds 1990, terwijl het zenderaanbod wel sterk is gestegen door de opkomst van commerciële zenders. De totale tijd (dus zowel hoofd- als nevenactiviteit) die aan televisie kijken werd besteed groeide tussen 1990 en 1995 met 1,5 uur. Televisie kijken als nevenactiviteit won hierbij terrein; het maakte de grootste groei (1,1 uur per week extra versus 0,4 uur per week extra voor televisie kijken als hoofdactiviteit). Na 1995 daalde het gebruik als nevenbezigheid weer iets, terwijl het gebruik als hoofdactiviteit gelijk bleef. Het totale televisiegebruik tussen 1990 en 2000 steeg, terwijl het aandachtige gebruik nagenoeg gelijk bleef en ook de bereikcijfers constant bleven. Een oorzaak hiervan kan zijn dat televisie steeds meer een nevenactiviteit is geworden: de televisie staat dan op de achtergrond aan maar er wordt niet bewust naar gekeken. Toch is opmerkelijk dat het aandachtige gebruik van televisie in de periode 1990-2000 niet gegroeid is aangezien het zenderaanbod wel sterk steeg door de opkomst van commerciële zenders.

Tabel 2.7: Tijdsbesteding (als hoofdactiviteit) aan televisiekijken, bevolking van 12 jaar en ouder, 1975-2000 (in uren per week)

1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005	
10,2	10,3	12,1	12,0	12,4	12,4	10,8	totaal
							sekses
11,0	11,6	13,4	13,0	12,7	13,2	11,4	man
9,4	9,1	10,8	11,0	12,1	11,6	10,3	vrouw
							leeftijd
9,0	10,6	11,9	12,2	13,1	10,7	8,4	12-19
8,7	8,4	10,6	10,8	10,8	10,5	8,9	20-34
10,3	9,9	10,9	10,8	11,1	11,3	9,5	35-49
11,2	11,0	12,8	13,0	13,3	13,2	11,8	50-64
13,3	14,0	16,7	16,0	16,6	17,0	16,2	65+
							gezinspositie
8,7	10,1	11,3	11,8	12,3	10,8	9,1	thuiswonend kind
11,2	11,2	12,2	13,1	13,8	13,5	11,8	alleenstaande
11,2	11,0	13,6	13,0	13,1	13,5	12,6	paar zonder kinderen
10,4	9,9	11,6	11,2	11,3	11,5	9,5	ouder(s)
							opleidingsniveau ^b
11,1	10,9	13,2	13,5	14,4	14,9	13,4	lo, lbo, mavo, vmbo
7,8	8,6	11,4	11,3	11,7	11,3	10,0	mbo, havo, vwo
6,8	8,2	9,4	9,5	9,9	10,2	9,1	hbo, wo
							arbeidsmarktpositie
9,3	9,3	10,8	11,0	10,7	11,0	9,4	werkende
11,5	11,7	13,7	13,5	14,5	15,1	13,8	niet werkzaam of studerend
9,2	9,6	11,3	11,3	12,3	10,5	8,7	scholier/student

Bron: Sociaal en Cultureel Planbureau, Tijdsbestedingonderzoek 1975-2000

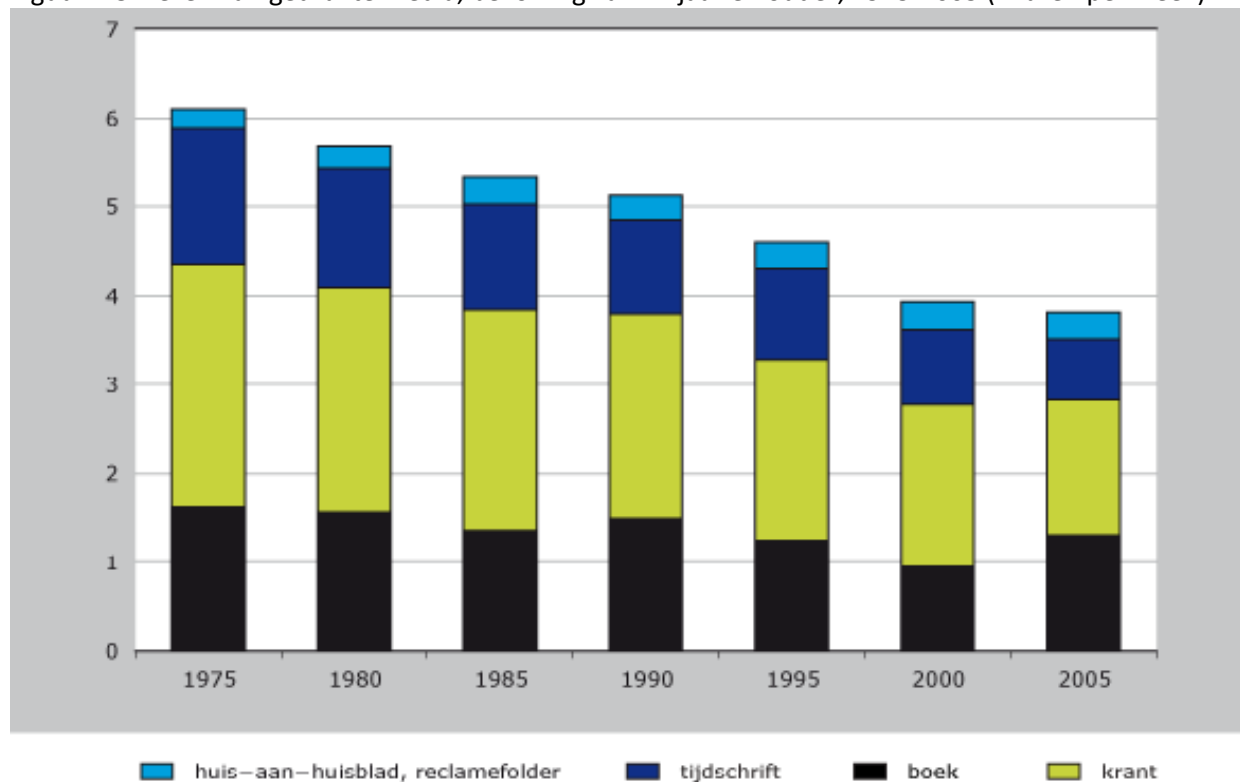
Uit tabel 2.7 is op te maken dat er de structurele verschillen zijn in de tijd die aan televisie kijken wordt besteed tussen de verschillende bevolkingsgroepen niet veel is veranderd tussen 1975 en 2000. Alle bevolkingsgroepen zijn tussen 1975 en 2000 meer tijd gaat besteden aan televisie kijken. In de periode 200-2005 valt wel een afname te zien. Mannen besteedden in alle gemeten jaren meer tijd aan televisiekijken dan vrouwen. De mensen uit de leeftijdscategorie 20 tot en met 34 jaar besteedden tussen 1975 en 2000 de minste tijd aan televisiekijken. In 2005 zijn het de jongeren van 12 tot en met 19 jaar die het minst televisie kijken. Jongeren tussen de 12 en 19 jaar besteedden in 1975 en 2000 en later relatief weinig tijd aan televisiekijken. In de jaren daartussen in breidden jongeren de tijd die zij aan televisie keken weliswaar uit, maar na 1995 daalde de tijd die zij aan televisiekijken besteden weer sterk. De 65-plussers besteedden al gemeten jaren de meeste tijd aan televisie kijken gevolgd door de leeftijdscategorie 50 tot en met 64 jaar. Ouders met thuiswonende kinderen kijken structureel minder televisie dan personen die alleen wonen en stellen die geen kinderen hebben of van wie de kinderen al het huis uit zijn. Laagopgeleiden (lo, lbo, mavo) besteedden in alle gemeten jaren de meeste tijd aan televisie kijken, gevolgd door de groep met een mbo, havo of vwo-opleiding en de hoogopgeleiden (hbo, wo) besteedden in alle gemeten jaren de minste tijd aan televisie kijken. Niet-werkenden besteedden eveneens in alle gemeten jaren volgens tabel 2.7 meer tijd aan televisiekijken dan werkenden en studerenden. Dit zou verklaard kunnen worden doordat niet-werkenden ook over de meeste vrije tijd beschikken. Tabel 2.7 geeft verder aan dat zowel in 1995 als in 2000 er gemiddeld per persoon 12,4 uur per week aan televisie kijken wordt besteed. De tijdsbesteding is stabiel gebleven door de veranderende leeftijdsopbouw. In 2000 zijn de personen boven de 50 sterker vertegenwoordigd in de bevolking als geheel en omdat deze groep ook

de meeste tijd aan televisie kijken besteed, bleef het bevolkingsgemiddelde per saldo in 2000 hetzelfde als in 1995 (Huysmans, 2004). Toch blijft het opmerkelijk dat als je duur vergelijkt die mensen gemiddeld aan televisie kijken besteden in 1985 (12,1 uur per week) en 2000 (12,4 uur per week) dat hier weinig verschil tussen zit, terwijl de zendtijd in die tijd door de komst van commerciële zenders wel flink is uitgebreid (Huysmans, 2004).

2.1.2.3. Tijdsbesteding aan het lezen van kranten (SCP)

De krant is een medium dat de afgelopen jaren veel terrein verloren dit valt af te leiden uit figuur 2.3. Desondanks is het een medium wat wekelijks meer dan de helft van de bevolking weet te bereiken volgens tabel 2.8.

Figuur 2.3: Lezen van gedrukte media, bevolking van 12 jaar en ouder, 1975-2005 (in uren per week)



Bron: Sociaal en Cultureel Planbureau, Tijdsbestedingonderzoek 1975-2005

Tabel 2.8: Lezen van kranten en nieuwsbladen als hoofdactiviteit, naar genre, Nederlandse bevolking van 12 jaar en ouder, 1975-2000

	1975	1980	1985	1990	1995	2000
deelname (in %)						
alle kranten en nieuwsbladen	84	82	78	74	69	62
landelijke dagbladen ¹	45	46	45	39	38	31
waarvan kwaliteitskranten	16	12	15	14	15	12
overige dagbladen ²	55	52	48	49	45	41
waarvan regionale dagbladen	.	.	.	43	40	35
nieuwsbladen	21	17	15	9	6	7
tijdsbesteding deelnemers (uren per week)						
alle kranten en nieuwsbladen	3,3	3,1	3,2	3,1	3,0	3,0
landelijke dagbladen ¹	2,6	2,5	2,6	2,6	2,6	2,5
waarvan kwaliteitskranten	2,5	2,3	2,5	2,7	2,6	2,6
overige dagbladen ²	2,4	2,3	2,3	2,5	2,3	2,4
waarvan regionale dagbladen	.	.	.	2,4	2,2	2,3
nieuwsbladen	1,1	1,1	1,3	1,0	0,9	1,1

¹ Inclusief specialistische en gratis dagbladen.

² Inclusief buitenlandse dagbladen.

. = gegevens ontbreken

Bron: Sociaal en Cultureel Planbureau, Tijdsbestedingonderzoek 1975-2000

In tabel 2.8 is te zien dat het bereik van kranten en nieuwsbladen tussen 1975 en 2000 is afgenomen. Was het bereik van alle kranten en nieuwsbladen tezamen in 1975 nog 84% van de bevolking boven de 12 jaar, in 2000 was dit nog 62%. De leestijd onder diegenen die krant en nieuwsbladen lezen is ongeveer gelijk gebleven.

Tabel 2.9: Deelname^a en tijdsbesteding aan het lezen van dag- en nieuwsbladen naar soort, bevolking van 12 jaar en ouder, naar sekse, leeftijd, gezinspositie, opleidingsniveau en arbeidsmarktpositie, 2005 (in %)

deelname (%)				tijdsbesteding (uren per week)				
landelijke dagbladen	regionale dagbladen en nieuwsbladen	overige (o.m. gratis) dagbladen	tenminste één van deze	landelijke dagbladen	regionale dagbladen en nieuwsbladen	overige (o.m. gratis) dagbladen	totaal	
32	32	7	57	0,7	0,7	0,1	1,5	totaal
								sekse
33	31	6	56	0,8	0,8	0,1	1,6	man
32	34	9	58	0,7	0,7	0,1	1,4	vrouw
								leeftijd
10	6	4	18	0,1	0,0	0,0	0,2	12-19
23	15	4	37	0,3	0,1	0,0	0,4	20-34
33	31	8	59	0,6	0,5	0,1	1,1	35-49
43	51	6	78	1,1	1,2	0,1	2,4	50-64
45	51	17	79	1,8	1,6	0,3	3,7	65+
								gezinspositie
14	10	5	25	0,1	0,1	0,0	0,2	thuiswonend kind
37	31	12	59	0,9	0,8	0,1	1,9	alleenstaande
38	41	8	68	1,1	1,1	0,1	2,4	paar zonder kinderen
34	35	7	61	0,6	0,6	0,1	1,3	ouder(s)
								opleidingsniveau ^b
25	35	11	55	0,6	0,8	0,1	1,6	lo, lbo, mavo, vmbo
27	32	6	51	0,5	0,6	0,1	1,2	mbo, havo, vwo
46	29	6	64	1,1	0,7	0,1	1,9	hbo, wo
								arbeidsmarktpositie
34	30	5	57	0,6	0,5	0,1	1,1	werkende
37	45	12	70	1,2	1,3	0,2	2,7	niet werkzaam of studierend
14	7	4	23	0,2	0,0	0,0	0,2	scholier/student

^a Tenminste één kwartier besteed in onderzoekswEEK

Bron: Sociaal en Cultureel Planbureau, Tijdsbestedingonderzoek 1975-2000

Volgens tabel 2.9 is het bereik van kranten en dagbladen bij vrouwen net iets groter dan bij mannen (58% versus 56%) en besteden mannen gemiddeld iets meer tijd aan het lezen van kranten dan vrouwen (1,6 versus 1,4). De tabel laat ook zien dat het bereik van kranten onder jongeren laag is: onder jongeren heeft de hebben kranten slechts een bereik van 18 procent. Ook onder jongvolwassenen (in de leeftijdscategorie 20 tot en met 34 jaar) is het bereik laag: in deze categorie is het bereik van kranten slechts 37 procent. Degene uit deze leeftijdscategorieën die nog wel tijd besteden aan het lezen van kranten besteden hier ook nog eens weinig tijd aan: jongeren (de leeftijdscategorie 12 tot en met 19 jaar) gemiddeld 0,2 uur per week en jongvolwassenen (de leeftijdscategorie 20 tot en met 34 jaar) 0,4 uur per week. Onder 65-plussers en 50 tot en met 64-

jarigen is het bereik van kranten en dagbladen wel groot (respectievelijk 79% en 78%). Zie besteden ook per week de meeste tijd aan het lezen van kranten en dagbladen: de 65-plussers gemiddeld 3,7 uur en de leeftijdscategorie 50 tot en met 64 jaar gemiddeld 2,4 uur. Qua gezinspositie is het bereik van kranten en dagbladen is het hoogste onder paren zonder kinderen (68%), gevolgd door ouders met kinderen (55%) en daarna volgen de alleenstaanden (59%). Onder thuiswonende kinderen is het bereik van kranten en dagbladen het duidelijkst laagste (25%). Op het gebied van opleidingsniveau is onder hoogopgeleiden (hbo, wo) is zowel het bereik (64%) als de leestijd (1,9 uur per week) het hoogst. Opmerkelijk is dat daarna de laagopgeleiden (lo, lbo, mavo, vmbo) volgen qua bereik (55%) en leestijd (1,6 uur). Degenen met een midden opleidingsniveau (mbo, havo, vwo) besteden gemiddeld het minste aantal uren per week aan het lezen van kranten en dagbladen (1,2 uur) en onder het is ook het bereik van kranten en dagbladen het laagst (51%). Onder niet-werkenden en niet-studerende personen is het bereik hoog (70%) en deze groep besteed ook gemiddeld veel tijd aan het lezen van kranten en dagbladen (2,7 uur per week). Onder scholieren en studenten is het zowel het bereik laag van kranten en dagbladen laag (23%), alsmede het aantal uren dat zij besteden aan het lezen van kranten en dagbladen per week (0,2 uur). Onder werkenden is het bereik van dagbladen en kranten 57% en zij besteden gemiddeld 1,1 uur per week aan het lezen van kranten en dagbladen.

2.1.2.4 Tijdsbesteding aan computergebruik (SCP)

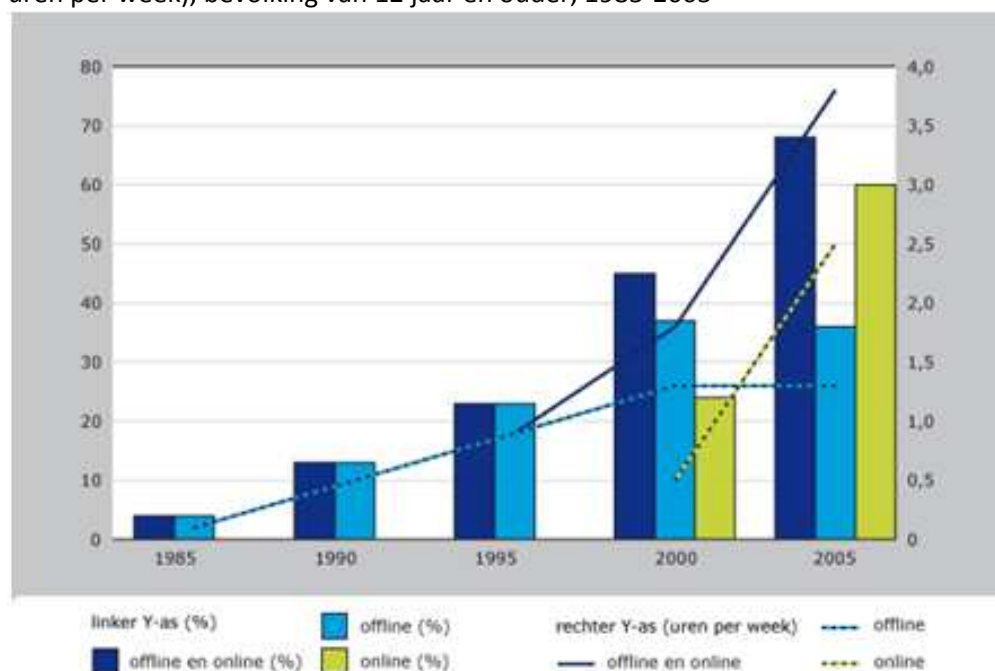
De toename van het computergebruik volgt de toename van de aanwezigheid van computers in huishoudens. Tussen 1985 en 2000 steeg het aandeel Nederlanders dat thuis over een computer kon beschikken namelijk van 18% naar 70%. In 2005 kon 87% van de Nederlanders thuis over een computer beschikken (Breedveld *et al.*, 2006). Het aandeel van de Nederlandse bevolking dat thuis een internetaansluiting heeft steeg van 16% in 1998 naar 86% in 2008 (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2008). In tabel 2.10 en figuur 2.4 zie je dat het online computergebruik in de vrije tijd is vervijfvoudigd van 0,5 uur per week in 2000 naar 2,5 per week. Het offline gebruik van de computer is in de periode 2000-2005 gestagneerd.

Tabel 2.10: Computergebruik offline en online als hoofdactiviteit, bevolking 12 jaar en ouder, 1975-2005 (in percentages en uren per week)

1985	1990	1995	2000	2005	
					deelname (%)
4	13	23	45	68	offline en online
4	13	23	37	36	Offline
			24	60	Online
					Tijdsbesteding (uren per week)
0,1	0,5	0,9	1,8	3,8	offline en online
0,1	0,5	0,9	1,3	1,3	offline
			0,5	2,5	online

Bron: Sociaal en Cultureel Planbureau, Tijdsbestedingonderzoek 1975-2005

Figuur 2.4: Offline en online computergebruik: deelname (in % van bevolking) en tijdsbesteding (in uren per week), bevolking van 12 jaar en ouder, 1985-2005



Bron: Sociaal en Cultureel Planbureau, Tijdsbestedingonderzoek 1975-2005

Als we verder kijken naar de toename van computergebruik zien we in tabel 2.11 dat het voornamelijk jongeren zijn die veel gebruik maken van de computer in hun vrije tijd. De ontwikkeling van internet als sociaal medium, met voor de jongeren programma's als MSN en Hyves, is hier de voornaamste oorzaak van (Breedveld *et al.*, 2006). In tabel 2.12 is duidelijk te zien dat het jongeren zijn die wekelijks veel tijd aan msn'en en chatten besteden (3,8 uur per week). In tabel 2.11 zie je dat onder jongeren het offline gebruik tussen 2000 en 2005 een klein beetje daalt (van 2,7 uur per week naar 2,3 uur per week). Het online gebruik van de computer stijgt bij jongeren in de periode 2000-2005 daarentegen spectaculair: van 0,7 uur per week in 2000 naar 6,2 uur per week in 2005.

Tabel 2.11: Computergebruik offline en online (als hoofdactiviteit, alleen vrije tijd), naar leeftijd, bevolking van 12 jaar en ouder, 1975-2005 (in uren per week)

	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005
offline			0,1	0,5	0,9	1,3	1,3
12-19 jaar			0,4	0,8	1,9	2,7	2,3
20-34 jaar			0,1	0,5	1,3	1,0	1,3
35-49 jaar			0,1	0,5	0,8	1,4	0,9
50-64 jaar			0,1	0,5	0,5	1,2	1,2
≥ 65 jaar			0,0	0,1	0,3	0,5	1,1
online						0,5	2,5
12-19 jaar						0,7	6,2
20-34 jaar						0,6	2,9
35-49 jaar						0,6	2,3
50-64 jaar						0,5	1,8
≥ 65 jaar						0,1	0,8

Bron: Sociaal en Cultureel Planbureau, Tijdsbestedingonderzoek 1975-2005

Tabel 2.12: Online pc-gebruik naar soort gebruik en leeftijdsgroep, bevolking van 12 jaar en ouder, 2005 (in uren per week)

e-mailen	msn'- en, chat- ten	ga- mes	streaming video/ audio	nieuws/ kranten lezen	telebankieren/ -shoppen	gericht overige info zoeken	zo- maar wat surfen	to- taal	
0,4	0,7	0,4	0,1	0,1	0,1	0,4	0,3	2,5	allen
0,2	3,8	1,4	0,1	0,0	0,0	0,3	0,5	6,2	12-19 jaar
0,5	0,7	0,4	0,1	0,1	0,1	0,5	0,5	2,9	20-34 jaar
0,7	0,1	0,3	0,1	0,1	0,2	0,5	0,4	2,3	35-49 jaar
0,5	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,4	0,2	1,8	50-64 jaar
0,2	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,8	65 jaar en ouder

Bron: Sociaal en Cultureel Planbureau, Tijdsbestedingonderzoek 1975-2005

Tabel 2.13: Tijdsbesteding aan computergebruik, bevolking van 12 jaar en ouder, 1985-2005 (in uren per week)

1985	1990	1995	2000	2005	
0,1	0,5	0,9	1,8	3,8	totaal
					sekses
0,3	0,8	1,5	2,5	5,2	man
0,0	0,1	0,4	1,0	2,4	vrouw
					leeftijd
0,4	0,8	1,9	3,4	8,6	12-19
0,1	0,5	1,3	1,6	4,2	20-34
0,1	0,5	0,8	2,0	3,2	35-49
0,1	0,5	0,5	1,7	3,0	50-64
0,0	0,1	0,3	0,6	1,9	65+
					gezinspositie
0,3	0,7	2,0	2,7	7,8	thuiswonend kind
0,1	0,5	0,9	1,5	3,4	alleenstaande
0,1	0,3	0,7	1,4	2,9	paar zonder kinderen
0,1	0,5	0,6	1,8	2,9	ouder(s)
					opleidingsniveau ^b
0,1	0,2	0,7	1,4	3,3	lo, lbo, mavo, vmbo
0,3	0,5	0,9	2,1	4,2	mbo, havo, vwo
0,1	1,1	1,4	1,9	3,9	hbo, wo
					arbeidsmarktpositie
0,1	0,6	0,9	1,7	3,0	werkende
0,0	0,2	0,6	1,2	3,2	niet werkzaam of studerend
0,4	0,9	2,2	3,4	8,3	scholier/student

Tabel 2.14: Tijdsbesteding aan computergebruik in 2000 opgesplitst in online en offline

2000		
	Internet	ander computer-gebruik
bevolking 12 jaar en ouder	0,5	1,3
man	0,7	1,8
vrouw	0,3	0,7
12-19 jaar	0,7	2,7
20-34 jaar	0,6	1,0
35-49 jaar	0,6	1,4
50-64 jaar	0,5	1,2
≥ 65 jaar	0,1	0,5
12-19 jaar	0,7	2,7
20-34 jaar	0,6	1,0
35-49 jaar	0,6	1,4
50-64 jaar	0,5	1,2
≥ 65 jaar	0,1	0,5
inwonend bij ouders	0,6	2,1
alleenwonend	0,5	1,1
met partner zonder kinderen	0,5	1,0
ouder met thuisw. kind(eren)	0,5	1,3
lo, lbo, mavo	0,3	1,1
mbo, havo, vwo	0,6	1,5
hbo, wo	0,7	1,2
studerend, schoolgaand	0,7	2,6
werkend	0,6	1,2
huishouding	0,3	0,8
werkloos, arbeidsongeschikt	1,1	1,9
gepensioneerd	0,1	0,6

Uit tabel 2.13 blijkt dat het gemiddeld aantal uren dat de Nederlandse bevolking in een week in zijn vrije tijd achter de achter computer doorbrengt steeg van 0,9 uur in 1995 naar 3,8 uur in 2005. Met name in de periode 2000-2005 is het computergebruik gestegen: van 1,8 gemiddeld in 2000 naar 3,8 uur in 2005. Van de bijna 2 uur in 2000 werd een half uur aan internet besteed dat is af te leiden uit tabel 2.14. Voor alle bevolkingsgroepen geldt dat de gebruiksduur van de computer in de vrije tijd per week tussen 2000 en 2005 is gestegen. Deze stijging komt met name omdat er in elke bevolkingsgroep meer mensen een computer zijn gaan gebruik gebruiken en in mindere mate door een langere computertijd per gebruiker (Huysmans *et al.*, 2004). Ouderen en vrouwen besteden minder tijd aan de computer dan jongeren en mannen en die verschillen zijn nog groter geworden. Het wekelijkse computergebruik van vrouwen is ruimschoots verdubbeld tussen 2000 en 2005 (1,0 uur in 2000 en 2,4 uur in 2005) en het computergebruik van mannen is van 2,5 uur per week in 2000 naar 5,2 uur per week in 2005 gegaan. Het verschil tussen mannen en vrouwen groeide van 1,5 uur in

2000 naar 2,8 uur in 2005. Onder 65-plussers verdubbelde het computergebruik zelfs tussen 2000 (0,6 uur per week) en 2005 (1,9 uur per week), maar toch raakten ouderen hiermee toch verder achterop bij de jongeren. Jongeren tussen de 12 en 19 jaar zijn de grootste gebruikers van de computer. In 2005 zaten zij gemiddeld 8,6 uur per week achter de computer. Ook zien we in tabel 2.14 dat het gebruik van internet relatief laag is onder vrouwen, ouderen en lager opgeleiden. Mannen zitten wekelijks meer dan twee keer zo lang op internet als vrouwen (0,7 uur voor mannen versus 0,3 uur voor vrouwen). Werkenden en studerende gebruiken internet gemiddeld ruim een half uur per week, terwijl gepensioneerden gemiddeld niet verder komen dan 6 minuten. Werklozen en arbeidsongeschikten maken daarentegen gemiddeld 1,1 uur per week gebruik van internet.

2.1.3 Samenvatting empirische gegevens

Zowel uit het tijdsbestedingonderzoek van het SCP alsook uit het onderzoek van stichting NOM komt naar voren dat laagopgeleiden meer tijd besteden aan televisie kijken dan hoogopgeleiden. Daarnaast komt uit het onderzoek van stichting NOM naar voren dat mensen met een laag inkomen meer tijd besteden aan televisie kijken. Het SCP splitst in het tijdsbestedingonderzoek de sociaal-demografische kenmerken niet uit naar inkomen(sgroepen) uit. Uit het onderzoek van stichting NOM en het tijdsbestedingonderzoek van het SCP komt eveneens naar voren dat ouderen meer tijd besteden aan televisie kijken dan jongeren. Uit het tijdsbestedingonderzoek van het SCP komt naar voren dat het de mannen zijn die meer tijd besteden aan televisie kijken. Uit de gegevens van stichting NOM blijkt juist dat vrouwen meer tijd besteden aan televisie kijken dan mannen.

Het onderzoek van stichting NOM en het tijdsbestedingonderzoek van het SCP laten zien dat laagopgeleiden meer tijd besteden aan radio dan hoogopgeleiden. Bij luisteren naar de radio als hoofdactiviteit is het volgens het tijdsbestedingonderzoek zo dat laagopgeleiden het meest naar de radio luisteren gevolgd door mensen met een midden opleidingsniveau en de hoogopgeleiden besteden hier de minste tijd aan. In het tijdsbestedingonderzoek gekeken naar luisteren naar de radio als hoofd- en nevenactiviteit zijn het ook de laagopgeleiden die meer luisteren dan de hoogopgeleiden, maar luisteren de categorie met een gemiddeld opleidingsniveau het meest naar de radio. Het tijdsbestedingonderzoek van het SCP splitst zijn gegevens niet uit naar inkomen(sgroepen). Het onderzoek van stichting NOM laat zien dat mensen met laag inkomen meer tijd besteden aan radio luisteren dan mensen met een hoog inkomen. Het tijdsbestedingonderzoek van het SCP geeft aan dat als het om radio luisteren puur als hoofdactiviteit gaat de mensen van 65 jaar en ouder het meest naar de radio luisteren, gevolgd door de leeftijdscategorie 50 tot en met 64 jaar, daarna volgen de jongeren van 12 tot en met 19 jaar, daarop volgt de leeftijdscategorie 35 tot en met 49 jaar en de leeftijdscategorie 20 tot en met 34 jaar besteedt de minste tijd aan radio luisteren als hoofdactiviteit. Als het om radio luisteren zowel als hoofd- en als nevenactiviteit zijn het juist de mensen van 20 tot en met 34 die het meest luisteren, gevolgd door de leeftijdscategorie 35 tot en met 49 jaar, daarna volgen de 50 tot met 64-jarigen, daarop volgende de 65-plussers en de jongeren van 12 tot en met 19 jaar luisteren dan het minst naar de radio. Zowel uit het onderzoek van stichting NOM als door het tijdsbestedingonderzoek van het SCP blijkt dat als het gaat om radio luisteren als hoofd- en nevenactiviteit tezamen dat mannen meer tijd besteden aan radio luisteren. Het tijdsbestedingonderzoek geeft aan dat als het gaat om radio luisteren als hoofdactiviteit er tussen mannen en vrouwen geen verschil is.

Zowel het onderzoek van stichting NOM als het tijdsbestedingonderzoek van het SCP laten zien dat hoogopgeleiden meer tijd besteden aan het lezen van kranten. Het tijdsbestedingonderzoek geeft echter aan dat hoogopgeleiden meer tijd besteden aan het lezen van kranten dan laagopgeleiden, maar degene met een midden opleidingsniveau de minste tijd besteden aan het lezen van kranten. Het tijdsbestedingonderzoek van het SCP splitst zijn gegevens niet uit naar inkomen(sgroepen). Het onderzoek van stichting NOM laat zien dat mensen met een hoog inkomen meer tijd besteden aan het lezen van kranten dan mensen met een laag inkomen. Beide onderzoeken laten zien dat ouderen meer tijd besteden aan het lezen van kranten dan jongeren en dat mannen meer tijd besteden aan het lezen van kranten dan vrouwen.

Het onderzoek van stichting NOM geeft aan dat hoogopgeleiden, mensen met een hoger inkomen, jongere mensen en mannen respectievelijk meer tijd besteden aan internet dan mensen met een lagere opgeleiden, mensen met een laag inkomen, oudere mensen en vrouwen. Uit de gegevens van het SCP blijkt ook dat hoogopgeleiden, mannen en jongeren respectievelijk meer tijd besteden aan internet dan laagopgeleiden, ouderen en vrouwen. Het tijdsonderzoek van het SCP splitst zijn gegevens niet uit naar inkomen(sgroepen).

2.2 Theoretische achtergrond over mediagebruik in het algemeen

2.2.1 Maatschappelijk ontwikkelingen in het algemeen

Tussen 1930 en 1940 was er zeer sterk in Nederland en in andere Westerse landen sprake van een massacultuur. De productie en distributie van goederen en diensten gebeurde op grote schaal. Mensen luisterden massa naar de radio. Gaandeweg vond er steeds meer individualisering plaats (Huysmans *et al.*, 2004). In de jaren '90 van de vorige eeuw kwam er een computer in steeds meer huishoudens. Door de komst van internet kon er op afstand gecommuniceerd worden en konden mensen snel informatie verkrijgen. Sinds de jaren '70 is er ook op sociaal-structureel en op sociaal-cultureel gebied veel veranderd. Vier belangrijke sociaal-structurele ontwikkeling zijn: demografische veranderingen, uitbereiding van het onderwijs, groeiende tijdsdruk en stijging van de welstand (Huysmans *et al.*, 2004).

Op demografisch gebied is de leeftijdsopbouw van de Nederlandse bevolking sterk veranderd: er heeft vergrijzing plaatsgevonden. Was meer dan een derde van de bevolking in 1975 nog jonger dan 20, in 2000 was dat nog maar een vierde. Ook werden Nederlanders tussen 1975 en 2000 gemiddeld 5 jaar ouder (Huysmans *et al.*, 2004). Wat je ook ziet is dat vanaf dit moment (2010) is dat de babyboomgeneratie de pensioengerechtigde leeftijd nadert. Daarnaast is de bevolkingomvang gegroeid van 13,5 miljoen in 1975 naar 16,5 miljoen in 2010 (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2010). Dit betekent dat het aantal potentiële mediagebruikers ook is gegroeid. De samenstelling van de bevolking ook veranderd omdat dat het aandeel etnische minderheden is toegenomen.

Door de uitbereiding van het onderwijs en de steeds kleiner wordende gezinnen hoefden ouders niet langer te kiezen welke kind wel en wel kind niet door mag leren. De toegankelijkheid van het middelbare en het hoger onderwijs werd ook groter. Het gevolg daarvan is dat de gemiddelde leeftijd tot waarop jongeren onderwijs volgen is toegenomen en daarmee nam ook het gemiddelde opleidingsniveau toe. Ook is het tegenwoordig niet meer zo dat vrouwen automatisch lager opgeleid zijn dan mannen. Vrouwen zijn tegenwoordig zelfs oververtegenwoordigd in het hoger onderwijs (Huysmans *et al.*, 2004).

Ook de tijdsdruk is gegroeid aan het eind van de twintigste eeuw. In periode 1985-2000 kwamen er ruim twee miljoen arbeidsplaatsen bij en die werden voor 60% opgevuld door vrouwen. Vrouwen gingen meer buitenshuis werken. Er kwamen meer tweeverdienershuishouden of eigenlijk meer anderhalfverdienershuishouden (man werkt fulltime, vrouw parttime) en in termen van inkomen 1,3-verdieners (Huysmans *et al.*, 2004). In het huishoudelijk werk vond er zodoende ook herverdeling plaats, zij het alleen in wat minder mate. Mannen worden namelijk meer ingeschakeld in het huishouden. In de dertig jaar tussen 1975 en 2005 steeg het aandeel taakcombineerders (meer dan 12 uur betaald werk per week & meer dan 12 uur zorgtaken) onder mensen van 20 tot 65 jaar van 14 naar bijna 40 procent. In 1975 bedroeg het aandeel taakcombineerders zowel voor mannen als vrouwen 14%. Nadat de groei van taakcombinatie vanuit deze gelijke startpositie onder mannen en vrouwen enige jaren een gelijke trend hield, is er inmiddels een aanzienlijk verschil tussen mannen en vrouwen ontstaan. Vrouwen hebben in 2005 vaker te maken met het combineren van betaald werk en huiselijke zorgtaken te maken dan mannen (Van den Broek & Breedveld, 2006). Door de groeiende tijdsdruk is er minder vrije tijd overgebleven met name voor deze categorie

mensen. De afname van de gemiddelde hoeveelheid vrije tijd tussen 1975 en 2000 is 2,5 uur per week (Huysmans *et al.*, 2004).

Hoewel men dus minder vrije tijd kreeg, had men wel meer geld te besteden. Als je corrigeert voor de inflatie en de dalende hoeveelheid vrije tijd meeneemt is de kapitaalintensiteit per uur vrije tijd tussen 1975 en 2000 verdubbeld (Huysmans *et al.*, 2004). Wat je ziet is dat meer huishoudens zich meerdere televisie, een videorecorder en later een dvd-speler en een computer konden veroorloven (Huysmans, 2004). Het aantal media-apparaten per huishouden lag in 2000 dan ook tweeënehalf keer zo hoog als in 1975 (Van den Broek, 2001).

Naast deze vier sociaal-structurele ontwikkelingen, vonden er ook sociaal-culturele ontwikkelingen plaats namelijk individualisering, informalisering, internationalisering en intensivering.

‘Individualisering is het nog altijd voortgaande proces van verminderende afhankelijkheid van het individu van één of enkele personen in zijn directe omgeving en van toenemende vrijheid van keuze met betrekking tot de inrichting van het eigen leven’ (Schnabel, 2000: 22). Het leven ligt nu bij de geboorte een stuk minder vast dan vroeger. De keuzemogelijkheden zijn gegroeid: wat voor opleidingsniveau en opleidingsrichting, wat voor soort baan, wel of geen partner en wel of geen kinderen (Huysmans, 2004). Dit is deels te verklaren door de onderwijsexpansie. Doordat de vroegere restricties op het volgen van hoger onderwijs wegvielen, kwam de keus om een hoog opleidingsniveau te kiezen en te gaan studeren lossen te staan van het milieu van herkomst. Daarnaast zie je ook een toename van individualisering doordat het aantal eenpersoonshuishoudens groeide. Was in 1975 slechts een vijfde van de huishoudens een eenpersoonshuishouden, in 2000 was dat al een derde. Hierdoor groeide het totale aantal huishoudens. Naast de groei van eenpersoonshuishoudens werden de meerdere-persoonshuishoudens steeds kleiner. De individualisering heeft vooral veel effect gehad op de levensloop van vrouwen. Jongeren, vooral meisjes, volgen nu langer onderwijs dan voorheen. Veel meer vrouwen blijven ook werken. Dit zorgt er deels voor dat vrouwen langer wachten met het aangaan van lange relaties en het krijgen van kinderen. Zo is de gemiddelde leeftijd waarop mensen voor het eerst in het huwelijk treden tussen 1975 en 2000 gestegen van met ongeveer zes jaar. De arbeidsparticipatie van de vrouwelijk potentiële beroepsbevolking steeg in tussen 1975 en 2000 van 29% naar 52% (Huysmans *et al.*, 2004). Daarnaast vindt er ook binnen huishouden individualisering plaats. Door de welvaartstijging beschikken huishoudens vaak over meer media-apparatuur en kan ieder zijn eigen gang gaan.

‘Individualisering leidt tot onthiërarchisering van de samenleving en tot grotere gelijkheid in de menselijke verhoudingen. Informalisering past daarbij, maar is toch veel meer dan alleen het lossen worden van de omgangsvormen. Informalisering wordt maatschappelijk vooral zichtbaar in de vorm van deinstitutionalisering van organisaties en organisatievormen, zoals die zich vooral in de negentiende en de eerste helft van de twintigste eeuw hebben ontwikkeld. Organisaties krijgen in de eenentwintigste eeuw het karakter van netwerken, die in veel opzichten virtueel van aard zullen zijn’ (Schnabel 2000: 23). Het vervagen van rangen en standen zorgt er dus voor dat er meer individuele keuzes zijn, maar heeft ook tot meer onderlinge gelijkheid geleid (Huysmans, 2004).

Informatisering is ook een sociaal-culturele ontwikkeling die plaatsvindt. Er zijn gebruiksvriendelijk en betaalbare hardware en software gekomen voor de computer, het computer gebruik neemt toe en het internet is opgekomen. Opslag van informatie gebeurt steeds vaker digitaal; wat zorgt dat de mogelijkheid van informatie uit te wisselen wordt vergroot en wordt bevorderd. De opkomst van ICT vindt zowel thuis, op werk als in het onderwijs plaats. Het toenemend belang van ICT sluit ook aan bij de overgang naar een diensteneconomie. Steeds minder arbeid betreft de mechanische productie van goederen, steeds meer arbeid wat betreft digitale productie van diensten. Kennis en vaardigheden om met informatie om te gaan nemen dus een steeds belangrijkere rol in (Huysmans *et al.*, 2004). Een andere trend die je ziet in het digitalisering. Digitalisering is het vervangen van analoge signalen door digitale, wat voordelen heeft voor verspreiding en opslag van die informatie (Huysmans *et al.*, 2004). Cassettebandjes en videobanden zie je al bijna niet meer. Usb, dvd, digitale opslag en compressietechnieken (mp3, mp4) zie je al volop. Ook digitale radio en televisie i.p.v. analoog zie je steeds meer. Er komen nieuwe

communicatiekanalen en informatiedragers bij. De 'oudere' varianten dalen dan in populariteit, maar verdwijnen zelden in zijn geheel. In plaatst daarvan worden ze opgeslokt in de nieuwe communicatie-infrastructuur (Van Dijk, 2001).

Ook heeft er internationalisering plaatsgevonden. Vandaag de dag kan er veel sneller en gemakkelijker worden gereisd over de wereld en door de opkomst van onder andere het internet is communiceren met de ander kant van de wereld makkelijker geworden. Door de internationalisering is de betekenis van grenzen en van afstanden afgenomen. Niet alleen als toerist, maar ook als (arbeids)migrant gaan we makkelijker de grenen over (Huysmans *et al.*, 2004). Hierdoor maken mensen vaker kennis met andere culturen en levensstijlen. Ook de media is internationaler geworden. Via televisie kan men elke dag in aanraking komen met andere culturen.

Tot slot heeft er ook nog intensivering plaatsgevonden. Intensivering wijst naar het verlangen van een intense beleving en ervaring. 'Is het nog leuk?' (Schnabel 2000:25) is een vraag die mensen vaker aan zich zelf stellen. Het experience-karakter van activiteiten wordt meer benadrukt (Huysmans *et al.*, 2004).

2.2.2 Gevolgen van de maatschappelijke ontwikkelingen op het mediagebruik

De hierboven beschreven ontwikkelingen op maatschappelijk gebied hebben invloed op de keuzes die men maakt uit het media-aanbod.

Op demografische gebied vindt er vergrijzing plaats. Dit hoeft niet direct gevolgen te hebben voor de mediavorkeuren op individueel niveau (Huysmans *et al.*, 2004). Wel kan het zo zijn doordat er steeds meer ouderen komen dat het mediagebruik van 'de bevolking' verandert, omdat de bevolking nu anders is samengesteld (namelijk uit meer ouderen). Ouderen hebben vaker een voorkeur voor kranten, radio en televisie: zij zijn gewend aan deze 'oude' media. Jongeren daarentegen worden meer aangetrokken door internet (Huysmans *et al.*, 2004). Ouderen zijn in die zin conservatiever in hun mediagebruik. Daarnaast is het volgens de socialisatie-interpretatie zo dat de omstandigheden waarin je opgroeit het gedrag in het verdere leven sterk beïnvloeden (Huysmans *et al.*). Zo worden degene die na 1960 zijn geboren de televisiegeneratie genoemd (Peiser, 1996) en degene die na 1980 zijn geboren de internetgeneratie (Van Steensel, 2000). Er speelt hier een generatie-effect mee. Bovendien betekent de groei van de bevolking ook een groei van het aantal potentiële mediaconsumenten.

Door onderwijsexpansie heeft er een stijging van het gemiddelde opleidingsniveau plaatsgevonden. Dit draagt eraan bij dat beperkingen in de zin van gebrek aan kennis en vaardigheden zijn verminderd. Competentie zorgt voor toegang tot activiteiten en tot media die een groot beroep doen op die kennis en vaardigheden. Hoger opgeleiden hebben dan een uitgebreider en meer divers vrijetijdspatroon dan lager opgeleiden, met name als het gaat om het bezoek aan culturele instellingen (Van Ophem & De Hoog, 1998; De Haan & Knulst, 2000). Hoger opgeleiden lezen ook meer boeken en kranten dan lager opgeleiden en kijken minder televisie (Huysmans en De Haan, 2001) Kijkend naar de stijging van het opleidingsniveau had dan ook verwacht mogen worden dan Nederlanders cultureel actiever zijn geworden en minder tijd aan media zouden zijn gaan besteden. Dit blijkt echter niet het geval te zijn. Omdat mannen en vrouwen qua opleidingsniveau en arbeidsparticipatie steeds meer naar elkaar toe groeien, zou het mediagebruik ook steeds meer op elkaar kunnen gaan lijken (Huysmans en De Haan, 2001).

Mensen hebben over het algemeen iets minder vrije tijd gekregen, omdat men meer is gaan werken. Er zijn personen die met media werken en zodoende hun mediacompetentie vergroten en daardoor ook in hun vrije tijd veel verschillende mediatypes benutten. Internetgebruik op het werk is een voorbeeld van iets wat een stimulans kan zijn voor het internet thuis. Tweeverdieners met een drukke baan en jonge kinderen en andere taakcombineerders zullen weinig tijd hebben voor mediagebruik. Personen van boven de vijftig jaar zullen echter weer meer tijd hebben voor mediagebruik: het aantal werkende vrouwen ligt in die categorie lager en ook de arbeidsdeelname van mannen is lager (vervroegd pensioen, arbeidsongeschikt en werkloosheid zijn hier vaak de oorzaak van) (Knulst & van Beek, 1990). Daarnaast zijn de kinderen op die leeftijd groter of al het huis uit. De hoeveelheid vrije tijd neemt dan toe. Na pensioengerechtigde leeftijd (vijfenzestig jaar)

heeft men nog meer vrije tijd. Jongeren daarentegen hebben het vaak druk en zijn vaak thuis als eerst met de computer in aanraking gekomen, bij ouderen was dat eerste contact met de computer vaak op het werk (Huysmans *et al.*, 2004).

Ook inkomen heeft invloed op de media-uitrusting van het huishouden (Huysmans, 2004). Naarmate het inkomen hoger is kan er ook meer geld worden uitgegeven aan media-uitrusting. Toch waren het de lagere statusgroepen die het eerst over radio en televisie beschikten (Knulst en Kalmijn, 1998). De eerste radio- en televisietoestellen werden gezien als statussymbolen waarvan werd gedacht dat de snelste verspreiding juist onder hogere statusgroepen zou zijn. Toch waren het de lager opgeleiden (eerst die met de hogere inkomens) die vooropliepen bij de verspreiding van radio en televisie omdat zij vooral uit waren op de status en op de vrijetijdsvermaak van radio en televisie. De inhoud van de radio- en televisieprogramma's stond lagere statusgroepen in eerste instantie meer aan de hogere. De hogere statusgroepen andere vormen van vrijetijdsbesteding als statussymbool (Knulst en Kalmijn, 1988). Meer inkomen kan ervoor zorgen dat nieuwe media gemakkelijker te verkrijgen is, maar brengt ook met zich mee dat andere vormen van vrijetijdsbesteding die meer geld kosten kunnen worden gedaan (bijv. een concert bezoek of uit eten gaan). Hierdoor blijft er minder tijd over en minder behoefte aan mediagebruik (Huysmans *et al.*, 2004).

Naast de hierboven beschreven gevolgen van sociaal-structurele veranderingen op het gebruik van media, hebben ook sociaal-culturele veranderingen invloed gehad op het mediagebruik.

Individualisering heeft invloed op het mediagebruik. Als huishoudens kleiner worden en er meer huishoudens komen doordat er meer éénpersoonshuishoudens zijn, zijn er meer potentiële afnemers voor media-apparaten en abonnementen (Huysmans *et al.*, 2004). Wanneer er verdere individualisering plaatsvindt binnen het huishouden is er ook grote behoefte aan media-uitrusting. Ook zorgt dit ervoor dat mediagebruik steeds meer een individueel en persoonlijk wordt. De media kunnen hier ook op in spelen door bijvoorbeeld televisiezenders te maken met een duidelijk publieksprofiel. De televisiezender NET 5 is hier een voorbeeld van: deze zender richt zich op de jonge, hoger opgeleide vrouw (in het bijzonder de leeftijdscategorie 20-34). Voor producten van cosmetica is dit bijvoorbeeld een aantrekkelijk doelgroep.

Informalisering kan ervoor zorgen dat de voorkeur van formele contacten (via brieven) wordt vervangen door meer informele vormen van communicatie zoals e-mail. De scheiding tussen werk en privé kan worden verkleind, doordat e-mail en internet zowel thuis als op het werk toegankelijk zijn (Huysmans *et al.*, 2004).

Informatisering verwijst naar de toegenomen betekenis van informatie en de grotere keuze aan informatiekkanalen. Door ICT-innovaties (komst van de kabel, internet etc.) is het media-aanbod enorm gegroeid (Huysmans *et al.*, 2004)

Het media-aanbod in Nederland is internationaler geworden en dit komt door technologische innovaties en economische schaalvergroting, maar ook omdat meer etnische groepen zich in Nederland hebben gevestigd en zij vragen naar niet-Nederlands media (Huysmans *et al.*, 2004). Internet is helemaal een wereldwijd medium. Vanuit een huiskamer uit een willekeurig land is nagenoeg het hele wereldwijde web toegankelijk.

Media is vaak een vorm van vermaak en kan zo tegemoet komen aan het verlangen naar intensieve ervaringen. Met name commerciële radio- en televisiezenders spelen hierop in (Huysmans *et al.*, 2004).

Er bestaat een positief verband tussen opleidingsniveau en inkomen: mensen met een laag opleidingsniveau beschikken vaak over een laag inkomen en mensen met een hoog opleidingsniveau beschikken vaak over een hoog inkomen (Greshuny, 2000). Mensen met een laag inkomen en mensen met een laag opleidingsniveau beschikken over meer vrije tijd omdat in deze categorie ook veel werklozen en arbeidsongeschikten zitten. De groep mensen met een laag inkomen en mensen met een laag opleidingsniveau dan wel meer vrije tijd, maar hebben minder geld te besteden (Gershuny, 2000; Van Ophem & De Hoog, 1998). De activiteiten van mensen met en laag inkomen en

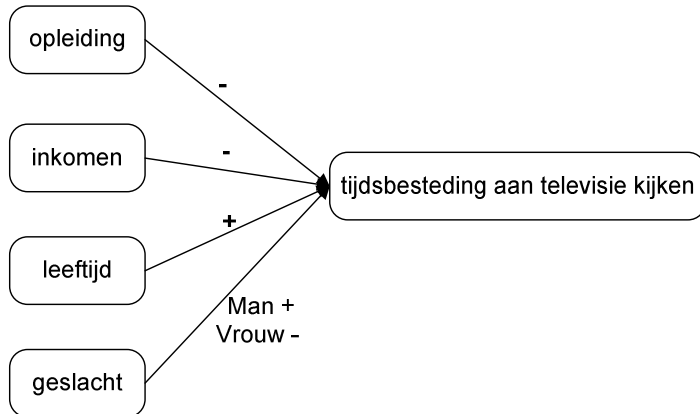
een laag opleidingsniveau zou daarom minder divers zijn (Van Ophem & De Hoog, 1998). Televisie kijken en radio luisteren zullen daarom activiteiten zijn die door deze categorie mensen veel wordt gedaan. Dit zijn namelijk activiteiten die binnenshuis plaats kunnen vinden en niet veel geld kosten. Voor activiteiten buitenshuis is mobiliteit nodig en daaraan zijn kosten verbonden. Bij activiteiten binnenshuis zoals radio luisteren en televisie kijken heb je deze kosten niet en dat maakt ze aantrekkelijk voor mensen met een laag inkomen. Televisie, radio en kranten zijn 'oude' media en zodoende populair bij ouderen. Ouderen zijn vertrouwd geraakt aan deze media en daarom volop gebruik maken van deze media. Jongeren daarentegen zijn in hun kindertijd thuis al in aanraking gekomen met de computer, bij ouderen was het eerste met de computer vaak op het werk (Huysmans *et al.*, 2004). Jongeren zijn daarom meer vertrouwd met de computer dan ouderen en zouden meer tijd aan internet besteden dan ouderen. Ook hoogopgeleiden en mensen met een hoog inkomen zijn meer vertrouwd met het internet en zullen hier meer tijd aan besteden. Hoogopgeleiden en mensen met een hoog inkomen zijn via hun werk eerder in aanraking gekomen met het internet dan laagopgeleiden en mensen met een laag inkomen (Huysmans *et al.*, 2004). De krant is een medium dat enig intellectueel niveau vergt (Van Snippenburg, 1993). Hoger opgeleiden en ouderen zullen door opleiding en levenservaring eerder over een hoger intellectueel niveau beschikken en daarom meer tijd besteden aan het lezen van kranten. Daarnaast is het lezen van kranten een methode om jezelf te ontwikkelen (Van Snippenburg, 1993). Uit de theorie van Maslow over menselijke behoeften komt naar voren dat menselijke behoeften hiërarchisch geordend zijn. Naarmate de aan zogeheten 'basic needs', dat wil zeggen aan de behoeften aan fysieke veiligheid en zekerheid, beter is voldaan, zullen mensen meer gaan streven naar het bevredigen van hogere behoeften, de zogeheten 'growth needs' (Solomon *et al.*, 2006). Zij met een hoger inkomen hebben de fysieke behoeften meer zeker gesteld en zodoende een grotere ontplooiingsbehoefte hebben. Daarnaast besteden mannen meer tijd aan media dan vrouwen (Broek & Breedveld, 2006a).

2.3 Hypotheses over het mediagebruik in het algemeen

Op sociaal-structureel en sociaal-cultureel gebieden hebben aantal ontwikkelingen plaatsgevonden die het mediagebruik hebben doen veranderen. Het kleiner worden van gezinnen heeft het mediagebruik individueler gemaakt (Huysmans *et al.*, 2004). Onderwijs, tijdsdruk en welvaart zijn toegenomen evenals individualisering, informalisering, informatisering, internationalisering en intensivering (Huysmans *et al.*, 2004). Bekend is dus dat laagopgeleiden en mensen met laag inkomen veel televisie kijken en radio luisteren omdat dit een relatief goedkope vorm is van vrijetijdsbesteding, er geen mobiliteit voor vereist is en er televisie- en radioprogramma's bestaan die niet veel vraagt van de intellectuele capaciteit (Van Ophem & De Hoog, 1998; Gershuny 2000). De welvaart is echter toegenomen en er heeft onderwijsexpansie plaatsgevonden wat maakt dat deze groep lage inkomers en laagopgeleiden kleiner is geworden (Huysmans *et al.*, 2004). De vrijetijdsbesteding van hoogopgeleiden en mensen met een hoog inkomen is meer divers in vergelijking tot laagopgeleiden en mensen met een laag inkomen. Bij hoogopgeleiden en mensen met een hoog inkomen zijn de fysieke behoeften al eerder zeker gesteld en zij zullen eerder op zoek gaan naar zelfontplooiing gedurende hun vrije tijdsbesteding en hierdoor meer tijd besteden aan het lezen van kranten en internetgebruik. Ook is bekend dat mannen meer gebruik maken van media (Broek & Breedveld, 2006a). Ouderen houden meer vast aan oude en voor hen bekende media zoals radio, televisie en krant, terwijl jongeren meer tijd besteden aan nieuwe media zoals internet (Huysmans *et al.*, 2004) Op basis van de hiervan worden de hypothesen uit schema 2.1 t/m 2.4 geformuleerd.

Schema 2.1: Hypotheses over tijdsbesteding aan televisie kijken:

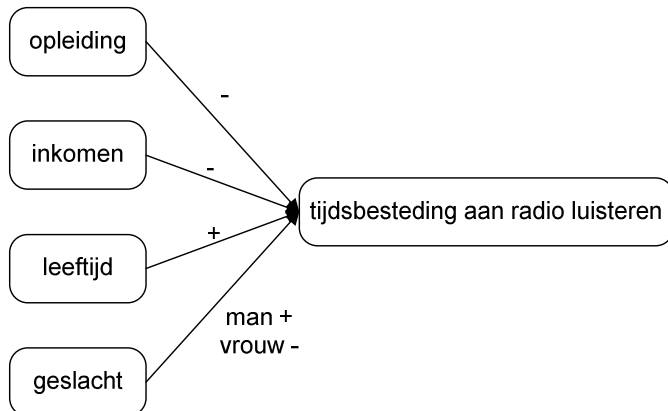
1a	Laagopgeleiden besteden meer tijd aan televisie kijken dan hoogopgeleiden
1b	Mensen met een inkomen onder modaal besteden meer tijd aan televisie kijken dan mensen met een inkomen boven modaal.
1c	Ouderen besteden meer tijd aan televisie kijken jongeren
1d	Mannen besteden meer tijd aan televisie kijken dan vrouwen



Figuur 2.5: Schematische weergaven van de hypothesen over tijdsbesteding aan radio luisteren

Schema 2.2: Hypotheses over tijdsbesteding aan radio luisteren:

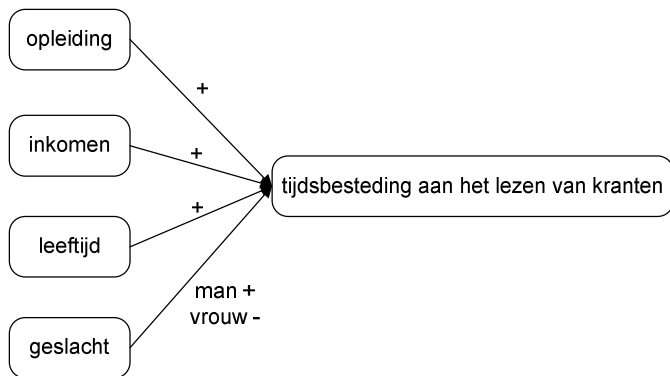
2a	Laagopgeleiden besteden meer tijd aan radio luisteren dan hoogopgeleiden
2b	Mensen met een onder modaal besteden meer tijd aan radio luisteren dan mensen met een inkomen boven modaal
2c	Ouderen besteden meer tijd aan radio luisteren kijken dan jongeren
2d	Mannen besteden meer tijd aan radio luisteren dan vrouwen



Figuur 2.6: Schematische weergaven van de hypothesen over tijdsbesteding aan radio luisteren

Schema 2.3: Hypotheses over tijdsbesteding aan het lezen van kranten:

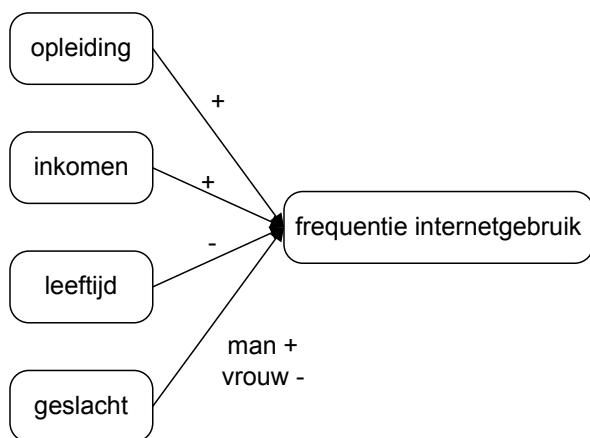
3a	Hoogopgeleiden besteden meer tijd aan het lezen van kranten dan laagopgeleiden
3b	Mensen met een inkomen boven modaal besteden meer tijd aan het lezen van kranten dan mensen een inkomen onder modaal
3c	Ouderen besteden meer tijd aan het lezen van kranten dan jongeren
3d	Mannen besteden meer tijd aan het lezen van kranten dan vrouwen



Figuur 2.7: Schematische weergaven van de hypothesen over tijdsbesteding aan het lezen van kranten

Schema 2.4: Hypothesen over de frequentie van het internet voor persoonlijk gebruik

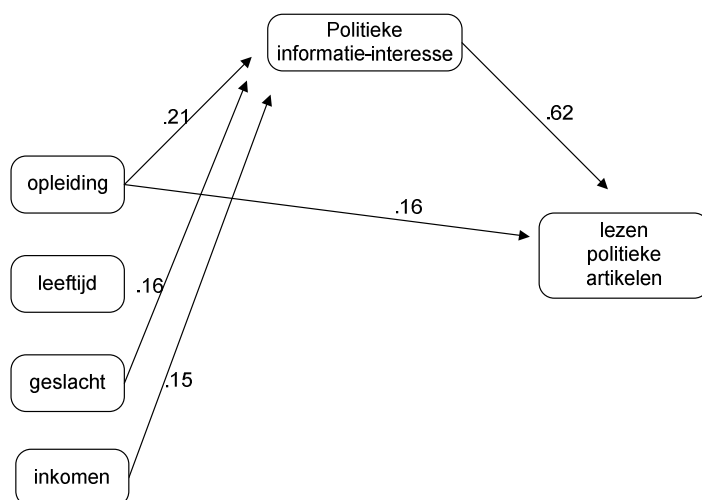
4a	Hoogopgeleiden maken vaker gebruik van het internet voor persoonlijk gebruik dan laagopgeleiden
4b	Mensen met een inkomen boven modaal maken vaker gebruik van het internet voor persoonlijk gebruik dan mensen een inkomen onder modaal
4c	Jongeren maken vaker gebruik van het internet voor persoonlijk gebruik dan ouderen
4d	Mannen maken vaker gebruik van het internet voor persoonlijk gebruik internet dan vrouwen.



Figuur 2.8: Schematische weergaven van de hypothesen over de frequentie van het internetgebruik in de vrije tijd

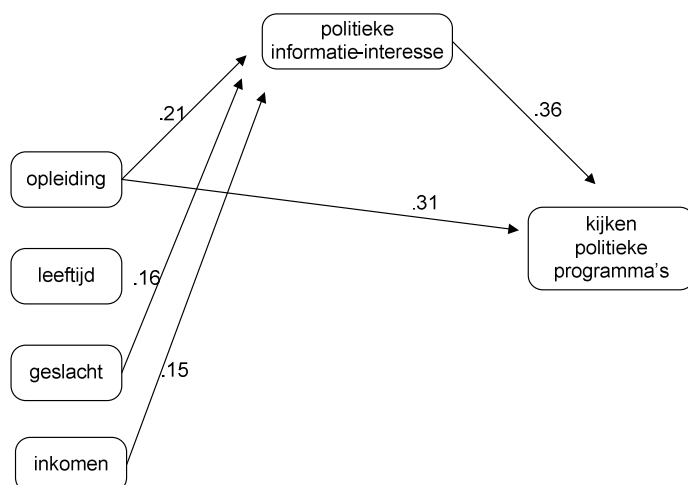
2.4 Empirische gegevens over tijdsbesteding aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media

Van Snippenburg heeft in 1992 onderzoek gedaan naar de invloed van sekse, leeftijd, opleiding, sociaal-economische klasse en informatie-interesse op het volgen van de politiek in de media. Uit het gegevensbestand van het MASSAT 1989-survey werden gegevens gehaald over de sociale achtergrond, de informatie-interesses en gegevens over het lezen van politieke berichtgeving in kranten en het kijken naar typisch politieke televisieprogramma's van mensen. Het bestand had geen gegeven over luisteren naar politieke radioprogramma's (Van Snippenburg, 1993). Uit dit onderzoek bleek dat de frequentie van kijken naar politiek televisieprogramma's niet samenhangt met het tijd de tijd die besteed wordt aan kijken naar televisie in het algemeen. De frequentie van lezen van politieke krantenartikelen hangt wel samen met de tijd die besteed wordt aan krantenlezen in het algemeen (Van Snippenburg, 1993).



Bron: Van Snippenburg, 1993

Figuur 2.9: De invloed van sociaal-demografische en sociaal-economische kenmerken op het lezen van politieke artikelen in kranten



Bron: Van Snippenburg, 1993

Figuur 2.10: De invloed van sociaal-demografische en sociaal-economische kenmerken op het kijken naar politieke programma's op televisie

In figuur 2.9 en 2.10 zie je de significante effecten van opleiding, leeftijd geslacht en inkomen op politieke informatie-interesse en het lezen van politieke artikelen in kranten dan wel kijken naar politieke programma's. Wat je in figuur 2.9 en 2.10 ziet is dat opleiding een positief effect heeft op politieke informatie-interesse en opleiding indirecte positieve effecten op het lezen van politieke artikelen en het kijken naar politieke programma's via politieke informatie-interesse. Opleiding blijkt daarnaast ook een direct positief effect te hebben op het lezen van politieke kranten, maar heeft geen direct positief effect op het kijken naar politieke programma's. Leeftijd blijkt zoals te zien in figuur 2.10 wel een direct positief effect te hebben op het kijken naar politiek televisieprogramma's, maar een direct positief effect van leeftijd op lezen van politieke krantenartikelen is niet gevonden in het onderzoek. Een verklaring die in dit onderzoek wordt gegeven is dat televisieprogramma's, en ook politieke televisieprogramma's zij het in wat mindere mate, in een gepopulariseerde vorm worden aangeboden (Van Snippenburg, 1993). Politieke krantenartikelen daarentegen zouden minder geschikt zijn voor het brede publiek, omdat het lezen van krantenartikelen al een meer intellectuele capaciteit vereist dan televisiekijken. Misschien dat daarom de intellectuele vorming opgedaan tijdens opleiding wel zichtbaar is ten aanzien van het lezen van politieke krantenartikelen, maar niet ten aanzien van het kijken naar politieke televisieprogramma's. Het directe positieve effect van leeftijd op het kijken naar programma's op televisie is dus te verklaren doordat ervaring zorgt voor een verbreding van de kennis en dat maakt het makkelijker om politieke televisieprogramma's te volgen. Het gebrek van een positief effect van leeftijd op het lezen van politieke artikelen valt te verklaren doordat de in het leven opgedane kennis zou het lezen van politieke krantenartikelen nauwelijks vergemakkelijkt, omdat daarvoor dus is intellectuele capaciteit nodig die tijdens het volgen van onderwijs opgedaan wordt (Van Snippenburg, 1993). Mannen blijken volgens dit onderzoek meer interesse te hebben in politiek berichtgeving dan vrouwen en als gevolg kijken ze meer naar politieke televisieprogramma's en lezen ze vaker politieke krantenartikelen. Directe effecten van geslacht op het kijken naar politieke programma's of het lezen van politieke krantenartikelen zijn niet gevonden in het onderzoek van Van Snippenburg (Van Snippenburg, 1993). Ook kwam uit dit onderzoek naar voren dat mensen uit huishoudens met hogere inkomens meer belangstelling hebben voor politieke berichtgeving en zodoende ook vaker naar politieke programma's kijken en politieke krantenartikelen lezen in vergelijking met mensen uit huishoudens met lagere inkomens. Ook dit effect is alleen indirect (dus via politieke informatie interesse) aanwezig (Van Snippenburg, 1993).

2.5 Theoretische achtergrond over de invloed van sociaal-demografische en sociaal-economische kenmerken op tijdsbesteding aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media

Het nieuws & politieke radio- en televisieprogramma's en krantenartikelen kunnen een belangrijke rol spelen bij de communicatie tussen overheid en burgers. Via radio, televisie, krant en internet zijn brede lagen van de bevolking te bereiken. Er is echter nog weinig bekend over de invloed van sociaal-demografische en sociaal economische kenmerken op het tijdsbesteding aan nieuws en politiek in de media. Uit onderzoek (Frissen, 1992: Van Ophem & De Hoog, 1998) blijkt dat mensen die veel televisie kijken en naar de radio luisteren vaak lagere inkomens en lagere opleidingsniveaus hebben. Dit zijn echter niet direct diegene die ook veel naar nieuws of politieke televisieprogramma's kijken op televisie en luisteren op de radio. Om programma's over politiek goed te kunnen volgen, is namelijk op zijn minst enige kennis van het politieke systeem vereist. Ook moet men over de nodige algemene ontwikkeling beschikken om informatie uit politieke programma's maatschappelijk te plaatsen. Opleiding en ervaring kunnen hiervoor zorgen. De groep die bijvoorbeeld veel televisie kijkt, met name de lager opgeleiden, beschikken juist gemiddeld minder over politieke en algemene kennis. Dat maakt dat hoger opgeleiden en ouderen vaker naar specifieke politieke televisieprogramma's kijken. Deze eisen gelden ook om informatie uit politieke krantenartikelen te

kunnen volgen en verwerken: meer politiek en algemene kennis zal dit bevorderen. Hoger opgeleiden en ouderen zullen daarom ook vaker de politieke berichten in kranten lezen dan lager opgeleiden en jongeren. Het lezen van politieke krantenartikelen zal samen gaan met het vaker lezen van de krant in het algemeen. De krant is een medium dat in tegenstelling tot televisieprogramma's qua vereist kennisniveau minder ver uiteen loopt. Bij televisie en radio heb je naast politieke programma's en het nieuws een tal van programma's in andere genres. Hierbij is het verschil tussen genres groot in termen van complexiteit en vereist kennisniveau. Het lezen van krantenartikelen vergt enig intellectueel niveau: cultureel kapitaal (Van Snippenburg, 1993). En verschilt in die zin bijvoorbeeld sterk van het kijken naar entertainmentprogramma's op televisie of het luisteren van dergelijke programma's op de radio. Hoger opgeleiden zijn in vergelijking tot lager opgeleiden ook beter getraind in het vertalen van sociaal en economische problemen in politieke termen. Daarom zullen zij in het algemeen meer geïnteresseerd zijn specifiek politieke berichtgeving. Daarnaast verkeren hoogopgeleiden vaker dan laagopgeleiden in kringen waarin op een analytische wijze over politiek wordt gesproken. Ook dat stimuleert interesse in politieke berichtgeving bij hoogopgeleiden. Opleiding en leeftijd hebben dus een direct effect op het kijken naar of luisteren naar het nieuws of politiek/ actualiteitenprogramma's en het lezen van krantenartikelen over de politiek. Opleiding heeft ook een indirect effect via politieke informatie-interesse (Van Snippenburg, 1993).

Geslacht heeft ook invloed op het de tijdsbesteding aan nieuws en politiek in de media. Tussen mannen en vrouwen bestaan sociaal-structurele verschillen. Het gemiddeld opleidingsniveau van vrouwen ligt doorgaans lager dan dat van mannen (Clark & Clark, 1986). Dit zou betekenen dat vrouwen minder krantenberichten over politieke zaken lezen en minder kijken naar het nieuws of politieke/actualiteiten programma's, omdat zij gemiddeld een lager opleidingsniveau hebben dan mannen. Hierbij moet gezegd worden dat die tendens momenteel aan het omkeren is. Bij jongeren zie je al vaker hoogopgeleide vrouwen dan mannen (Latten & Van Dijk, 2007). Ook hebben mannen en vrouwen andere rolspecifieke gedragingen (Clark & Clark, 1986). De rolspecifieke verklaringen gaan er vanuit dat vrouwen meer verplichtingen hebben binnenshuis. Zij zouden op die manier dus minder gestimuleerd worden zich bezig te houden met zaken die zich buiten de gezinssituatie afspelen. Als gevolg daarvan zouden zij in vergelijking tot mannen minder geïnteresseerd zijn in politiek en actualiteiten en daarom ook minder naar dit soort programma's kijken/luisteren en dit soort artikelen lezen. Ook deze rolspecifieke verklaring is wat achterhaald, omdat steeds meer vrouwen buitenshuis gaan werken (Esveldt & Henkens, 2001). Daarnaast spelen sociaal-psychologische verschillen ook mee. Er zijn verschillen in de socialisatie tussen mannen en vrouwen. Zo zouden vrouwen tijdens opvoeding andere waarden en normen internaliseren dan mannen. Politiek is daarbij meer een aangelegenheid voor mannen dan voor vrouwen en vrouwen zouden om die reden minder geïnteresseerd zijn in politiek en zich dus minder op politiek in de media richten.

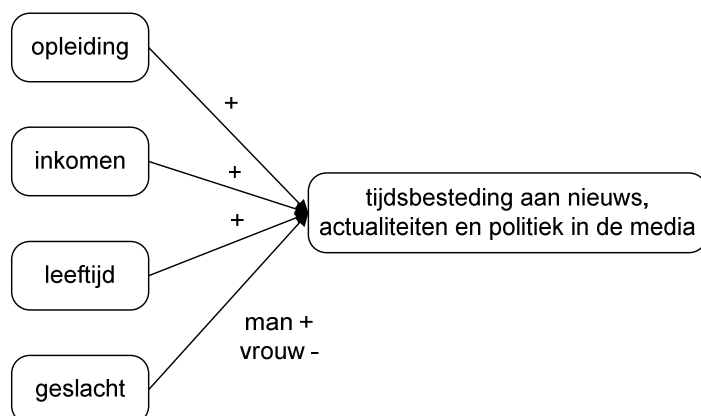
In de theorie van Maslow over menselijke behoeften komt naar voren dat menselijke behoeften hiërarchisch geordend zijn. Naarmate aan de zogeheten 'basic needs', dat wil zeggen aan de behoeften aan fysieke veiligheid en zekerheid, beter is voldaan, zullen mensen meer gaan streven naar het bevredigen van hogere behoeften, de zogeheten 'growth needs' (Solomon *et al.*, 2006). Zulke hogere behoeften bestaan vooral uit verdere geestelijk ontplooiing en meer belangstelling voor brede maatschappelijke en politieke aangelegenheden. Als je er vanuit gaat dat de fysieke behoeften van mensen meer zijn zeker gesteld naarmate zij hogere inkomens hebben, dan kun je vanuit deze theorie zeggen dat mensen uit de hogere inkomensgroepen meer interesse hebben in politiek berichtgeving en zodoende vaker politieke krantenartikelen lezen en kijken of luisteren naar het programma's over politiek en actualiteiten en het nieuws.

2.6 Hypotheses over de invloed van sociaal-demografische en sociaal-economische kenmerken op de tijdsbesteding aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media

Het volgen van de politiek en actualiteiten in de media vergt dus enig intellectueel niveau (Snippenburg, 1993). Hoogopgeleiden en ouderen en hoogopgeleiden hebben respectievelijk via opleiding en ervaring dit niveau gekregen. Verwacht wordt daarom dat hoogopgeleiden en ouderen meer tijd aan nieuws, politiek en actualiteiten zullen besteden dan laagopgeleiden en jongeren. Bij hoogopgeleiden speelt ook nog meer dat vanuit hun omgeving wordt verwacht dat zij op deze onderwerpen mee kunnen praten (Snippenburg, 1993). Mannen besteden ook meer tijd aan nieuws, politiek en actualiteiten in de media, omdat hun opleidingsniveau gemiddeld hoger ligt, maar ook omdat zij vanuit hun rolspecifiek gedraging meer buitenshuis werken en zodoende meer gestimuleerd worden nieuws, politiek en actualiteiten te volgen. Deze tendensen zijn inmiddels aan het omkeren: bij jongeren zie je al vaker hoogopgeleide vrouwen dan mannen (Latten & Van Dijk, 2007) en vrouwen werken steeds meer buitenshuis (Esveldt & Henkens, 2001). Een andere verklaring dat mannen meer tijd besteden aan het volgen van nieuws, politiek en actualiteiten in de media is opvoeding. Daarnaast zouden mensen met hogere inkomens meer tijd besteden aan nieuws, politiek en actualiteiten in de media dan mensen met een laag inkomen, omdat hogere inkomens vanuit de Maslow-theorie eerder bij de fase van geestelijke ontplooiing komen (Solomon *et al.*, 2006). Op basis hiervan worden de hypothesen uit schema 2.5 geformuleerd.

Schema: 2.5: Hypothesen over tijdsbesteding aan nieuws, politiek en actualiteiten in de media

5	Hoogopgeleiden besteden meer tijd aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media dan laagopgeleiden
6	Mensen met een inkomen boven modaal besteden meer tijd aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media dan mensen met een laag inkomen
7	Ouderen besteden meer tijd aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media dan jongeren
8	Mannen besteden in vergelijking met vrouwen meer tijd meer nieuws, actualiteiten en politiek in de media



Figuur 2.11: Schematische weergaven van de hypothesen over tijdsbesteding aan nieuws, politiek en actualiteiten in de media.

3. Data en methode

In hoofdstuk wordt besproken waar de data van afkomstig zijn die gebruikt zijn in dit onderzoek. Verder wordt aangegeven welke data precies gebruikt worden om de hypothesen te testen.

3.1 Data

De data die gebruikt worden in dit onderzoek zijn data van de European Social Survey (de ESS). Het betreft hier de set ESS-3 European Social Survey round 3 2006-2007 (kortweg; ESS-3 2006) genoemd. Het Europese Sociale Onderzoek (ESS) is een academisch-gedreven onderzoek dat in meerdere landen wordt uitgevoerd, op dit moment in meer dan 30 landen, de data die gebruikt worden in dit onderzoek zijn afgenomen bij 25 landen. In dit onderzoek worden alleen data uit Nederland gebruikt. Elke twee jaar herhaalt de ESS dit onderzoek om te kijken of er nog veranderingen zijn opgetreden.

De European Social Survey vraagt naar een divers scala aan onderwerpen. Onderwerpen waar informatie over verzameld wordt zijn media, vertrouwen, politiek, religie, discriminatie, identiteit, gezondheid, zorg, medicijngebruik, vertrouwen tussen consument en producent, werk-leven balans en natuurlijk wordt er naar sociaal-demografische kenmerken gevraagd.

In 2006-2007 zijn in Nederland 3254 adressen benaderd om mee te werken. Er zijn 1889 reacties gekomen. Bijna 60% heeft dus positief gereageerd wat een erg hoog percentage is.

3.2 Methode

Om de hypothesen te testen zijn vier onafhankelijke variabelen geïdentificeerd. De vier onafhankelijke variabelen zijn leeftijd, inkomen, opleiding en geslacht. Verwacht wordt dat deze vier variabelen invloed hebben op het gebruik van media. Het gebruik van media wordt onderverdeeld in tijdsbesteding aan televisie; tijdsbesteding aan radio; tijdsbesteding aan kranten; frequentie van internetgebruik; tijdsbesteding aan nieuws, politiek en actualiteiten op televisie; tijdsbesteding aan nieuws, politiek en actualiteiten op de radio en tijdsbesteding aan politiek en actualiteiten in kranten. Dit zijn de afhankelijke variabelen. Helaas waren in de dataset geen gegevens beschikbaar over tijdsbesteding aan nieuws, politiek en actualiteiten op het internet.

De vier onafhankelijke variabelen en zeven afhankelijke variabelen worden in de volgende paragrafen geoperationaliseerd en er wordt aangegeven welke informatie uit de dataset gebruikt wordt. In de bijlage is terug te vinden op welke wijze er naar de variabelen wordt gevraagd in de vragenlijst.

Geslacht

De invloed van het geslacht op het gebruik van media wordt bekeken. De informatie uit de dataset die gebruikt wordt om de invloed van deze variabele te meten is variabele 293 met label Gender. In de vragenlijst zijn twee antwoorden mogelijk: man en vrouw. Deze antwoordcategorieën hoeven niet opnieuw gecategoriseerd te worden.

Leeftijd

Om de invloed van leeftijd te onderzoeken wordt gebruik gemaakt van variabele 309 met label Age of respondent, calculated. De respondenten hebben een leeftijd uiteenlopend van 15-93. Dit zorgt ervoor dat er 78 leeftijden zijn die meegenomen moeten worden in de analyse. Het is niet werkbaar om met 78 categorieën te werken, daarom is besloten om categorieën te maken. De categorieën zijn ingedeeld op levensfase, dit is een standaard indeling die gebruikt wordt in onderzoek.

De eerste categorie bestaat uit jongeren tussen de 15 en 34 jaar.

De tweede categorie bestaat uit volwassenen in het spitsuur van hun leven, in de leeftijd van 35-44 jaar.

De derde categorie bestaat uit volwassenen die weer een rustiger leven krijgen en waarbij de carrière aan het aflopen is. De respondenten in deze categorie hebben een leeftijd tussen de 45 en 64 jaar.

De laatste categorie bestaat uit ouderen, zij zijn vaak gepensioneerd en hebben een leeftijd van 65 jaar en ouder.

Deze vier categorieën zullen gebruikt worden in de verdere analyse van de data.

Opleiding

Ook wordt verwacht dat het opleidingsniveau invloed heeft op het gebruik van media. In de European Social Survey is gevraagd naar het opleidingsniveau van de respondent. De respondent kon het juiste antwoord selecteren uit dertien mogelijkheden (naast antwoorden als 'I don't know'). Dit is terug te vinden in variabele 353 met het label Highest level of education (Netherlands)

Omdat dertien categorieën te veel wordt in dit onderzoek is hier besloten om drie categorieën te kiezen voor opleidingsniveau. De drie categorieën zijn laag opleidingsniveau, midden opleidingsniveau en hoog opleidingsniveau.

In de categorie laag opleidingsniveau vallen de volgende antwoordcategorieën: not completed primary school, primary school or First stage of basic education, lower secondary school technical training (lbo), lower secondary school theoretical training (mulo, mavo) en short upper secondary professional education (kmbo, vhbo)

In de categorie midden opleidingsniveau vallen de volgende antwoordcategorieën: upper secondary professional education (mbo), post-secondary non-tertiary education (mbo plus) higher secondary school (mms en havo) en pre-scientific secondary school (hbs, vwo)

In de categorie hoog opleidingsniveau vallen de volgende antwoordcategorieën: tertiary professional education (hbo), tertiary scientific education/university (universiteit), tertiary post-scientific education (teachers, doctors), second stage of tertiary education (Ph.D. education).

Inkomen

Inkomen is het laatste kenmerk waarvan de invloed op het gebruik van media onderzocht zal worden. In de European Social Survey wordt gevraagd naar het inkomen van de respondenten. De informatie die gebruikt wordt staat in variabele 402, Households Total net income, all sources.

De respondenten kunnen een antwoord geven op een bepaalde schaal, er zijn twaalf categorieën om uit te kiezen. Er is gekozen om de categorieën onder te verdelen in drie categorieën. De inkomens worden als volgt verdeeld: minder dan modaal inkomen, modaal inkomen en meer dan modaal inkomen. Het modale inkomen is een geprikt inkomen, het is niet gelijk aan het statistisch meest voorkomende inkomen (CPB 2010). Het modaal inkomen wordt veel gebruikt als referentiepunt (CPB 2010). Daarom is er voor gekozen om deze indeling te gebruiken in dit onderzoek.

Het bruto modaal inkomen is 32.500 euro voor het jaar 2010 (CPB 2010). Het netto modaal inkomen is dan ongeveer 19.500 tot 20.000 euro per jaar. Dit bedrag komt overeen met antwoordcategorie S (18.000 – 24.000 euro) in de dataset. Categorie S wordt de categorie Modaal.

Alle categorieën onder S (J, R, C, M en F) worden de categorie minder dan modaal. Dus wanneer men minder dan 18.000 euro netto verdient per jaar valt men in de categorie minder dan modaal.

De categorieën boven S (K, P, D, H, U en N) vallen in de nieuwe categorie meer dan modaal. Wanneer men meer verdient dan 24.000 euro netto per jaar valt men in deze categorie.

De drie bovengenoemde categorieën worden vanaf nu gebruikt in de analyse van de data.

Televisie

Televisie vormt samen met radio, krant en internet de media in dit onderzoek. In de European Social Survey wordt gevraagd naar de tijd die wordt besteed op een doordeweekse dag aan televisie kijken. Dit wordt weergegeven in variabele 7 met label TV watching, total time on average weekday. De antwoordcategorieën die gebruikt worden bij deze vraag sluiten aan bij dit onderzoek en de antwoordmogelijkheden zullen niet opnieuw gecategoriseerd worden.

Nieuws of programma's over politiek en actualiteiten op televisie:

De tijd die besteed wordt aan het kijken naar nieuws of programma's over politiek en actualiteiten op de televisie op een doordeweekse dag wordt gemeten met variabele acht, TV watching, news/politics/current affairs on average weekday. De antwoordcategorieën die gebruikt worden bij deze vraag sluiten aan bij dit onderzoek en de antwoordmogelijkheden zullen niet opnieuw gecategoriseerd worden.

Radio

De tijd die besteed wordt aan het luisteren naar de radio op een doordeweekse dag wordt gemeten met variabele negen, Radio listening, total time on average weekday. De antwoordcategorieën die gebruikt worden bij deze vraag sluiten aan bij dit onderzoek en de antwoordmogelijkheden zullen niet opnieuw gecategoriseerd worden.

Nieuws of programma's over politiek en actualiteiten op de radio:

De tijd die besteed wordt aan het luisteren naar nieuws of programma's over politiek en actualiteiten op de radio op een doordeweekse dag wordt gemeten met variabele tien, Radio listening, news/politics/current affairs on average weekday. De antwoordcategorieën die gebruikt worden bij deze vraag sluiten aan bij dit onderzoek en de antwoordmogelijkheden zullen niet opnieuw gecategoriseerd worden.

Krant

De tijd die besteed wordt aan het lezen in de krant op een doordeweekse dag wordt gemeten met variabele elf, met label Newspaper reading, total time on average weekday. De antwoordcategorieën die gebruikt worden bij deze vraag sluiten aan bij dit onderzoek en de antwoordmogelijkheden zullen niet opnieuw gecategoriseerd worden.

Nieuws of programma's over politiek en actualiteiten in de krant:

De tijd die besteed wordt aan het kijken naar nieuws of programma's over politiek en actualiteiten op de televisie op een doordeweekse dag wordt gemeten met variabele 12, Newspaper reading, politics/current affairs on average weekday. De antwoordcategorieën die gebruikt worden bij deze vraag sluiten aan bij dit onderzoek en de antwoordmogelijkheden zullen niet opnieuw gecategoriseerd worden.

Internet

Hoe vaak er gebruikt wordt gemaakt van internet (het wereldwijde web of e-mail) voor persoonlijk gebruik wordt gemeten met variabele dertien, met label Personal use of internet/e-mail/www. De antwoordcategorieën die gebruikt worden bij deze vraag sluiten aan bij dit onderzoek en de antwoordmogelijkheden zullen niet opnieuw gecategoriseerd worden.

Om de hypothesen te testen wordt gebruik gemaakt van regressie. Regressie analyse is een statistische techniek die gebruikt kan worden voor het analyseren van data waarin mogelijk sprake is van een specifieke samenhang. Omdat een samenhang verwacht wordt tussen leeftijd,

opleidingsniveau, inkomen en geslacht en het gebruik van media is gekozen voor regressie analyse. De regressie wordt gemeten tussen een aantal afhankelijke variabele en onafhankelijke variabele. In dit onderzoek zijn de afhankelijke variabele de krant, radio, televisie, internet alsmede nieuws, politiek en actualiteiten op televisie, radio of in de krant. De onafhankelijke variabele zijn leeftijd, opleidingsniveau, inkomen en geslacht.

Voordat een regressie analyse uitgevoerd wordt moeten de data eerst goed bekeken worden om zo een goede indruk van de data te krijgen en mogelijke fouten eruit te halen. Een overzicht van wat standaardgegevens van de onafhankelijke variabelen is te vinden in de tabellen 3.1 tot met 3.4. In tabel 3.5 is een overzicht te vinden van de standaardgegevens van afhankelijke variabelen.

Tabel3.1: Standaardinformatie leeftijd

	Frequentie	Percentage
15 t/m 24 jaar	465	24,6%
35 t/m 44 jaar	388	20,5%
45 t/m 64 jaar	648	34,3%
65 jaar en ouder	380	20,1%
Missing	8	0,4%

Tabel 3.2: Standaardinformatie opleidingsniveau

	Frequentie	Percentage
Laag opleidingsniveau	797	42,2%
Midden opleidingsniveau	623	33,0%
Hoog opleidingsniveau	466	24,7%
Missing	3	0,2%

Tabel3.3: Standaardinformatie inkomen

	Frequentie	Percentage
Inkomen onder modaal	486	25,7%
Modaal inkomen	255	13,5%
Inkomen boven modal	928	49,1%
Missing	220	11,6%

Tabel3.4 : Standaardinformatie geslacht

	Frequentie	Percentage
Man	868	46,0%
Vrouw	1021	54,0%

Tabel 3.5: Standaardinformatie van de afhankelijke variabelen

	N Valide	N Missend	Gemid- delde	Standaard Deviatie	Minimum	Maximum
TV kijken, totale tijd op een gemiddelde weekdag	1889	0	4.34	1.968	0	7
Radio luisteren, totale tijd op een gemiddelde weekdag	1888	1	2.83	2.727	0	7
Kranten lezen, totale tijd op een gemiddelde weekdag	1888	1	1.47	1.269	0	7
Persoonlijk gebruik van internet/e-mail/www	1888	1	4,70	2,824	0	7
TV kijken: nieuws, politiek en actualiteiten op een gemiddelde weekdag	1840	49	2,07	1,276	0	7
Radio luisteren: nieuws, politiek en actualiteiten op een gemiddelde weekdag	1371	518	1,47	1,502	0	7
Kranten lezen: nieuws, politiek en actualiteiten op een gemiddelde weekdag	1430	459	1,27	0,831	0	7

Uit de tabellen 3.1 tot en met 3.5 kan veel informatie afgeleid worden. Zo is te zien dat het aantal respondenten van deze enquête 1889 personen was. Ook is te zien dat er bij enkele variabelen een missende waarde was, dus waarschijnlijk heeft men de vraag per ongeluk over geslagen. Wat opvallend is, is dat het aantal missende waarden bij inkomen erg hoog is, namelijk 220. In Nederland wordt niet zo snel over het inkomen gepraat, men vindt dat privé. Dit is waarschijnlijk ook de reden dat er veel missende waardes zijn, men vindt het niet prettig om deze informatie te delen met onbekenden. Ook bij tijdsbesteding aan nieuws, politiek en actualiteiten op de radio en in de krant zijn is het aantal missende waarden erg hoog.

De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 49.02 jaar. De jongste respondent was 15,58 jaar oud, de oudste deelnemer was maar liefst 93.83 jaar. Er hebben net iets meer vrouwen meegewerkt hebben aan deze enquête dan mannen. Verder kijkt men gemiddeld twee uur naar de televisie op een doordeweekse dag (4,34: 4= tussen de 1,5 en 2 uur televisie kijken & 5 is tussen de 2 en 2,5 uur televisie kijken). Men luistert ongeveer zeventig minuten naar de naar de radio (2,83: 2 = tussen een half uur en uur en 3 = tussen een uur en anderhalf uur. Aan het lezen van kranten wordt gemiddeld een half uur per doordeweekse dag besteed (1,47: 1= tussen de 0 en een half uur en 2= tussen een half en een uur). De gemiddelde internetfrequentie ligt tegen de eenmaal per week aan (4,70: 4= verscheidene keren per maande en 5= eenmaal per week). Hierbij valt een kanttekening worden te plaatsen dat deze enquête is 2006-2007 is afgenomen en tussen die tijd en 2010 nog een enorme ontwikkeling heeft doorgemaakt.

Men besteedt gemiddeld ruim drie kwartier aan het volgen van nieuws, politiek en actualiteiten op de televisie (2,07: 2 = tussen een half uur en uur en 3 = tussen een uur en anderhalf uur). Aan het volgen van nieuws, politiek en actualiteiten op de radio wordt gemiddeld een half uur per doordeweekse dag besteed (1,47: 1= tussen de 0 en een half uur en 2= tussen een half en een uur)

Aan het volgen van nieuws, politiek en actualiteiten in kranten wordt gemiddeld een kleine 25 minuten besteed (1,27: 1= tussen de 0 en een half uur en 2= tussen een half en een uur).

4. Resultaten

De regressie analyse is uitgevoerd voor de vier verschillende soorten media, de krant, televisie, radio en internetfrequentie. Van de eerste drie soorten media is ook de tijdsbesteding aan nieuws, politiek en actualiteiten meegenomen in de regressie analyse. Over tijdsbesteding aan nieuws, politiek en actualiteiten op het internet had deze dataset helaas geen gegevens. De resultaten van de regressie analyse worden hieronder weergegeven, eerst voor de invloed van sociaal-demografische kenmerken op de tijdsbesteding aan televisie kijken, vervolgens de invloed van sociaal-demografische kenmerken op de tijdsbesteding aan radio luisteren en daarna worden de resultaten weergegeven voor de tijdsbesteding aan het lezen van de krant. Tot slot worden de resultaten weergegeven van de frequentie van internetgebruik. Daarna volgen de tijdsbesteding aan nieuws, politiek en actualiteiten op televisie, op de radio en tot slot in de krant. De resultaten die significant zijn worden besproken onder de tabel. Door de regressie analyses kunnen de hypothesen die geformuleerd zijn naar aanleiding van de theorie getoetst worden. De verschillende regressie analyses worden toegepast op deze hypothese om te toetsen of de hypothese aangenomen of verworpen wordt.

Tabel 4.1: De invloed van sociaal-demografische kenmerken op de tijdsbesteding aan televisie kijken op doordeweekse dagen

	Ongestandaardiseerde coëfficiënten	Gestandaardiseerde B
	B	Bèta
Constant	4,610	
Leeftijd 15-34	Reference groep	Reference groep
Leeftijd 35-44	0,189	0,039
Leeftijd 45-64	0,292	0,070**
Leeftijd 65+	0,762	0,155***
Laag opleidingsniveau	Reference groep	Reference groep
Midden opleidingsniveau	-0,456	-0,109***
Hoog opleidingsniveau	-1,204	-0,264***
Onder modaal inkomen	Reference groep	Reference groep
Modaal inkomen	-0,187	-0,032
Boven modaal inkomen	-0,321	-0,081***
Man	Reference groep	Reference groep
Vrouw	0,124	0,031

N	1889	* p < 0,10
Adjusted R ²	0,108	** p < 0,05
F-waarde	29,476	*** p < 0,01

Er zijn vijf sociaal-demografische kenmerken uit deze tabel die een significante invloed hebben op de tijdsbesteding aan televisie kijken. Mensen van 45 tot en met 64 jaar besteden meer tijd aan televisie kijken op doordeweekse dagen dan mensen in de leeftijdscategorie 15 tot 35. Mensen vanaf 65 jaar besteden doordeweeks de meeste tijd aan televisie kijken. Mensen met een midden opleidingsniveau besteden minder tijd doordeweeks aan televisie kijken dan mensen een laag opleidingsniveau. Mensen met een hoog opleidingsniveau besteden doordeweeks het minste tijd aan televisie kijken. Mensen met een boven modaal inkomen kijken minder televisie dan mensen met een onder modaal inkomen. Opmerkelijk is dat geslacht geen significantie invloed heeft op de tijdsbesteding doordeweeks aan televisie kijken. De verklaarde variantie van dit model is 10,8%.

Hypothese 1a geeft aan dat laagopgeleiden meer tijd aan televisie kijken besteden dan hoogopgeleiden heeft. Uit de regressie analyse van tabel 4.1 blijkt dat deze hypothese aangenomen kan worden: laagopgeleiden geven inderdaad aan meer uren televisie te kijken. Ook de hypothese 1b die stelt dat mensen met een inkomen onder modaal meer tijd besteden aan televisie kijken dan mensen met een inkomen boven modaal en hypothese 1c die aangeeft dat ouderen besteden meer tijd aan televisie kijken jongeren kunnen volgens de regressie analyse van tabel 4.1 worden aangenomen. Hypothese 1d die stelt dat mannen meer tijd besteden aan televisie kijken kan echter worden verworpen. Er bestaan zoals blijkt uit de regressie analyse van tabel 4.1 geen significante verschillen tussen de tijdsbesteding van mannen aan televisie kijken en die van vrouwen aan televisie kijken. In schema 4.1 wordt de toetsing van de hypothesen schematisch weer gegeven.

Schema 4.1: Het aannemen/verwerpen van de hypothesen omtrent tijdsbesteding aan televisie kijken.

1a	Laagopgeleiden besteden meer tijd aan televisie kijken dan hoogopgeleiden	Aangenomen
1b	Mensen met een inkomen onder modaal besteden meer tijd aan televisie kijken dan mensen met een inkomen boven modaal	Aangenomen
1c	Ouderen besteden meer tijd aan televisie kijken jongeren	Aangenomen
1d	Mannen besteden meer tijd aan televisie kijken dan vrouwen	Verworpen

Tabel 4.2: De invloed van sociaal-demografische kenmerken op de tijdsbesteding aan radio luisteren op doordeweekse dagen

	Ongestandaardiseerde coëfficiënten	Gestandaardiseerde B
	B	Bèta
Constant	2,569	
Leeftijd 15-34	Reference groep	Reference groep
Leeftijd 35-44	0,348	0,052*
Leeftijd 45-64	0,549	0,096***
Leeftijd 65+	0,158	0,023
Laag opleidingsniveau	Reference groep	Reference groep
Midden opleidingsniveau	0,012	0,002
Hoog opleidingsniveau	-0,567	-0,090***
Onder modaal inkomen	Reference groep	Reference groep
Modaal inkomen	0,115	0,014
Boven modaal inkomen	0,112	0,021
Man	Reference groep	Reference groep
Vrouw	0,071	0,013

N 1888 * p < 0,10
Adjusted R² 0,010 ** p < 0,05
F-waarde 3,325 *** p < 0,01

Er zijn drie sociaal-demografische kenmerken uit deze tabel die een significante invloed hebben op de tijdsbesteding aan radio luisteren. Mensen van 35 tot en met 44 jaar besteden doordeweeks meer tijd aan radio luisteren dan mensen tussen de 15 en de 35 jaar. Mensen vanaf 45 tot en met 64 jaar besteden de meeste tijd aan radio luisteren op doordeweekse dagen. Mensen met een hoog opleidingsniveau besteden minder tijd aan radio luisteren dan mensen met een laag opleidingsniveau. De verklaarde variantie van dit model is 1,0%.

Hypothese 2a geeft aan dat laagopgeleiden meer tijd besteden aan radio luisteren dan hoogopgeleiden heeft. Uit de regressie analyse van tabel 4.2 blijkt dat deze hypothese aangenomen

kan worden: laagopgeleiden geven inderdaad aan meer tijd te besteden aan het luisteren naar de radio. Hypothese 2b dat mensen met een inkomen onder modaal meer tijd aan radio luisteren besteden dan mensen met een inkomen kan worden verworpen: er bestaan volgens de regressie analyse uit tabel 4.2 geen significante verschillen tussen mensen met een inkomen boven modaal en een inkomen onder modaal en hun luistertijd naar de radio. Hypothese 2c stelt dat ouderen besteden meer tijd aan radio luisteren dan jongeren kan volgens de regressie analyse van tabel 4.2 eveneens worden verworpen. Tot slot kan ook hypothese 2d die stelt dat mannen meer tijd besteden aan het luisteren naar de radio worden verworpen. Er bestaan volgens de regressie analyse van tabel 4.2 geen significante verschillen tussen de tijdsbesteding van mannen aan radio luisteren en die van vrouwen aan radio luisteren. In schema 4.2 wordt de toetsing van de hypothesen schematisch weer gegeven.

Schema 4.2: Het aannemen/verwerpen van de hypothesen omtrent tijdsbesteding aan radio luisteren

2a	Laagopgeleiden besteden meer tijd aan radio luisteren dan hoogopgeleiden	Aangenomen
2b	Mensen met een inkomen onder modaal besteden meer tijd aan radio luisteren dan mensen met een inkomen boven modaal	Verworpen
2c	Ouderen besteden meer tijd aan radio luisteren kijken jongeren	Verworpen
2d	Mannen besteden meer tijd aan radio luisteren dan vrouwen	Verworpen

Tabel 4.3: De invloed van sociaal-demografische kenmerken op de tijdsbesteding aan kranten lezen op doordeweekse dagen

	Ongestandaardiseerde coëfficiënten	Gestandaardiseerde B
	B	Bèta
Constant	0,794	
Leeftijd 15-34	Reference groep	Reference groep
Leeftijd 35-44	0,204	0,065***
Leeftijd 45-64	0,570	0,213***
Leeftijd 65+	1,104	0,349***
Laag opleidingsniveau	Reference groep	Reference groep
Midden opleidingsniveau	0,199	0,074***
Hoog opleidingsniveau	0,222	0,075***
Onder modaal inkomen	Reference groep	Reference groep
Modaal inkomen	0,258	0,069***
Boven modaal inkomen	0,332	0,131***
Man	Reference groep	Reference groep
Vrouw	-0,182	-0,071***

N 1888 * p < 0,10
Adjusted R² 0,107 ** p < 0.05
F-waarde 29,121 *** p < 0,01

Alle demografische kenmerken uit deze tabel hebben significante invloed op de tijdsbesteding aan het lezen van kranten. Mensen van 35 tot en met 44 jaar besteden doordeweeks meer tijd aan het lezen van kranten dan mensen tussen de 15 en de 34 jaar. Mensen vanaf 45 tot en met 64 jaar besteden weer meer tijd aan kranten lezen op doordeweekse dagen. Mensen vanaf 65 jaar besteden de meeste tijd doordeweeks aan het lezen van kranten. Mensen met een midden opleidingsniveau besteden meer tijd aan het lezen van kranten dan mensen een laag opleidingsniveau. Mensen met een hoog opleidingsniveau besteden doordeweeks het meeste tijd aan kranten lezen. Mensen met een modaal inkomen besteden meer tijd aan kranten lezen dan mensen met een onder modaal

inkomen. Mensen met een boven modaal inkomen besteden het meeste tijd aan het lezen van kranten. Mannen besteden meer tijd aan het lezen van kranten van vrouwen. De verklaarde variantie van dit model is 10,7%.

Hypothese 3a geeft aan dat hoogopgeleiden meer tijd aan het lezen van kranten besteden dan laagopgeleiden. Uit de regressie analyse van tabel 4.3 blijkt dat deze hypothese aangenomen kan worden: hoogopgeleiden besteden meer tijd aan het lezen van kranten dan laagopgeleiden. Ook hypothese 3b die stelt dat mensen met een inkomen boven modaal meer tijd besteden aan televisie kijken dan mensen met een inkomen onder modaal en hypothese 3c die aangeeft dat ouderen besteden meer tijd besteden aan het lezen van kranten jongeren en hypothese 3d die stelt dat mannen meer tijd besteden aan het lezen van kranten kunnen worden aangenomen op grond van de regressie analyse uit tabel 4.3. In schema 4.3 wordt de toetsing van de hypothesen schematisch weer gegeven.

Schema 4.3: Het aannemen/verwerpen van de hypothesen omtrent tijdbesteding aan het lezen van kranten

3a	Hoogopgeleiden besteden meer tijd aan het lezen van kranten dan laagopgeleiden	Aangenomen
3b	Mensen met een inkomen boven modaal besteden meer tijd aan het lezen van kranten dan mensen een inkomen onder modaal	Aangenomen
3c	Ouderen besteden meer tijd aan het lezen van kranten dan jongeren	Aangenomen
3d	Mannen besteden meer tijd aan het lezen van kranten	Aangenomen

Tabel 4.4: De invloed van sociaal-demografische kenmerken op de mate van internetgebruik voor persoonlijk gebruik (zowel thuis als op het werk)

	Ongestandaardiseerde coëfficiënten	Gestandaardiseerde B
	B	Bèta
Constant	4,610	
Leeftijd 15-34	Reference groep	Reference groep
Leeftijd 35-44	-0,439	-0,063***
Leeftijd 45-64	-1,224	-0,206***
Leeftijd 65+	-3,377	-0,480***
Laag opleidingsniveau	Reference groep	Reference groep
Midden opleidingsniveau	1,114	0,186***
Hoog opleidingsniveau	1,756	0,268***
Onder modaal inkomen	Reference groep	Reference groep
Modaal inkomen	0,486	0,059***
Boven modaal inkomen	1,028	0,182***
Man	Reference groep	Reference groep
Vrouw	-0,164	0,104

N 1888 * p < 0,10
Adjusted R² 0,380 ** p < 0.05
F-waarde 145,818 *** p < 0,01

Met uitzondering van het sociaal-demografische kenmerk geslacht hebben alle sociaal-demografische kenmerken uit deze tabel een significante invloed op het aantal malen dat men het internet raadpleegt. Mensen van 35 tot en met 44 jaar raadplegen het internet minder vaak dan mensen in de leeftijd van 15 tot en met 34 jaar. Mensen tussen de 45 en de 65 jaar raadplegen het internet nog minder vaak dan mensen onder de 45 jaar en de 65-plussers raadplegen het internet

het minst. Mensen met een midden opleidingsniveau maken vaker gebruik van internet dan mensen met een laag opleidingsniveau. Mensen met een hoog opleidingsniveau maken het vaakst gebruik van internet. Mensen met een modaal inkomen gebruiken vaker het internet dan mensen met een onder modaal inkomen. Mensen met een boven modaal inkomen gebruiken het internet het vaakst. De verklaarde variantie van dit model is 38%.

Hypothese 4a geeft aan dat hoogopgeleiden vaker gebruik maken van het internet voor persoonlijk gebruik dan laagopgeleiden. Uit de regressie analyse van tabel 4.4 blijkt dat deze hypothese aangenomen kan worden: hoogopgeleiden maken vaker gebruik van het internet voor persoonlijk gebruik dan laagopgeleiden. Ook hypothese 4b die stelt dat mensen met een inkomen boven modaal vaker gebruik maken van het internet voor persoonlijk gebruik dan mensen met een inkomen onder modaal en hypothese 4c die aangeeft dat jongeren vaker gebruik maken van het internet voor persoonlijk gebruik dan ouderen kunnen worden aangenomen op grond van de regressie analyse van tabel 4.4. En hypothese 4d die stelt dat mannen meer tijd besteden aan het lezen van kranten kunnen worden aangenomen op grond van de regressie analyse uit tabel 4.4. Hypothese 4d die stelt dat mannen vaker gebruik van het internet voor persoonlijk gebruik kan op grond van deze regressie analyse worden verworpen. Er zijn geen significante verschillen gevonden tussen de internetfrequentie van mannen en vrouwen. In tabel 4.4 wordt de toetsing van de hypothesen schematisch weer gegeven.

Schema 4.4: Het aannemen/verwerpen van de hypothesen omtrent tijdbesteding aan het lezen van kranten

4a	Hoogopgeleiden maken vaker gebruik van het internet voor persoonlijk gebruik dan laagopgeleiden	Aangenomen
4b	Mensen met een inkomen boven modaal maken vaker gebruik van het internet voor persoonlijk gebruik dan mensen een inkomen onder modaal	Aangenomen
4c	Jongeren maken vaker gebruik van het internet voor persoonlijk gebruik	Aangenomen
4d	Mannen maken vaker gebruik van het internet voor persoonlijk gebruik	Verworpen

Tabel 4.5: De invloed van sociaal-demografische kenmerken op de tijdsbesteding aan het kijken naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op televisie op doordeweekse dagen.

	Ongestandaardiseerde coëfficiënten	Gestandaardiseerde B
	B	Bèta
Constant	1,500	
Leeftijd 15-34	Reference groep	Reference groep
Leeftijd 35-44	0,354	0,111***
Leeftijd 45-64	0,738	0,275***
Leeftijd 65+	1,033	0,325***
Laag opleidingsniveau	Reference groep	Reference groep
Midden opleidingsniveau	0,121	0,045*
Hoog opleidingsniveau	0,010	0,003
Onder modaal inkomen	Reference groep	Reference groep
Modaal inkomen	0,088	0,024
Boven modaal inkomen	0,073	0,029
Man	Reference groep	Reference groep
Vrouw	-0,106	-0,042*

N 1840 * p < 0,10
 Adjusted R² 0,083 ** p < 0.05
 F-waarde 21,776 *** p < 0,01

Er zijn zes sociaal-demografische kenmerken uit deze tabel die een significante invloed hebben op de tijdsbesteding aan het kijken naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op televisie op doordeweekse dagen. Mensen van 35 tot en met 44 jaar besteden meer tijd aan het kijken naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op televisie dan mensen in de leeftijdscategorie van 15 tot en met 34 jaar op doordeweekse dagen. Mensen tussen de 45 en de 65 besteden nog meer tijd aan het kijken naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op televisie mensen vanaf 65 jaar besteden doordeweeks de meeste tijd aan het kijken naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op de televisie. Mensen met een midden opleidingsniveau meer tijd doordeweeks aan het kijken naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op televisie dan mensen een laag opleidingsniveau. Vrouwen besteden minder tijd aan nieuws, politieke programma's en actualiteiten op televisie op doordeweekse dagen dan mannen. De verklaarde variantie van dit model is 8,3%.

Tabel 4.6: De invloed van sociaal-demografische kenmerken op de tijdsbesteding aan het luisteren naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op de radio op doordeweekse dagen.

	Ongestandaardiseerde coëfficiënten	Gestandaardiseerde B
	B	Bèta
Constant	1,168	
Leeftijd 15-34	Reference groep	Reference groep
Leeftijd 35-44	0,179	0,049
Leeftijd 45-64	0,418	0,134***
Leeftijd 65+	0,468	0,122***
Laag opleidingsniveau	Reference groep	Reference groep
Midden opleidingsniveau	0,043	0,014
Hoog opleidingsniveau	0,074	0,021
Onder modaal inkomen	Reference groep	Reference groep
Modaal inkomen	0,081	0,019
Boven modaal inkomen	0,049	0,016
Man	Reference groep	Reference groep
Vrouw	-0,087	-0,029

N 1371 * p < 0,10
Adjusted R² 0,010 ** p < 0.05
F-waarde 2,787 *** p < 0,01

Er zijn twee sociaal-demografische kenmerken uit deze tabel die een significante invloed hebben op de tijdsbesteding aan het luisteren naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op de radio. Mensen vanaf 65 jaar (gestandaardiseerde beta) besteden doordeweeks meer tijd aan het luisteren naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op de radio dan mensen in de leeftijd van 15 tot en met 34 jaar. Mensen tussen de 45 en de 64 jaar luisteren nog net weer iets meer naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op de radio. Opmerkelijk is dat de opleidingsniveau, inkomen en geslacht geen significant invloed het op het luisteren naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op de radio. De verklaarde variantie van dit model is 1,0%. 99% valt niet te verklaren door een van de variabelen in het model.

Tabel 4.7: De invloed van sociaal-demografische kenmerken op de tijdsbesteding aan het lezen van krantenartikelen over politiek en actualiteiten op doordeweekse dagen

	Ongestandaardiseerde coëfficiënten	Gestandaardiseerde B
	B	Beta
Constant	0,900	
Leeftijd 15-34	Reference groep	Reference groep
Leeftijd 35-44	0,018	0,009
Leeftijd 45-64	0,192	0,112***
Leeftijd 65+	0,464	0,229***
Laag opleidingsniveau	Reference groep	Reference groep
Midden opleidingsniveau	0,173	0,098***
Hoog opleidingsniveau	0,312	0,167***
Onder modaal inkomen	Reference groep	Reference groep
Modaal inkomen	0,231	0,094***
Boven modaal inkomen	0,170	0,102***
Man	Reference groep	Reference groep
Vrouw	-0,137	-0,082***

N	1430	* $p < 0,10$
Adjusted R ²	0,071	** $p < 0.05$
F-waarde	14,640	*** $p < 0,01$

Uit deze tabel blijkt dat mensen van 45 tot en met 64 jaar meer tijd besteden aan het lezen van krantenartikelen over politiek en actualiteiten dan jongeren tussen de 15 en 35 jaar. Mensen vanaf 65 jaar besteden de meeste tijd aan het lezen van krantenartikelen over politiek en actualiteiten. Mensen met een midden opleidingsniveau besteden meer tijd aan het lezen van krantenartikelen over politiek en actualiteiten in vergelijking met mensen met een laag opleidingsniveau. Mensen met een hoog opleidingsniveau besteden de meeste tijd aan het lezen van krantenartikelen over politiek en actualiteiten. Mensen met een modaal inkomen besteden meer tijd aan het lezen van krantenartikelen over politiek en actualiteiten dan mensen met een inkomen onder modaal. Mensen met een boven modaal inkomen besteden de meeste tijd aan het lezen van krantenartikelen over politiek en actualiteiten. Mannen besteden meer tijd aan het lezen van krantenartikelen over politiek en actualiteiten dan vrouwen. De verklaarde variantie van dit model is 7,1%.

Hypothese 5 stelt dat hoogopgeleiden meer tijd besteden aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media dan laagopgeleiden. Volgens de regressie analyses uit de tabellen 4.5 en 4.6 blijkt dat er geen significante verschillen zijn tussen hoogopgeleiden en laagopgeleiden omtrent het kijken en luisteren naar nieuws, politiek en actualiteiten op televisie en de radio. Volgens de regressie analyse uit tabel 4.7 blijkt echter wel dat hoogopgeleiden meer tijd besteden aan het lezen van berichten over de politiek en actualiteiten dan laagopgeleiden. Hypothese 5 wordt dus verworpen als het gaat om het kijken en luisteren naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op radio en televisie, maar aangenomen als het gaat om het lezen van krantenberichten over politiek en actualiteiten.

Hypothese 6 stelt dat mensen met een inkomen boven modaal meer tijd besteden aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media dan mensen met een inkomen onder modaal. Volgens de regressie analyses uit de tabellen 4.5 en 4.6 blijkt dat er geen significante verschillen zijn tussen mensen met een inkomen boven modaal en mensen met een inkomen onder modaal omtrent het kijken/luisteren naar nieuws, politiek en actualiteiten op televisie en de radio. Volgens de regressie analyse uit tabel 4.7 blijkt echter wel dat mensen met een inkomen boven modaal meer tijd besteden aan het lezen van berichten over de politiek en actualiteiten dan met een inkomen onder modaal. Hypothese 6 wordt dus verworpen als het gaat om het kijken en luisteren naar nieuws,

politieke programma's en actualiteiten op radio en televisie, maar aangenomen als het gaat om het lezen van krantenberichten over politiek en actualiteiten.

Hypothese 7 stelt dat ouderen meer tijd besteden aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media dan jongeren. Volgens de regressie analyses uit de tabellen 4.5, 4.6 en 4.7 blijkt dat ouderen meer tijd besteden aan het nieuws, politiek en actualiteiten op de televisie, op de radio en in kranten dan jongeren. Deze hypothese kan dus worden aangenomen.

Hypothese 8 stelt dat mannen meer tijd besteden aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media dan laagopgeleiden. Volgens de regressie analyse uit tabel 4.6 zijn er geen significante verschillen tussen mannen en vrouwen en de tijd die zij besteden aan het luisteren naar nieuws, politiek en actualiteiten op de radio. Volgens de regressie analyses uit tabel 4.5 en 4.7 blijkt echter wel dat mannen meer tijd besteden aan het luisteren naar nieuws, politiek en actualiteiten op de radio en ook meer tijd besteden aan het lezen van krantenberichten over politiek en actualiteiten. Hypothese 8 wordt dus verworpen als het gaat om het kijken en luisteren naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op de radio, maar aangenomen als het gaat om het kijken naar nieuws politieke programma's en actualiteiten op televisie en het lezen van krantenberichten over politiek en actualiteiten. In schema 4.5 wordt de toetsing van de hypothesen 5 t/m 8 schematisch weer gegeven.

Schema 4.5: Het aannemen/verwerpen van de hypothesen omtrent tijdbesteding aan nieuws, politiek en actualiteiten in de media.

5	Hoogopgeleiden besteden meer tijd aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media dan laagopgeleiden	Verworpen voor het kijken en luisteren naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op televisie en de radio. Aangenomen voor het lezen van krantenberichten over politiek en actualiteiten.
6	Mensen met een inkomen boven modaal besteden meer tijd aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media dan mensen met een inkomen onder modaal	Verworpen voor het kijken en luisteren naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op televisie en de radio. Aangenomen voor het lezen van krantenberichten over politiek en actualiteiten.
7	Ouderen besteden meer tijd aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media dan jongeren	Aangenomen
8	Mannen besteden in vergelijking met vrouwen meer tijd meer nieuws, actualiteiten en politiek in de media	Verworpen voor het luisteren naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op de radio. Aangenomen voor het kijken naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op de televisie en het lezen van krantenberichten over politiek en actualiteiten.

5. Conclusie en discussie

5.1 Conclusie

In dit onderzoek is gekeken naar de invloed van de sociaal-demografische kenmerken leeftijd, geslacht en opleidingsniveau en sociaal-economische kenmerk inkomen op het mediagebruik en naar de invloed van deze sociaal-demografische en sociaal-economische kenmerken op het kijken, luisteren en lezen van nieuws, politiek en actualiteiten in de media. Uit de resultaten blijkt dat de genoemde sociaal-demografische en sociaal-economische kenmerken invloed hebben op de tijdsbesteding aan mediagebruik en op de tijdsbesteding aan nieuws, politiek en actualiteiten in de media.

In het volgende schema (schema 5.1) is een overzicht te zien welke hypothesen omtrent sociaal-demografische en sociaal-economische kenmerken en mediagebruik zijn aangenomen en verworpen.

Schema 5.1: Overzicht aannames/verwerping hypothesen over mediagebruik in het algemeen

	Hypothese:	Aannemen/Verwerpen
1a	Laagopgeleiden besteden meer tijd aan televisie kijken dan hoogopgeleiden	Aangenomen
1b	Mensen met een laag inkomen besteden meer tijd aan televisie kijken dan mensen met een hoog inkomen.	Aangenomen
1c	Ouderen besteden meer tijd aan televisie kijken jongeren	Aangenomen
1d	Mannen besteden meer tijd aan televisie kijken dan vrouwen	Verworpen
2a	Laagopgeleiden besteden meer tijd aan radio luisteren dan hoogopgeleiden	Aangenomen
2b	Mensen met een laag inkomen besteden meer tijd aan radio luisteren dan mensen met een hoog inkomen	Verworpen
2c	Ouderen besteden meer tijd aan radio luisteren kijken jongeren	Verworpen
2d	Mannen besteden meer tijd aan radio luisteren dan vrouwen	Verworpen
3a	Hoogopgeleiden besteden meer tijd aan het lezen van kranten dan laagopgeleiden	Aangenomen
3b	Mensen met een hoog inkomen besteden meer tijd aan het lezen van kranten dan mensen een laag inkomen.	Aangenomen
3c	Ouderen besteden meer tijd aan het lezen van kranten dan jongeren	Aangenomen
3d	Mannen besteden meer tijd aan het lezen van kranten	Aangenomen
4a	Hoogopgeleiden maken vaker gebruik van het internet voor persoonlijk gebruik dan laagopgeleiden	Aangenomen
4b	Mensen met een hoog inkomen maken vaker gebruik van het internet voor persoonlijk gebruik dan mensen een laag inkomen	Aangenomen
4c	Jongeren maken vaker gebruik van het internet voor persoonlijk gebruik	Aangenomen
4d	Mannen maken vaker gebruik van het internet voor persoonlijk gebruik	Verworpen

Samenvattend kunnen ten aanzien van de invloed van sociaal-demografische en sociaal-economische kenmerken op het mediagebruik de volgende conclusies worden getrokken:

- Televisie is medium waaraan meer tijd wordt besteed door respectievelijk laagopgeleiden, mensen met inkomen onder modaal en ouderen in vergelijking tot hoogopgeleiden, mensen met een inkomen boven modaal en jongeren.
- Aan radio luisteren besteden laagopgeleiden meer tijd dan hoogopgeleiden.

- Aan het lezen van kranten besteden hoogopgeleiden, mensen met een inkomen boven modaal, ouderen en mannen meer tijd dan laagopgeleiden, mensen met een inkomen onder modaal, jongeren en vrouwen.
- De internetfrequentie van hoogopgeleiden, mensen met een inkomen boven modaal en jongeren ligt hoger dan die van laagopgeleiden, mensen met een inkomen onder modaal en ouderen.

Tussen mannen en vrouwen blijkt er op het gebied van tijdbesteding aan televisie en radio en op het gebied van internetfrequentie geen verschillen te zijn. Op het gebied van tijdsbesteding aan radio luisteren blijkt er verder tussen laagopgeleiden en hoogopgeleiden en tussen mensen met een inkomen onder modaal en een inkomen boven modaal geen verschillen te zijn.

Dat televisie een medium is waaraan meer tijd wordt besteed door respectievelijk laagopgeleiden, mensen met inkomen onder modaal en ouderen in vergelijking tot hoogopgeleiden, mensen met een inkomen boven modaal en jongeren blijkt naast de resultatensectie van de regressie analyse ook uit het onderzoek van stichting NOM (zie figuur 2.9 en 2.10). Ook het tijdsbestedingonderzoek van het SCP geeft aan dat laagopgeleiden en ouderen meer tijd besteden aan televisie in vergelijking met hoogopgeleiden en jongeren. Het SCP splitst in het tijdsbestedingonderzoek de sociaal-demografische kenmerken niet uit naar inkomen(sgroepen) uit. Daarnaast laat het tijdsbestedingonderzoek van het SCP zien dat mannen meer televisie kijken dan vrouwen en stichting NOM juist dat vrouwen meer televisie kijken dan mannen. In de resultatensectie werd er geen verschil tussen de geslachten gevonden op het gebied van tijdsbesteding aan televisie.

Dat laagopgeleiden meer tijd besteden aan radio luisteren blijkt zowel uit de resultaten van de regressie analyse als uit de empirische gegevens van het SCP en stichting NOM. Uit het onderzoek van NOM blijkt verder dan mensen met een laag inkomen, ouderen en mannen meer tijd besteden aan radio luisteren.

Wat betreft tijdbesteding aan kranten wordt zowel in de resultatensectie als door de gegevens van NOM aangegeven dat hoogopgeleiden, mensen met een hoog inkomen, ouderen en mannen meer tijd besteden aan kranten. Het tijdsbestedingonderzoek van het SCP laat dit ook zijn alleen splitst het SCP in het tijdsbestedingonderzoek de sociaal-demografische kenmerken niet uit naar inkomen(sgroepen) uit.

Uit de gegevens van stichting NOM blijkt dat jongeren, hoogopgeleiden en mensen met een hoog inkomen meer tijd besteden aan internet. Uit de resultatensectie blijkt dat deze drie groepen het vaak het internet raadplegen. Het SCP bevestigt in het tijdonderzoek ook dat hoogopgeleiden en jongeren meer tijd besteden aan internet dan laagopgeleiden en ouderen. Het SCP splitst in het tijdsbestedingonderzoek de sociaal-demografische kenmerken niet uit naar inkomen(sgroepen) uit. Daarnaast blijkt uit het onderzoek van het NOM als dat van het SCP dat mannen meer tijd besteden aan het internet. Uit de resultatensectie blijkt niet dat mannen het internet vaker raadplegen.

In het volgende schema (schema 5.2) is een overzicht te zien welke hypothesen omtrent sociaal-demografische en sociaal-economische kenmerken en het kijken, luisteren en lezen van nieuws, politiek en actualiteiten in de media zijn aangenomen en verworpen.

Schema 5.2: Overzicht aannames/verwerping hypothesen over het volgen van nieuws, politiek en actualiteiten in de media.

5	Hoogopgeleiden besteden meer tijd aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media dan laagopgeleiden	Verworpen voor het kijken en luisteren naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op televisie en de radio. Aangenomen voor het lezen van krantenberichten over politiek en actualiteiten.
6	Mensen met een hoog inkomen besteden meer tijd aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media dan mensen met een laag inkomen	Verworpen voor het kijken en luisteren naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op televisie en de radio. Aangenomen voor het lezen van krantenberichten over politiek en actualiteiten.
7	Ouderen besteden meer tijd aan nieuws, actualiteiten en politiek in de media dan jongeren	Aangenomen
8	Mannen besteden in vergelijking met vrouwen meer tijd meer nieuws, actualiteiten en politiek in de media	Verworpen voor het luisteren naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op de radio. Aangenomen voor het kijken naar nieuws, politieke programma's en actualiteiten op de televisie en het lezen van krantenberichten over politiek en actualiteiten.

Samenvattend kunnen ten aanzien van de invloed van sociaal-demografische en sociaal-economische kenmerken op het volgen van nieuws, politiek en actualiteiten in de media de volgende conclusies worden getrokken:

- Hoogopgeleiden besteden meer tijd aan het lezen over politiek en actualiteiten in kranten dan laagopgeleiden.
- Mensen met een inkomen boven modaal besteden meer tijd aan actualiteiten en politiek in kranten dan mensen met een inkomen onder modaal
- Ouderen besteden meer tijd aan nieuws, actualiteiten en politiek in op televisie, op de radio en in kranten dan jongeren.
- Mannen besteden meer tijd aan nieuws, actualiteiten en politiek op televisie en in kranten dan vrouwen.

Tussen mannen en vrouwen blijkt er op het gebied van tijdbesteding aan nieuws, politiek en actualiteiten op de radio geen verschillen te zijn. Verder blijkt tussen laagopgeleiden en hoogopgeleiden en tussen mensen met een inkomen onder modaal en een inkomen boven modaal er geen verschillen te zijn omtrent tijdbesteding aan nieuws, politiek en actualiteiten op de televisie en de radio.

De empirische gegevens uit het onderzoek van Van Snippenburg (1993) laten zien dat opleiding, geslacht en inkomen invloed hebben op het lezen en bekijken van politieke artikelen en programma's. Mannen, hoogopgeleiden en mensen met een hoog inkomen zouden meer politieke artikelen lezen en meer kijken naar politieke programma's (Van Snippenburg, 1993). Uit de resultaten van de regressie analyse blijkt dat mannen inderdaad meer tijd besteden aan het lezen van politieke artikelen en artikelen over actualiteiten en het aan het bekijken van nieuws, politieke programma's en actualiteiten op de televisie. Over radio luisteren waren geen empirische gegevens bekend en de uit resultatensectie blijkt dat alleen leeftijd een positief effect heeft op het luisteren

naar nieuws, actualiteiten en politieke programma's op de radio. Hoogopgeleiden en mensen met een hoog inkomen blijken meer tijd te besteden aan het lezen van politieke artikelen en artikelen over actualiteiten in kranten. Op het gebied van nieuws, politiek en actualiteiten op televisie en radio bestaat er geen verschil tussen hoogopgeleiden en laagopgeleiden en eveneens geen verschil tussen mensen met een hoog inkomen en mensen met een laag inkomen.

5.2 Discussie

De verklaarde variantie van drie van de soorten mediamodellen is erg klein (televisie kijken: 10,8%, radio luisteren: 1,0% en krant lezen: 10,7%). Met name de verklaarde variantie in het model over radio luisteren is extreem klein. De verklaarde variantie van het mediamodel internetfrequentie is een stuk hoger (38%). De verklaarde variantie van alle drie van de soorten modellen over het nieuws, politiek en actualiteiten in de media zijn eveneens erg klein (televisie kijken: 8,3%, radio luisteren: 1,0% en krant lezen: 7,1%). De verklaarde variantie in het model over nieuws, politieke programma's en actualiteiten luisteren op de radio is erg klein. Er zijn dus nog heel veel andere factoren die invloed hebben op de tijd die besteed wordt aan media naast leeftijd, inkomen, geslacht en opleidingsniveau en ook zijn er dus nog heel veel andere factoren dan deze die invloed hebben op de tijd die besteed wordt aan nieuws, politiek en actualiteiten in media. Mogelijke factoren die invloed hebben zijn totaal aantal uren vrije tijd, levensfase, verhouding tussen aantal leden huishouden en aantal beschikbare televisies, radio's en computer per gezin, zorgtaken, milieu van herkomst. Daarnaast kan het zijn dat de verklaarde variantie van televisie kijken en radio luisteren klein is, omdat het activiteiten zijn die door nagenoeg iedereen wel gedaan worden. Radio luisteren als nevenactiviteit is een activiteit die op veel plekken voor komt: niet alleen thuis, maar ook de werkplek staat vaak een radio aan op de achtergrond. Voor vervolgonderzoek is het wellicht een idee om zowel op doordeweekse dagen als op weekenddagen het mediagebruik van de respondenten te meten. In dit onderzoek zijn alleen doordeweekse dagen meegenomen. Je kunt dan kijken of de tijdsbesteding aan media in het weekend dan significant verschilt voor alle onafhankelijke variabelen.

De resultaten geven ook aan dat het de laagopgeleiden zijn die meer tijd besteden aan televisiekijken en radio luisteren en het de hoogopgeleiden zijn die meer tijd besteden aan het lezen van kranten. Laagopgeleiden hebben vaak een lager inkomen dan hoogopgeleiden. De resultaten geven ook aan dat de mensen met een lager inkomen meer tijd besteden aan televisie kijken en de mensen met een hoger inkomen besteden meer tijd aan het lezen van kranten. Mensen met een uitkering vallen ook onder de categorie mensen met een laag inkomen. Zij hebben de beschikking over veel tijd, maar weinig te besteden (Van Ophem & De Hoog, 1998). Televisie kijken en radio luisteren zijn activiteiten die hier goed bij aansluiten. Televisie kijken en radio luisteren zijn immers activiteiten die nagenoeg niets kosten. De prijs van een krant of hebben van een abonnement op een krant zijn de laatste jaren juist fors gestegen. Daardoor is het moeilijk geworden voor de mensen met een laag inkomen (en een lage opleiding) om dit te kunnen betalen.

Kijkend naar de resultaten zie je dat jongeren en vrouwen relatief weinig tijd besteden aan het lezen van kranten. In vervolgonderzoek kan gekeken worden naar de oorzaken hiervan. Ook kan de krantenindustrie op basis hiervan juist proberen om strategieën te ontwikkelen om jongeren en vrouwen aan het lezen van kranten te krijgen. Dit zouden ze kunnen doen door bepaalde rubrieken toe te voegen die speciaal gefocust zijn op vrouwen of jongeren. Bij jongeren is het grote nadeel aan kranten lezen veelal dat het lezen van de krant erg veel tijd kost. Jongeren kunnen te ongeduldig om de hele krant te lezen. Tegenwoordig kunnen jongeren heel snel op internet een overzicht van het nieuws krijgen. Dit is dan een aantrekkelijker manier van het nieuws volgen. De kranten zouden hierop in kunnen spelen door een bepaalde rubriek te maken met kort en bondig aangeboden nieuws. Iets als: "het nieuws over de hele wereld op één pagina". De korte artikelen zouden pakkende titels moeten krijgen die jongeren direct aanspreken. De opmaak van deze rubrieken zou ook minder saai moeten. Misschien zou er gebruik gemaakt kunnen worden gemaakt van meer kleur

en meer fotomateriaal. Om vrouwen te bereiken zouden kranten weer anders te werk moeten gaan. Wat opvallend is, is dat veel vrouwen wel tijdschriften lezen, blijktens de gegevens van stichting NOM. Kranten zouden hier gebruik van kunnen maken door bepaalde “vrouwvriendelijke” rubrieken aan de krant toe te voegen. In deze rubrieken komen dan items te staan die ook voorkomen in de ‘vrouwenbladen’. “In 5 weken bikiniklaar!” of “Hoe zorg ik ervoor dat mijn relatie weer spannend wordt?”. Als vrouwen dit soort items ook in de krant kunnen lezen, zullen ze misschien in plaats van zo’n tijdschrift de krant doorlezen. Zij het dat dit wellicht mannen juist weer kan afschrikken.

Met de uitkomsten van dit onderzoek kunnen adverteerders, mediabeleidsmakers, programmamakers en journalisten beter in spelen op de sociaal-demografische kenmerken van de mediagebruikers. Zo komt in de resultaten naar voren dat het voornamelijk de ouderen zijn die televisie kijken en de leeftijd van de reclamedoelgroep (20 tot 49 jaar) minder sterk bereikt wordt (Vermeeren, 2004). Aangezien jongeren daarentegen veel tijd doorbrengen op het internet is het voor adverteerders wellicht handiger om meer via internet te gaan adverteren dan via televisiespotjes. Aangezien hoogopgeleiden, mensen met een boven modaal inkomen, ouderen en mannen meer tijd besteden aan het lezen van kranten is het voor adverteerders goed mogelijk zich te richten op kranten als zij deze groep willen bereiken. Ouderen en mannen kijken ook vaker naar het nieuws, politieke programma’s en actualiteiten op televisie. Ook hier kan met de keuze van reclamezendtijd op worden ingespeeld.

Zowel in de data van Social European Survey als in de empirische gegevens van het SCP en stichting NOM zouden de opgegeven tijden van mediagebruik niet geheel gelijk aan de daadwerkelijke tijden kunnen zijn. Zo kan iemand bijvoorbeeld het aantal minuten opgeven dat hij of zij aan televisie als hoofdactiviteit alleen besteedt, terwijl een ander bij dezelfde vraag het aantal minuten waarin hij televisie kijkt als hoofdactiviteit en als nevenactiviteit. Er is dus een verschillende interpretatie van de vragen mogelijk. Ook is het mogelijk dat mensen inderdaad meerdere dingen te gelijk doen, het zogeheten multitasken (bijvoorbeeld bellen of smsen tijdens het televisiekijken), maar invullen in het tijdschema van het tijdsbestedingonderzoek van het SCP dat ze maar één ding doen op dat moment. Ook is het mogelijk dat er overlap is tussen mensen die veel naar politieke televisieprogramma’s kijken en zij die in het algemeen veel televisiekijken. Onder de zogenoemde veelkijkers zitten vooral mensen met lagere inkomens en lager opleidingsniveaus (Frissen, 1992). Om politieke programma’s goed te kunnen volgen, is juist op zijn minste enige kennis van het politieke systeem vereist. Bovendien is de informatie die in politiek programma’s wordt aangeboden pas redelijk maatschappelijk te plaatsen als men ook over de nodige algemene ontwikkeling beschikt. De meeste veelkijkers naar televisie en jongeren beschikken hier echter niet over, omdat hiervoor levenservaring en opleiding noodzakelijk is (Van Snippenburg, 1993). Het kijken naar televisie en het luisteren van radio is verder een gemeengoed: het wordt door iedereen wel gedaan zij het door de een meer dan door de ander. Opleiding blijkt van de gemeten onafhankelijke variabelen uit dit onderzoek de sterkste invloed te hebben op het mediagebruik. Opleiding is een factor die bijdraagt aan cultuur kapitaal. Cultuur kapitaal uit opleiding, vaardigheden en (culture) kennis (Holt, 1998). Cultuur kapitaal lijkt dus meer invloed te hebben op mediagebruik dan economisch kapitaal.

Literatuurlijst

Bakker, P. & O. Scholten, (2007). *Communicatiekaart van Nederland: Overzicht van media en communicatie*. Amsterdam: Kluwer.

Breedveld K. , A. van den Broek, J. de Haan, L. Harms, F. Huysmans en E. van Ingen (2006). *De tijd als spiegel – Hoe Nederlands hun tijd besteden*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Van den Broek, A. (2001). 'Vrijtijdsbesteding: De besteding van een krimpend vrijetijdsbudget.' In: K. Breedveld en A. van den Broek, *Trends in de tijd. Een schets van recente ontwikkelingen in tijdsbesteding en tijdsordering* (p. 45-53). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Van den Broek, A. & K. Breedveld (2004). *Trends in Time. The Use and Organisation of Time in the Netherlands*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Van den Broek, A. & K. Breedveld (2006a). Tijdsbesteding, hoe lang en hoe vaak, vrije tijd, algemeen. Verkregen op 01-05-2010 van <http://www.tijdbesteding.nl/hoelangvaak/vrijetijd/algemeen/20061018.html>

Van den Broek, A. & K. Breedveld (2006b). Tijdsbesteding, hoe lang en hoe vaak, verplichtingen, taakcombinatie, gejaagdheid. Verkregen op 01-05-2010 van <http://www.tijdbesteding.nl/hoelangvaak/verplichtingen/taakcombinatie/gejaagdheid/20061018.html>

Centraal Bureau voor de Statistiek (2008). Persbericht: *Mediaproducten steeds meer via internet*, PB08-071 28 oktober 2008

Centraal Bureau voor de Statistiek (2010). *Bevolking; kerncijfers naar diverse kenmerken*. Verkregen op 01-05-2010 van [http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37296ned&D1=a&D2=0,10,20,30,40,50,\(I-1\)-I&HD=100531-1924&HDR=G1&STB=T](http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37296ned&D1=a&D2=0,10,20,30,40,50,(I-1)-I&HD=100531-1924&HDR=G1&STB=T)

Centraal Planbureau (2010) *Uitgebreide kerngegevens: meest recente ramingen 2008-2011*, Verkregen op 23-05-2010 van <http://www.cpb.nl/nl/prognoses/nlinfo.html>

Clark, C. & J. Clark (1986). *Models of Gender and Political Participation in the United States*. *Women & politics*, 6, pp. 5-25

Van Dijk, J.A.G.M. (2001). *De netwerkmaatschappij. Sociale aspecten van nieuwe media: Communicatie Componenten*. Alphen a/d Rijn: Samsom.

Esveld, I. en C.J.I.M Henkens (2001). *Kind remt economische zelfstandigheid* In: *Demos*, jaargang 23, februari 2007. Den Haag: Nederlands Interdisciplinair Demografisch Instituut.

European Social Survey (2007). *ESS-2006 Documentation Report*, The ESS Data Archive, Edition 3.2, NSD Verkregen op 04-05-2010 van [ESS3-2006 Documentation Report](http://www.europeansocialsurvey.org/ESS3-2006/ESS3-2006_Documentation_Report)

Frissen, V.A.L. (1992). *Veelkijken als Sociaal Handelen: een empirisch onderzoek naar het verschijnsel veel televisiekijken in Nederland*. Nijmegen: ITS.

- Gershuny, J.** (2000). *Changing times: Work and leisure in Postindustrial Society*. Oxford: Oxford University Press.
- De Haan, J. en W. Knulst** (2000). *Het bereik van de kunsten. Een onderzoek naar veranderingen in de belangstelling voor beeldende kunst en podiumkunst sinds de jaren zeventig*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Harms, L.** (2004). *De vlucht van de vrije tijd: beweegredenen voor uithuizigheid en mobiliteit*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau
- Holt, D.B.** (1998). *Does cultural capital structure American consumption?* In: J.B. Schor en D.B. Holt, *The consumer society Reader*: pp. 212-252. New York: The New Press
- Huysmans, F. en J. de Haan** (2001). 'Media en ICT: Omgaan met een overvloedig aanbod.' In: K. Breedveld en A. van den Broek, *Trends in de tijd. Een schets van recente ontwikkelingen in tijdsbesteding en tijdsordening* (p. 75-95). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Huysmans F., J. de Haan en A. van den Broek** (2004). *Achter de schermen – Een kwart eeuw lezen, luisteren, kijken en internetten*. Sociaal en Cultureel Planbureau, Den Haag.
- Huysmans F.** (2006). *Tijdsbesteding, hoe lang en hoe vaak, vrije tijd, algemeen* Verkregen op 04-05-2010 van <http://www.tijdsbesteding.nl/hoelangvaak/vrijetijd/algemeen/20061018.html>
- Knulst, W. en P. van Beek** (1990). *Tijd komt met de jaren. Onderzoek naar tegenstellingen en veranderingen in dagelijkse bezigheden van Nederlanders op basis van tijdbudgetonderzoek*. Rijswijk/ Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau/vuga.
- Knulst, W. en M. Kalmijn** (1988). *Van woord naar beeld? Onderzoek naar de verschuivingen in de tijdsbesteding aan de media in de periode 1975-1985*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Latten, J.J. en W. van Dijk W.** (2001). *Emancipatie ongemerkt op stoom*. In: Demos, jaargang 17, april 2001. Den Haag: Nederlands Interdisciplinair Demografisch Instituut.
- Van Ophem J.A.C en C. de Hoog** (1998). Differences in leisure behaviour of the Poor and Rich in The Netherlands at the beginning of the 1990s. In: Jan W. te Kloetze (ed.) *Family and leisure in Poland and the Netherlands*. Leuven/Apeldoorn: Garant.
- Peiser, W.** (1996). *Die Fernsehgeneration. Eine empirische Untersuchung ihrer Mediennutzung und Medienbewertung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schnabel, P.** (2000). 'Een sociale en culturele verkenning voor de langere termijn.' In: Sociaal en Cultureel Planbureau/Centraal Planbureau, *Trends, dilemma's en beleid. Essays over ontwikkelingen op langere termijn* (p. 11-27). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau/Centraal Planbureau.
- SCP** (1975-2000). *Tijdsbestedingsonderzoek (TBO)*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- SCP** (1975-2005). *Tijdsbestedingsonderzoek (TBO)*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Van Snippenburg L.B.** (1993). De invloed van sekse, leeftijd, sociaal-economische klasse en informatie-interesse op het volgen van de politiek in de media. In: Karsten Renckstorf Wilbert

Mutsaers en Leo van Snippenburg (red.). *Mediagebruik in Nederland: resultaten en bevindingen van het grootschalig onderzoek naar media-uitrusting, media-exposure en mediagebruik in Nederland*. Nijmegen: ITS.

Solomon M., Bamossy G., Askegaard S. en M.G. Hogg (2006). *Consumer Behaviour: A European Perspective*. Prentice Hall.

Stichting Nationaal Media Onderzoek (2004). *Telmar P-Map / NOM Doelgroep Monitor 2004-2*
Verkregen op 13-05-2010 van <http://www.sanoma-advertiser.nl/media/pdf/Verzamelschrift/sociodemonetdood.pdf>, 24-05-2010

Van Steensel, K.M. (2000). *Internetgeneratie: De broncode ontcijferd*. Den Haag: Stichting Maatschappij en Ondernemen

Vermeeren, K. (2004). *Topcases commerciële communicatie*. Alphen aan de Rijn: Kluwer

Bijlage

De afhankelijke variabelen zijn gemeten via de volgende vragen:

On an average weekday, how much time, in total, do you spend watching television?

0 = "No time at all"

1 = "Less than 0,5 hour"

2 = "0,5 hour to 1 hour"

3 = "More than 1 hour, up to 1,5 hours"

4 = "More than 1,5 hours, up to 2 hours"

5 = "More than 2 hours, up to 2,5 hours"

6 = "More than 2,5 hours, up to 3 hours"

7 = "More than 3 hours"

77 = "Refusal"

88 = "Don't know"

99 = "No answer"

And again on an average weekday, how much of your time watching television is spent watching news or programmes about politics and current affairs¹?

0 = "No time at all"

1 = "Less than 0,5 hour"

2 = "0,5 hour to 1 hour"

3 = "More than 1 hour, up to 1,5 hours"

4 = "More than 1,5 hours, up to 2 hours"

5 = "More than 2 hours, up to 2,5 hours"

6 = "More than 2,5 hours, up to 3 hours"

7 = "More than 3 hours"

66 = "Not applicable"

77 = "Refusal"

88 = "Don't know"

99 = "No answer"

On an average weekday, how much time, in total, do you spend listening to the radio?

0 = "No time at all"

0 = "No time at all"

1 = "Less than 0,5 hour"

2 = "0,5 hour to 1 hour"

3 = "More than 1 hour, up to 1,5 hours"

4 = "More than 1,5 hours, up to 2 hours"

5 = "More than 2 hours, up to 2,5 hours"

6 = "More than 2,5 hours, up to 3 hours"

7 = "More than 3 hours"

77 = "Refusal"

88 = "Don't know"

99 = "No answer"

¹ About 'politics and current affairs': about issues to do with governance and public policy, and with the people connected with these affairs.

And again on an average weekday, how much of your time listening to the radio is spent listening to news or programmes about politics and current affairs?

0 = "No time at all"

1 = "Less than 0,5 hour"

2 = "0,5 hour to 1 hour"

3 = "More than 1 hour, up to 1,5 hours"

4 = "More than 1,5 hours, up to 2 hours"

5 = "More than 2 hours, up to 2,5 hours"

6 = "More than 2,5 hours, up to 3 hours"

7 = "More than 3 hours"

66 = "Not applicable"

77 = "Refusal"

88 = "Don't know"

99 = "No answer"

On an average weekday, how much time, in total, do you spend reading the newspapers?

0 = "No time at all"

1 = "Less than 0,5 hour"

2 = "0,5 hour to 1 hour"

3 = "More than 1 hour, up to 1,5 hours"

4 = "More than 1,5 hours, up to 2 hours"

5 = "More than 2 hours, up to 2,5 hours"

6 = "More than 2,5 hours, up to 3 hours"

7 = "More than 3 hours"

77 = "Refusal"

88 = "Don't know"

99 = "No answer"

And again on an average weekday, how much of your time reading newspapers is spent reading about politics and current affairs?

0 = "No time at all"

1 = "Less than 0,5 hour"

2 = "0,5 hour to 1 hour"

3 = "More than 1 hour, up to 1,5 hours"

4 = "More than 1,5 hours, up to 2 hours"

5 = "More than 2 hours, up to 2,5 hours"

6 = "More than 2,5 hours, up to 3 hours"

7 = "More than 3 hours"

66 = "Not applicable"

77 = "Refusal"

88 = "Don't know"

99 = "No answer"

Now, using this card, how often do you use the internet, the World Wide Web or e-mail whether at home or at work- for your personal² use ?

0 = "No access at home or work"

1 = "Never use"

2 = "Less than once a month"

3 = "Once a month"

4 = "Several times a month"

² 'personal use' is private or recreational use that does not have to do with one's work or occupation

- 5 = "Once a weeh"
- 6 = "Several times a week"
- 7 = "Every day"
- 77 = "Refusal"
- 88 = "Don't know"
- 99 = "No answer"

De onafhankelijke variabelen zijn gemeten via de volgende vragen

Sex:

- 1 = "Male"
- 2 = "Female"
- 9 = "No answer"

Household income:

If you add up the income from all sources, which letter describes you household's net income? ("Net income" equals income after tax and other compulsory deductions) If you don't know the exact figure, please give an estimate.

- 1 = "J" (net income annual: less than €1800)
- 2 = "R" (net income annual: €1800 to under €3600)
- 3 = "C" (net income annual: €3600 to under €6000)
- 4 = "M" (net income annual: €6000 to under €12000)
- 5 = "F" (net income annual: €12000 to under €18000)
- 6 = "S" (net income annual: €18000 to under €18000)
- 7 = "K" (net income annual: €24000 to under €18000)
- 8 = "P" (net income annual: €30000 to under €18000)
- 9 = "D" (net income annual: €36000 to under €18000)
- 10 = "H" (net income annual: €60000 to under €18000)
- 11 = "U" (net income annual: €90000 to under €18000)
- 12 = "N" (net income annual: €120000 or more)
- 77 = "Refusal"
- 88 = "Don't know"

Year of born: open question

- 7777 = "Refusal"
- 8888 = "Don't know"
- 9999 = "No answer"

Age of respondent, calculated:

- 999,00 = "Not available"

What is the highest level of education that you have achieved?

- 1 = "Not completed primary school"
- 2 = "Primary school or first stage of basic education"
- 3 = "Lower secondary school, technical training (lbo)"
- 4 = "Lower secondary school, theoretical training (mulo, mavo)"
- 5 = "Short upper secondary professional education (kmbo, vhbo)"
- 6 = "Upper secondary professional education (mbo)"
- 7 = "Post secondary, non-tertiary education (mbo plus)"
- 8 = "Higher secondary school (mms, havo)"
- 9 = "Pre-scientific secondary school (hbs, vwo)"
- 10 = "Tertiary professional education (hbo)"

11 = "Tertiary scientific education, university"
12 = "Tertiary post-scientific education (teachers, doctors)"
13 = "Second stage of tertiary education, Ph.D. education"
14 = "Other"
77 = "Refusal"
88 = "Don't know"
99 = "No answer"