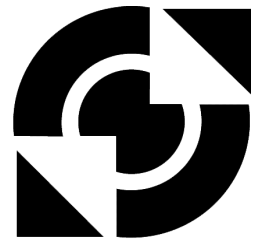


# Universiteit Twente

Faculteit  
Management & Bestuur



Suzanne van der Valk (0098310)

Universiteit Twente, Faculteit Management & Bestuur

Opleiding Bestuurskunde

## **Stemmers goed afgestemd?**

*Onderzoek naar de relaties tussen typen van mediagebruik en politieke houdingen*



Begeleider: prof. dr. C.W.A.M. Aarts

Meelezer: dr. H. van der Kolk

Datum: 17 augustus 2007

## **Voorwoord**

Deze bacheloropdracht vormt de laatste stap van de even interessante als intensieve bacheloropleiding Bestuurkunde aan de Universiteit Twente. Ten behoeve van deze scriptie heb ik gekozen voor een onderwerp dat mij oprecht interesseert en waarmee ik de kennis en vaardigheden die ik de afgelopen drie jaren tijdens mijn studie heb opgedaan, kan toepassen en etaleren.

Deze scriptie gaat in op de relaties tussen verschillende typen van mediagebruik enerzijds en politieke houdingen van burgers anderzijds, alsmede de ontwikkelingen hierin. Dat ik me hiermee op een omstreden terrein bevind, blijkt wel uit het gegeven dat er bijna geen vraag is die tot zoveel uiteenlopende antwoorden leidt als de vraag naar de invloed van de massamedia. Door de methoden van onderzoek die in deze scriptie gehanteerd worden, tracht ik een stap voorwaarts te zetten op het gebied van onderzoek naar de relaties tussen de massamedia en de politieke houdingen van burgers. Ik hoop dat dit onderzoek een wezenlijke bijdrage kan leveren om de controverse betreffende de invloed van de media op politieke houdingen, enigszins uit de impasse te bevrijden.

Graag maak ik van deze gelegenheid gebruik om iedereen te bedanken die aan mijn onderzoek een bijdrage heeft willen leveren. Ik wil mijn familie, medestudenten en vrienden bedanken voor hun kritische opmerkingen en hun bijdragen, maar ook voor hun geduld en begrip voor het feit dat dit onderzoek veel van mijn tijd in beslag heeft genomen. Verder wil ik Henk van der Kolk bedanken voor zijn nuttige en opbouwende kritiek op de conceptversie van mijn scriptie, evenals voor het feit dat hij tijd heeft willen vrij maken om de functie van meelezers op zich te nemen.

Een uitdrukkelijk woord van dank gaat uit naar mijn begeleider Kees Aarts die mij regelmatig en zonder aarzeling heeft voorzien van positief kritische feedback, welke de kwaliteit van deze scriptie in gunstige zin heeft beïnvloed.

## Inhoudsopgave

<b>Voorwoord.....</b>	<b>2</b>
<b>Inhoudsopgave.....</b>	<b>3</b>
<b>Samenvatting.....</b>	<b>4</b>
<b>Hoofdstuk 1. Inleiding.....</b>	<b>5</b>
1.1 Onderzoek naar de rol van de massamedia.....	5
1.2 Veranderingen in het medialandschap in West-Europa.....	6
1.3 Doelstelling.....	8
1.4 Vraagstelling.....	8
1.5 Onderzoekshypothesen.....	9
<b>Hoofdstuk 2. Methodologische verantwoording.....</b>	<b>10</b>
2.1 Data.....	10
2.2 De onderzoeksvariabelen.....	11
2.3 Methoden.....	11
<b>Hoofdstuk 3: Typen van mediagebruik.....</b>	<b>13</b>
3.1 Onderliggende dominante dimensies.....	13
3.2 Vastleggen van typen van mediagebruik.....	13
3.3 Het televisiepubliek.....	14
3.4 Het radiopubliek.....	15
3.5 Het krantenpubliek.....	17
3.6 Ontwikkelingen in de typen van mediagebruik.....	18
<b>Hoofdstuk 4. Demografische karakteristieken.....</b>	<b>20</b>
4.1 Demografische controlevariabelen.....	20
4.2 Typen van televisiegebruik en de controlevariabelen.....	20
4.3 Typen van radiogebruik en de controlevariabelen.....	21
4.4 Typen van krantengebruik en de controlevariabelen.....	22
4.5 Ontwikkelingen in de relaties met de controlevariabelen.....	23
<b>Hoofdstuk 5. Typen van mediagebruik en politieke houdingen.....</b>	<b>25</b>
5.1 Het onderzoeksmodel.....	25
5.2 Typen van televisiegebruik en politieke houdingen.....	25
5.3 Typen van radiogebruik en politieke houdingen.....	26
5.4 Typen van krantengebruik en politieke houdingen.....	27
5.5 Relaties tussen typen van mediagebruik en politieke houdingen.....	28
<b>Hoofdstuk 6. Conclusie en discussie.....</b>	<b>29</b>
6.1 Resultaten van onderzoek.....	29
6.2 Betekenis van de resultaten.....	30
6.3 Aandachtspunten voor vervolgonderzoek.....	31
<b>Literatuurlijst.....</b>	<b>33</b>
<b>Reflectieverslag.....</b>	<b>35</b>
<b>Appendix.....</b>	<b>38</b>

## **Samenvatting**

Onderzoek naar de effecten van mediagebruik op de politieke houdingen van burgers heeft twee algemene, conflicterende verklaringen naar voren gebracht. Vanuit het ‘malaise’ perspectief vermindert mediagebruik politieke betrokkenheid en draagt het bij aan politiek cynisme en een dalende opkomst bij verkiezingen. Vanuit het ‘mobilisatie’ perspectief draagt mediagebruik bij aan politieke betrokkenheid, vertrouwen en subjectieve doeltreffendheid.

In tegenstelling tot veel van deze voorgaande studies, worden in mijn onderzoek de ontwikkelingen in het kijk-, luister- en leesgedrag van de respondenten behandeld, alsmede de consequenties van deze veranderingen, als die er zijn, voor politieke houdingen. Gebaseerd op een unieke set panel study data afkomstig uit Nederland, met gedetailleerde metingen voor het vastleggen van het mediagebruik van de respondenten, is het mogelijk om per medium afzonderlijk te bepalen op welke wijze het gebruik ervan is gestructureerd en hoe zich dit in de loop van de tijd ontwikkeld heeft. Uit deze analyses blijkt, dat globaal gezien de onderliggende structuur van mediagebruik een duidelijke scheiding betreft tussen de publieke media of de meer politieke en inhoudelijke berichtgeving aan de ene kant, en de commerciële media of de minder politieke en inhoudelijke berichtgeving aan de andere kant. De ontwikkelingen binnen het gebruik van de drie soorten media, televisie, radio en kranten, tonen aan dat de laatstgenoemde soort mediacategorie aan belang wint ten opzichte van de eerstgenoemde soort.

Dit onderzoek toont aan dat typen van mediagebruik (wat betreft de televisie en in mindere mate de kranten) gerelateerd zijn aan de indicatoren van politieke houdingen, zelfs nadat voor leeftijd, geslacht en educatie gecontroleerd is. Dit gegeven wordt versterkt doordat een consistent scorepatroon gevonden wordt: intensieve gebruikers van de publieke media of de meer politieke en inhoudelijke berichtgeving scoren hoger op de significante politieke afhankelijke variabelen, dan de respondenten die alleen intensief gebruik maken van de commerciële media of de minder politieke en inhoudelijke berichtgeving. Hieruit blijkt dat het gaat om de inhoud (en niet de vorm) van de media, wanneer gesproken wordt over de invloed van de media op politieke houdingen.

Wanneer de bovenstaande resultaten met elkaar in relatie worden gebracht, spreekt hieruit de verwachting dat de commercialiseringstrend een belangrijke factor is waarmee rekening moet worden gehouden in dit onderzoeksgebied. Het type van mediagebruik waar iemand onder valt, is namelijk van belang voor de scores op de politieke variabelen. Deze verwachting wordt bevestigd wanneer gekeken wordt naar het scoreverloop op de politieke variabelen in de loop van de vier jaar, met betrekking tot de televisie en de kranten. De totale gemiddelde scores voor de televisie blijven nagenoeg gelijk. Dit komt doordat de grootste verandering in de relatieve groeps grootte de verschuiving betreft van de groep respondenten die alleen intensief gebruik maakt van de publieke televisie, naar de groep intensieve kijkers van zowel de publieke als de commerciële televisie – en deze groepen niet erg verschillen op de politieke variabelen. Ook bij het medium kranten zijn de totale gemiddelde scores op de significante politieke variabelen nagenoeg gelijk gebleven. Dit kan worden verklaard uit het gegeven, dat de ontwikkeling richting het toegenomen belang van de populaire kranten voornamelijk wordt veroorzaakt door respondenten die vier jaar eerder nog helemaal geen intensief gebruik maakte van de kranten - en dit eveneens twee groepen zijn die niet erg verschillend zijn op de politieke variabelen.

Voordat echter ‘grote’ uitspraken worden gemaakt omtrent het bestaan van causale relaties tussen typen van mediagebruik en politieke houdingen, is het noodzakelijk dat nader onderzoek wordt gedaan om zodoende de complexiteit van de oorzaak-en-gevolg relaties dieper te ontrafelen. Dit zal de interne validiteit van onderzoek op dit gebied verder versterken. Onderzoek naar het bestaan van de (causale) relaties tussen de twee centrale onderzoeksvariabelen in verschillende nationale contexten, zal hierbij de externe validiteit van de verkregen resultaten verhogen.

## **Hoofdstuk 1. Inleiding**

Massamedia worden door velen verondersteld van grote invloed te zijn op de politieke houdingen van burgers en, in het verlengde daarvan, op de overheid en politiek. Echter, of de aard van de gevolgen negatief of positief is, is controversieel. Deze controverse blijkt uit het gegeven dat uitkomsten uit onderzoek naar de invloed van de massamedia op politieke houdingen, de massamedia zowel hebben bekritiseerd als geprezen.

Een korte uiteenzetting van deze studies door de jaren heen, vormt hierdoor een uitstekend theoretisch kader in het licht waarvan dit onderhavige onderzoek geplaatst kan worden.

### **1.1 Onderzoek naar de rol van de massamedia**

Talrijke studies, gebaseerd op gegevens die in de Verenigde Staten verzameld zijn, hebben in de loop van de afgelopen decennia gewezen op de krachtige en schadelijke effecten van de media op de politieke houdingen van burgers. Robinson ontwikkelde oorspronkelijk de term 'videomalaise' om deze claim samen te vatten (Robinson, 1976).

In het midden van de jaren '70 en begin jaren '80 werden de media geassocieerd met groeiende politieke malaise, niet in de laatste plaats vanwege de nadruk op politieke onbekwaamheid, schandalen en corruptie (Robinson, 1976; Robinson en Sheenan, 1983). Beweerd werd dat de marktcompetitie en het gevecht om een groter publiek, de media 'dwingen' uit te wijden over dramatisch nieuws, vooral slecht nieuws zoals criminaliteit en conflicten, dood en rampen, politieke incompetentie en corruptie, seks en schandalen, en al het andere dat sensationeel is. Indien weinig conflicten bestaan, zullen de media overdrijven wat bestaat, of kwesties/nieuws proberen te creëren. Dit 'attack journalism', waarvan werd gezegd dat het meer en meer op kwam zetten, ondermijnt politici en politieke instituties (Robinson, 1975).

Onderzoek naar presidentsverkiezingen in de Verenigde Staten tussen 1960 en 1992, identificeerde trends die niet bemoedigender zijn: campagnenieuws is meer negatief geworden, meer interpretatief dan beschrijvend, en politici zijn meer gericht op het aanvallen van hun opponenten dan op het sterk maken van hun eigen standpunten (Patterson, 1980, 1993). Deze combinatie van slecht nieuws, 'attack journalism' en negatieve politici zou bij burgers een pervers cynisme, wantrouwen en achterdocht voor de moderne politiek en politici teweegbrengen.

In de jaren '90 werden de klachten in de Verenigde Staten, voornamelijk met betrekking tot het televisienieuws, steeds omvangrijker. Zo werd het televisienieuws aangewezen als dé oorzaak van het verstrekken van een slechts episodische behandeling van politieke kwesties zonder ze in hun grotere thematische of historische context te plaatsen (Iyengar, 1994), en van het rapporteren van complexe politieke kwesties in simplistische strategische termen (Capella en Jamieson, 1997). Deze aantijgingen jegens het nieuws werden ingegeven door de vermeende toegenomen vergankelijkheid van het product. Beweerd werd, dat het nieuws van gisteren wordt weggevaagd door de hoogtepunten van het nieuws van vandaag. Het wereldwijd verzamelen en het bijna tegelijkertijd uitzenden van het nieuws, in combinatie met de voortdurende strijd om als eerste sensationele nieuwsfeiten te brengen, zouden hieraan ten grondslag liggen. Het resultaat: de meeste items worden behandeld in een toenemende korte en oppervlakkige wijze, waarbij kijkers overvoerd worden met een stortvloed van over elkaar rollende, snel veranderende en nauwelijks uitgelegde evenementen. Deze 'fast forward' effecten zouden leiden tot politieke verwarring, vermoeidheid, vervreemding en wantrouwen onder de burgers, die een gebrek hebben aan de informatie, kennis en motivatie om het nieuws te begrijpen (Postman en Powers, 1992). Uiteindelijk werd televisienieuws, doordat de televisie de mensen uit hun gemeenschap zou wegtrekken, zelfs gezien als de oorzaak van het afbrokkelende sociale kapitaal (Putnam, 1995).

De meeste ‘malaise theorieën’ concentreren zich voornamelijk op het medium televisie (vandaar de term ‘videomalaise’). De hierboven geschetste problemen liggen echter niet alleen bij de televisie, maar bij alle vormen van de moderne massamedia, waaronder de kranten en de radio. Newton spreekt daarom liever van ‘mediamalaise’ om dekking te geven aan die typen van democratische pathologie, die veroorzaakt zouden worden door de moderne massamedia: politieke apathie, vervreemding, wantrouwen, cynisme, ontgoocheling, en zelfs angst (Newton, 2006).

Hoewel de ‘malaise-theoretici’ het over het algemeen eens zijn wat betreft de effecten van de media, bereiken ze deze conclusie niet allemaal langs dezelfde route. Er bestaat een verschil tussen degenen die de nadruk leggen op de vorm en degenen die de nadruk leggen op de inhoud van de media.

Postman, bijvoorbeeld, legt het belang vooral bij de vorm van de media. Hij beweert dat de moderne televisie door zijn aard, amuserend en entertainend móet zijn (Postman, 1985).

Andere auteurs benadrukken de inhoud van de media; het ‘fast forward’-syndroom, bijvoorbeeld, of de presentatie van het nieuws in een episodisch, in plaats van een theoretisch, kader (Iyengar, 1994). Als het de vorm is die het meeste telt, dan is er weinig hoop voor de massamedia. Dit geldt dan vooral voor de televisie, omdat het gedoemd is door zijn aard om een corrupte invloed te hebben. Als het de inhoud is die telt, dan is er ruimte voor zowel ‘goed’ als ‘slecht’ binnen elk type van de media en daarom ook voor verschillende soorten effecten veroorzaakt bij hetzelfde type media (Newton, 1999).

Andere studies, opgesteld door een kleinere groep die een andere denkwijze vertegenwoordigen, lijken in tegenspraak met de ‘malaise theorie’. Deze studies, met name afkomstig uit de Verenigde Staten en Groot-Brittannië, laten zien dat mediagebruik positief geassocieerd is met verscheidende indicatoren van burgerlijke betrokkenheid en politieke kennis. Hun denkwijze kan ‘mobilisatie theorie’ worden genoemd, omdat het beweert dat een combinatie van het toenemende opleidingsniveau en gemakkelijker toegang tot alsmaar groter wordende hoeveelheden politieke informatie, geholpen heeft om burgers te mobiliseren, zowel cognitief als wat betreft hun gedrag (Newton, 1999).

Cross-sectioneel en cross-nationaal vergelijkende onderzoeken die hieruit naar voren gekomen zijn, suggereren dat de kwaliteit van de nieuwsmedia een grote invloed heeft op hoe goed burgers geïnformeerd zijn over de politiek (Norris, 1996). Uit deze onderzoeken blijkt dat politieke interesse, discussie en ideologische verfijning de afgelopen jaren in een aantal landen zijn toegenomen, waarbij deze toename verbonden wordt aan de opkomst van de media en de educatieve rol van de televisie in het bijzonder (Dalton, 1996; Holtz-Bacha en Norris, 2001). Deze studies beweren dat het niet de vorm, maar de inhoud van de media is, die meer belangrijk is: een serieuze, grondige behandeling van het nieuws door zowel de elektronische media als de pers kan informeren en mobiliseren, terwijl een oppervlakkige en sensationele behandeling leidt tot malaise. Hieruit volgt dat entertainment media andere effecten teweeg zal brengen, dan een goede behandeling van het nieuws (Newton, 1999).

Kortom, onderzoek naar de effecten van mediagebruik op politieke houdingen heeft twee algemene, conflicterende verklaringen naar voren gebracht. Vanuit het ‘malaise’ perspectief, vermindert mediagebruik politieke betrokkenheid en draagt het bij aan politiek cynisme en een dalende opkomst bij verkiezingen. Vanuit de ‘mobilisatie’ perspectief draagt mediagebruik bij aan politieke betrokkenheid, vertrouwen en subjectieve doeltreffendheid (Aarts en Semetko, 2003). Onderzoek naar de invloed van de massamedia op politieke houdingen, kenmerkt zich dus door een differentieel effect.

## **1.2 Veranderingen in het medialandschap in West-Europa**

De Verenigde Staten en Groot-Brittannië zijn twee landen waarin het competitieve televisie- en radiobestel al geruime tijd de norm is (Aarts en Semetko, 2003). Vanwege de nadruk op Amerikaanse en Britse data in veel van de voorgaande onderzoeken, is er weinig aandacht geweest voor de continentale Europese context.

In West-Europa hebben de publieke televisie en radio tot het laatste decennium in de meeste landen een monopoliepositie bezet. Tot laat in de jaren '80 hadden de meeste West-Europese landen in hun eigen land één of twee publieke televisiekanalen en enkele radiozenders om uit te kiezen. Met de uitbreiding van het nationale televisie- en radiobestel en de komst van de kabel en de satelliet, werd de competitie op de televisie en de radio in de jaren '90 geïntensifieerd. Dit bracht voor de West-Europese kijkers en luisteraars meer opties met zich mee. In vergelijking met de VS is de introductie van de commerciële televisie en radio in continentaal Europa dus een relatief recent fenomeen. Bovendien is de commercialisering van de televisie en radio in West-Europa geen plotselinge verandering, maar een proces dat vele jaren in beslag neemt. Verder kenmerkt het medialandschap in West-Europa zich door een sterke nationale pers (Aarts en Semetko, 2003).

Deze ontwikkelingen worden goed geïllustreerd aan de hand van de veranderingen, die de afgelopen decennia in het Nederlandse medialandschap hebben plaatsgevonden. In het begin van de jaren '80 bezetten de twee publieke televisiezenders, *Nederland 1 en 2*, een monopoliepositie in het land. De enige publieke zender die sindsdien is opgezet, betreft *Nederland 3*, welke in 1988 begon met uitzenden. Vanaf het eind van de jaren '80 werden particuliere, commercieel gefundeerde televisiekanalen gelanceerd. In 1998 was de kabel in bijna 100% van de Nederlandse huiskamers doorgedrongen (Wurff, van der, 2004). Dit betekende dat een typisch huishouden kon kijken naar drie Nederlandse publieke televisiezenders, vier Nederlands sprekende commerciële kanalen en een verscheidenheid aan andere Nederlandse sprekende, buitenlandse, internationale, regionale en gespecialiseerde kanalen, alsmede de betaalde televisie. Het televisiebestel heeft zich hierdoor in Nederland ontwikkeld van exclusieve, door de staat gecontroleerde kartels bestaande uit verzuilde uitzendorganisatie in de jaren '60, naar een gemengd publiek-commercieel systeem met een verscheidenheid aan zenders vandaag de dag (Aarts en Semetko, 2003). De commercialisering, die nog steeds voortschrijdt, heeft ertoe geleid dat het aantal commerciële zenders in 2002 verder is toegenomen terwijl het aantal publieke zenders nog altijd onveranderd gebleven is.

Terwijl de publieke televisie een reputatie heeft voor het maken van een reeks aan serieuze actualiteitenrubrieken en het uitzenden van de drie belangrijkste dagelijkse nieuwsprogramma's waarin politiek nieuws vaak voorkomt, biedt de commerciële televisie aanzienlijk meer entertainment programmering tijdens prime time (Aarts en Semetko, 2003). Globaal gezien verschaft de commerciële televisie weinig politieke berichtgeving in het nieuws, in vergelijking met het nieuws op de publieke televisie (Holtz-Bacha en Norris, 2001). Niettemin is er sprake van variatie tussen de commerciële zenders in de hoeveelheid aandacht die ze besteden aan de politiek in hun dagelijkse nieuwsprogramma's. De radio heeft zich op een zelfde wijze ontwikkeld, met meer private zenders vandaag de dag dan ooit tevoren, waarvan de meeste weinig bieden op het gebied van politiek nieuws (Aarts en Semetko, 2003).

De nationale pers blijft wijdverbreid gelezen en wordt aangevuld door een sterke regionale pers. De nationale dagelijkse pers wordt onderscheiden in kwaliteitskranten aan de ene kant en populaire kranten aan de andere kant. Terwijl de kwaliteitskranten vaak uitgebreid berichten over de politiek, leggen de populaire kranten zich vooral toe op de berichtgeving van sensationeel nieuws (Semetko en Valkenburg, 2002). Tot deze laatste worden ook de gratis verkrijgbare kranten als *Metro* en *Spits* gerekend, die de laatste jaren hun opkomst beleefden.

De hierboven beschreven veranderingen in het medialandschap hebben ertoe geleid dat het belang van de publieke media of de meer inhoudelijke en politieke berichtgeving, gevoed door zorgen omtrent de commercialisering, wordt benadrukt. Dit geldt met name voor de publieke televisie waar veel onderzoek naar wordt gedaan. De resultaten van deze onderzoeken bevestigen veelal de waarde van het publieke televisiebestel voor de democratie. Hieruit blijkt namelijk dat blootstelling aan publieke zenders positief geassocieerd is met politieke houdingen, in tegenstelling tot commerciële zenders (Holtz-Bacha en Norris, 2001). Doordat de balans van de berichtgeving gewoonlijk meer informatief is op de publieke televisie en meer entertainment georiënteerd op de commerciële televisie, zijn deze bevindingen in lijn met de

hierboven vermelde onderzoeken waaruit naar voren is gekomen dat entertainment media tot ‘malaise’ leidt en een grondige, serieuze behandeling van het nieuws ‘mobilisatie’ tot gevolg heeft.

Concluderend: de Nederlandse casus lijkt representatief voor hetgeen gevonden kan worden in de andere continentale West-Europese landen. Het mediabestel, eens gedomineerd door publieke netwerken, wordt vandaag de dag gekarakteriseerd door een aantal concurrerende netwerken die een grote verscheidenheid aan programma’s bieden. Bovendien kent het land een sterke nationale pers.

### **1.3 Doelstelling**

Het onderzoek van deze scriptie heeft tot doel meer inzicht te verkrijgen in de relaties tussen typen van mediagebruik en de politieke houdingen van burgers in een continentale West-Europese context, alsmede de ontwikkelingen hierin. De doelstelling van dit onderzoek wordt op een tweeledige wijze gerealiseerd. Allereerst wordt onderzoek gedaan naar de wijze waarop typen van mediagebruik en politieke houdingen met elkaar samenhangen. Dit wordt gedaan door voor elk type van mediagebruik de relatie met elke indicator van politieke houdingen afzonderlijk vast te stellen. Hieruit zal duidelijk worden of het de vorm of de inhoud van de media is, die telt wanneer gesproken wordt over de invloed van de media op politieke houdingen.

Vervolgens wordt onderzocht wat de ontwikkelingen in deze relaties zijn. Dit wordt gedaan door de gegevens van dezelfde groep respondenten over een periode van vier jaar te onderzoeken. Hierdoor zal meer inzicht verkregen worden in de verschuivingen in het kijk-, luister- en leesgedrag van de respondenten, onder invloed van de veranderingen in het medialandschap, en de consequenties van deze veranderingen, als die er zijn, voor de politieke houdingen.

### **1.4 Vraagstelling**

Uit de doelstelling van dit onderzoek komt de volgende hoofdvraag voort:

*‘Wat zijn de relaties tussen de verschillende typen van mediagebruik en politieke houdingen van burgers, en welke ontwikkelingen hebben zich in deze relaties voorgedaan? Welke rol spelen de veranderingen die in het medialandschap hebben plaatsgevonden hierin?’*

Om antwoord te geven op deze algemene vraag, is een reeks van meer specifiekere onderzoeksvragen geformuleerd. De antwoorden op deze drie vragen vormen, tezamen gezien, het antwoord op de hoofdvraag.

- (1) Welke typen van mediagebruik kunnen worden onderscheiden wanneer gekeken wordt naar de blootstelling aan de televisie, radio en pers afzonderlijk? Is de indeling van het mediapubliek op grond van deze typen van mediagebruik stabiel over een periode van verschillende jaren?
- (2) Wat zijn de relaties tussen typen van mediagebruik en demografische karakteristieken? Veranderen deze relaties in de loop van de tijd?
- (3) Wat zijn de relaties tussen typen van mediagebruik en de indicatoren van politieke houdingen? Veranderen deze relaties over een periode van verschillende jaren?

Aan de hand van de eerste onderzoeksvraag wordt onderzocht welke typen van mediagebruik onderscheiden kunnen worden voor de televisie, de radio en de pers afzonderlijk. De vastgestelde typen van mediagebruik vormen de basis waarop het mediapubliek wordt ingedeeld. Deze indeling maakt het mogelijk dat de ontwikkelingen binnen het kijk-, luister- en leesgedrag kunnen worden onderzocht.



Voordat de relaties tussen typen van mediagebruik en politieke betrokkenheid worden behandeld, wordt in de tweede onderzoeksvraag de relaties met demografische karakteristieken vastgesteld. Deze stap is essentieel, aangezien het van belang is om te vermijden dat effecten worden toegewezen aan mediagebruik die in werkelijkheid het resultaat zijn van de samenstelling van het mediapubliek. Hierin schuilt gevaar, omdat het mediapubliek dat ingedeeld is op grond van de verschillende typen van mediagebruik, naar alle waarschijnlijk van elkaar verschilt op demografische karakteristieken die ook van belang zijn voor de verscheidene indicatoren van politieke houdingen.

De derde onderzoeksvraag dient als basis voor de analyses met betrekking tot de relaties tussen de typen van mediagebruik en politieke houdingen, en de ontwikkelingen in deze relaties door de jaren heen. Het is in dit deel van het onderzoek waar geanalyseerd wordt of de verschillende typen van mediagebruik samenhangen met de indicatoren van politieke houdingen; en zo ja, op welke wijze.

### **1.5 Onderzoekshypothesen**

Aarts en Semetko hebben in hun onderzoek uit 2003, op basis van de literatuur uit het hierboven beschreven onderzoeksgebied, enkele onderzoekshypothesen opgesteld. Aangepast aan het specifieke kader van dit onderzoek, zijn op grond hiervan de hieronder opgestelde onderzoekshypothesen geformuleerd. Toetsing van deze onderzoekshypothesen zal bijdragen aan de beantwoording van de verschillende onderzoeksvragen, en daarmee aan de realisering van de doelstelling van dit onderzoek.

Op grond van de geschetste veranderingen in het medialandschap, wordt verondersteld dat de drie soorten media die in dit onderzoek worden bestudeerd (de televisie, radio en de kranten) ieder uit twee duidelijk van elkaar onderscheidende categorieën bestaat. Hierbij is de gerelateerde verwachting dat deze categorieën, die verschillend zijn met betrekking tot het bereik en de kwaliteit van de politieke inhoud, zich op een uiteenlopende wijze ontwikkelen.

De eerste hypothese, behorend tot de eerste onderzoeksvraag, is als volgt:

- H(1) De commerciële media of de minder politieke en inhoudelijke berichtgeving wint in de loop van de jaren aan belang, ten opzichte van de publieke media of de meer politieke en inhoudelijke berichtgeving.

De diversiteit in het aanbod van het Nederlandse mediabestel leidt tot de verwachting, dat de verschillende typen van mediagebruik ook verschillende sociale groepen mensen aantrekken.

De tweede hypothese, gerelateerd aan de tweede onderzoeksvraag, kan hierdoor als volgt worden geformuleerd:

- H(2) Vrouwen, jongeren en lager opgeleiden maken intensiever gebruik van de commerciële media of de minder politieke en inhoudelijke berichtgeving, in vergelijking met mannen, ouderen en hoger opgeleiden die intensiever gebruik maken van de publieke media of de meer politieke en inhoudelijke berichtgeving.

De laatste hypothese heeft betrekking op de wijze waarop mediagebruik gerelateerd is aan de verschillende indicatoren van politieke houdingen. Deze behoort dus tot de derde onderzoeksvraag.

De bijbehorende hypothese is:

- H(3) Mensen die intensief gebruik maken van de publieke media of de meer politieke en inhoudelijke berichtgeving hebben gunstigere politieke houdingen, dan mensen die alleen intensief gebruik maken van de commerciële media of de minder inhoudelijke en politieke berichtgeving.

Deze laatste hypothese is bewust niet geformuleerd als een causale uitspraak. In het volgende hoofdstuk, dat de methodologische verantwoording van dit onderzoek behandelt, wordt ingegaan op de redenen van deze formulering.

## **Hoofdstuk 2. Methodologische verantwoording**

Voordat de onderzoeksvragen één voor één worden behandeld en beantwoord, wordt in dit hoofdstuk allereerst de onderzoeksofzet nader uiteengezet en verantwoord. Dit is van belang, omdat de data en methoden van analyse een prominente rol spelen wat betreft de kwaliteit van het onderhavige onderzoek.

### **2.1 Data**

De data waarop dit onderzoek zich baseert, zijn verzameld in het 1998-2002 panel study van het Nationaal Kiezers Onderzoek. Het Nationaal Kiezersonderzoek is een survey project, gebaseerd op een landelijke steekproef bestaande uit stemgerechtigde Nederlandse inwoners. De survey study combineert data van 'face-to-face' interviews met resultaten van 'drop-off' vragenlijsten.

De 1998 survey study begon met 'face-to-face' interviews, die werden gehouden voor de verkiezingen. 'Face-to-face' interviews afgenomen na de verkiezingen, werden uitgevoerd met 85 procent van deze groep (1.814). Vervolgens heeft 66 procent van deze respondenten (1.199) de 'drop-off' vragenlijst ingevuld en teruggestuurd. In 1999 werden de respondenten van de 1998 post-verkiezingen survey benaderd met een telefoon/mail survey, die gefocust was op electorale opkomst, waaraan 56 procent (1.009) heeft deelgenomen. In 2002 werd dezelfde groep nog een keer benaderd, met een responsie van 38 procent (689) voor de 'face-to-face' interviews, en 35 procent (637) voor de 'drop-off' vragenlijst. De analyses van dit onderzoek zijn uiteindelijk gebaseerd op de in totaal 466 respondenten, die geldige antwoorden hebben gegeven op de vragen die voor dit onderzoek relevant zijn.

Uit deze beschrijving blijkt dat de panel study te kampen heeft met afnemende respons. Non-respons kan van grote invloed zijn op de resultaten van een onderzoek. Hoe ernstig de gevolgen zijn, is afhankelijk van de aard van de onderzoeksvraag. Meestal geldt dat de gevolgen van non-respons veel minder van invloed zijn op verbanden dan op frequentieverdelingen (Dijkstra en Smit, 2005). Vanwege het gegeven dat dit onderzoek meer gericht is op relaties, structuren en veranderingen dan op beschrijvingen, vormt de ondervonden non-respons geen ernstig obstakel voor de gestelde doeleinden van dit onderzoek.

Door gebruik te maken van deze data zal dit onderzoek, bij het behandelen van enkele sleutelvragen in het grotere 'malaise' versus 'mobilisatie' debat, verder reiken dan de beperkingen van de voorgaande studies. Zo baseert dit onderzoek zich op een bredere basis van survey vragen omtrent mediagebruik, dan ooit eerder is gevraagd bij elk van de voorgaande nationale verkiezingsonderzoeken of de Eurobarometer survey. Hierdoor wordt een realistisch beeld verkregen van de relaties tussen de verschillende typen van mediagebruik en de politieke houdingen van burgers.

De voorgaande onderzoeken zijn verder in een ander opzicht beperkt, omdat ze gebaseerd zijn op cross-sectionele data. Deze data hebben twee belangrijke tekortkomingen: ze beperken de interne validiteit van de resultaten van de analyses enorm, en ze nemen de dynamieken van de relaties niet in ogenschouw. Verklarende cross-sectionele onderzoeken kennen immers een inherent probleem. Hoewel ze hun conclusies baseren op waarnemingen afkomstig van slechts één tijdstip, hebben ze tot doel het begrijpen van een causaal proces dat zich in de loop van de tijd voordoet. Bovendien kunnen veranderingen op individueel niveau, door de enkele tijdsmeting, niet worden onderzocht.

Comperatieve cross-sectionele data vormen in dit opzicht geen wezenlijke vooruitgang. Hoewel op basis van deze data vastgesteld kan worden welke veranderingen in de loop van de tijd hebben plaatsgevonden, blijft onduidelijk wáár deze verschuivingen zich precies hebben voorgedaan. Onderzoek naar ontwikkelingen op het individuele niveau, is dus van groot belang om vast te kunnen stellen welke soort mensen wat voor veranderingen hebben ondergaan (Shadish, Cook en Campbell, 2002).

In dit onderzoek wordt daarom zoveel mogelijk gebruik gemaakt van het potentieel dat de panel study te bieden heeft. De data die hieruit afkomstig zijn, bieden de mogelijkheid om dynamieken van de relaties

tussen typen van mediagebruik en politieke houdingen nader te bezien. De tijdspanning van vier jaar is waarschijnlijk lang genoeg om enkele echo's van de commercialisering van het mediabestel te vinden. In tegenstelling tot veel onderzoeken op dit gebied, wordt hierdoor ingegaan op de veranderingen in het kijk-, luister- en leesgedrag van het mediapubliek en de consequenties van deze veranderingen, als die er zijn, voor de politieke houdingen. Door de combinatie van precieze metingen en de panel study data, wordt bovendien de interne validiteit van de uit dit onderzoek verkregen gegevens vergroot.

## **2.2 De onderzoeksvariabelen**

Dit onderzoek draait om twee centrale onderzoeksvariabelen, namelijk: typen van mediagebruik en politieke houdingen.

De typen van mediagebruik en de ontwikkelingen hierin, worden in de eerste onderzoeksvraag onderzocht. De relevante data, ten behoeve van het meten van de variabele typen van mediagebruik, zijn verzameld in de 'drop-off' vragenlijsten (zie appendix). Deze vragenlijsten bevatten een grote set items, die vragen naar de frequentie van het kijken naar specifieke televisieprogramma's, het luisteren naar de verschillende vermelde radiozenders en het lezen van de genoemde dagelijkse kranten.

De televisieprogramma's, die opgenomen zijn in de vragenlijst, omvatten alle belangrijke nieuwsprogramma's op de nationale Nederlandssprekende netwerken. Bovendien staan de andere meest bekeken dagelijkse tv-programma's, die tenminste vijf keer per week worden uitgezonden, ook op de lijst. De meeste hiervan zijn entertainment programma's, zoals soaps. De radiostations, die opgesteld staan in de vragenlijst, omvatten alle vijf de publieke zenders, elk met een sterk profiel. Bovendien zijn er commerciële radiozenders opgenomen in de vragenlijst, waaronder enkele popmuziekzenders en het regionale publieke radiostation. Tenslotte, omvatten de kranten die in de vragenlijst staan vermeld, alle zes de nationale dagelijkse kranten en de regionale dagelijkse krant

De variabele politieke houdingen bestaat uit vijf indicatoren. De relevante data, voor het meten van deze indicatoren, zijn verzameld in zowel de 'face-to-face' interviews als de 'drop-off' vragenlijsten (zie appendix). De vijf indicatoren van de variabele politieke houdingen zijn: politieke interesse, externe politieke doeltreffendheid (responsiviteit van het politieke systeem), interne politieke doeltreffendheid (eigen potentiële rol in het politieke systeem), politiek cynisme en vertrouwen in instituties. Alle vijf zijn ze gebaseerd op verscheidende indicatoren van het onderliggende concept, gemeten met redelijk gestandaardiseerde survey vragen.

## **2.3 Methoden**

Onderzoek naar de invloed van de media wordt bemoeilijkt door de problemen omtrent het ontrafelen van de oorzaak-en-gevolg relaties (Newton, 1999). Dit punt, betreffende de methodologische problemen bij het demonstreren van de oorzaken en effecten van de massamedia, is belangrijk en dient zwaar te worden beklemtoond. Daarom is het van belang deze methodologische problemen vóór de uitvoering van het onderzoek uiteen te zetten. Allereerst, is mediagebruik nauw geassocieerd met andere variabelen, welke onafhankelijk gerelateerd kunnen zijn aan de indicatoren van politieke houdingen. Om deze kwestie verder te compliceren, maken verschillende sociale groepen gebruik van verscheidene combinaties van de media. Dit maakt het moeilijk om de effecten van een bepaald type of subtype van de media te ontrafelen.

Ten tweede, selecteren mensen zelf de media waarvan ze gebruik maken. Dit maakt het moeilijk om te weten te komen of de media politieke houdingen creëren of dat ze dit slechts versterken. Het is van meet af aan erg waarschijnlijk dat de causale effecten in beide richtingen voorkomen: van politieke houdingen naar typen van mediagebruik, en andersom. Dit endogeniteitsprobleem duidt op wat Norris (2002) een *virtuous circle* noemt: dit komt er op neer, dat bestaande interesses leiden tot een bepaald patroon van omgaan met de media en dat het gebruik van deze informatiebronnen op zijn beurt bestaande opvattingen

en attitudes versterkt. Bovendien getroosten de media zich enorm veel moeite en kosten bij het onderzoeken van hun publieken, en is het waarschijnlijk dat ze hun best doen om de houdingen en waarden te reflecteren van de doelgroepen die ze willen aantrekken. Deze 'zelfselectie' maakt het kip-en-ei probleem van onderzoek naar de invloed van de media bijzonder acuut en maakt het bovendien eenvoudig om weg te komen met populaire beweringen over het onderwerp zonder angst te hoeven hebben voor empirisch tegenbewijs.

Niettemin kan enige vooruitgang worden geboekt door het zorgvuldig controleren van bepalende demografische kenmerken en het vergelijken van de verschillende groepen mediagebruikers en verschillende typen van mediagebruik. Dit is dan ook het streven bij de beantwoording van elk van de onderzoeksvragen, en de reden dat voor de hieronder beschreven methoden gekozen is. De hieruit verkregen resultaten worden gepresenteerd in drie stappen, analoog met de drie onderzoeksvragen waaruit dit onderzoek is opgebouwd.

In de eerste stap wordt, ter beantwoording van de eerste onderzoeksvraag, op grond van de gevonden scheidingen die geconstateerd kunnen worden bij mediablootstelling, de verschillende typen van mediagebruik vastgesteld. Dit wordt gedaan door de verschillende gevonden mediacategorieën te dichotomiseren en in een typologie tegen elkaar uiteen te zetten. Door de bevindingen afkomstig uit 2002 te vergelijken met de bevindingen uit 1998, wordt onderzocht of de indeling van het mediapubliek, op grond van de verschillende typen van mediagebruik, stabiel is over een periode van verschillende jaren. De hieruit verkregen bevindingen worden dieper doorgrond, doordat vervolgens in een aparte typologie de individuele veranderingen in het mediagebruik in beeld worden gebracht.

Hierna wordt in de tweede stap, ter beantwoording van de tweede onderzoeksvraag, de resultaten eveneens gepresenteerd in de vorm van een typologie. De vastgestelde typen van mediagebruik worden uiteengezet tegen de demografische karakteristieken geslacht, leeftijd en opleiding. Op deze manier kunnen, door vergelijking van de gevonden percentages waaruit de typologie bestaat, de relaties tussen typen van mediagebruik en de demografische karakteristieken van de respondenten goed worden geïllustreerd en onderzocht. Door middel van de Chi-kwadraattoets wordt vastgesteld of de gevonden verbanden statistisch significant zijn. Om vervolgens te kunnen bepalen of deze relaties in de loop van de tijd veranderd zijn, wordt deze typologie voor zowel de data uit 1998 als 2002 opgesteld.

Ten derde wordt, ter de beantwoording van de derde onderzoeksvraag, door middel van een uiteenzetting van de twee centrale onderzoeksvariabelen in een typologie, onderzocht op welke wijze deze variabelen met elkaar samenhangen. Met behulp van de uitvoering van variantieanalyses wordt getoetst of de gevonden relaties statistisch significant zijn. Het vergelijken van de gemiddelde scores van de verschillende mediagroepen op de politieke variabelen, verschaft de mogelijkheid om te ontdekken of er sprake is van een bepaald patroon in het scoreverloop. Het doel is uiteindelijk om vast te stellen wat de relaties zijn tussen typen van mediagebruik en de indicatoren van politieke houdingen. De verschillende bepalende demografische kenmerken uit de tweede onderzoeksvraag, worden hierbij als controlevariabelen gehanteerd. Dit alles wordt gedaan voor zowel de data uit 1998 als 2002, opdat vastgesteld kan worden of deze relaties in de loop van de tijd veranderen.

Hoewel het vergelijken en controleren op deze systematische wijze geen oplossing biedt voor het kip-en-ei probleem, kan het ons wel een stap verder brengen. Hierbij spelen de panel study data een belangrijke rol, doordat dezelfde groep respondenten door de tijd heen kan worden gevolgd. Wanneer na het controleren en vergelijken, blijvende relaties worden gevonden tussen de typen van mediagebruik en politieke houdingen, dan is er gegronde reden door te gaan met onderzoek om zo de complexiteit van de oorzaak en gevolg interacties verder te ontwarren.

## **Hoofdstuk 3. Typen van mediagebruik**

Typen van mediagebruik kunnen logischerwijs worden ingedeeld op grond van de verschillende soorten media: de televisie, radio en de pers, die in dit onderzoek worden bestudeerd. Maar voor het onderhavige onderzoek is het van belang dat typen van mediagebruik op een gedetailleerder niveau, per medium afzonderlijk, worden vastgelegd.

In dit hoofdstuk wordt dit gerealiseerd door op grond van de naar voren gekomen dominante onderliggende dimensies, de typen van mediagebruik vast te stellen. Aan de hand van deze vastgelegde typen van mediagebruik worden de verschillende mediapublieken, en de ontwikkelingen hierin, nader bestudeerd.

### **3.1 Onderliggende dominante dimensies**

In het onderzoek van Aarts en Semetko uit 2003 werd, gebruikmakend van deels dezelfde data als dit onderzoek, de onderliggende structuur van mediagebruik vastgesteld. Dit werd gedaan aan de hand van principale componenten analyses voor elk van de drie soorten media, de televisie, radio en de pers, afzonderlijk. Deze analyses werden uitgevoerd ten behoeve van datareductie en om meer inzicht te krijgen in de structuur van de dataset.

Voor alle drie de media, wijzen de principale componenten analyses naar een enkele dominante onderliggende dimensie. Televisie kijkgedrag lijkt hoofdzakelijk te variëren langs een dimensie, die de publieke televisie contrasteert met de commerciële televisie. De dominante onderliggende dimensie bij het medium radio, scheidt de popmuziekzenders van alle andere soorten radiostations: nieuws, vermaak met informatie en klassieke muziek. Het medium kranten, tenslotte, wordt voor een groot deel gestructureerd aan de hand van wat een ‘zware’ versus ‘lichte’ dimensie kan worden genoemd.

Deze bevindingen komen overeen met de scheidingen die in de media, met betrekking tot de kwaliteit en het bereik van de politieke inhoud, geconstateerd kunnen worden. Zoals in het eerste hoofdstuk naar voren is gekomen, is dit voornamelijk het resultaat van de veranderingen die gedurende de afgelopen decennia in het medialandschap hebben plaatsgevonden. De bovenvermelde dimensies vormen hierdoor een uitstekende basis, op grond waarvan de verschillende typen van mediagebruik kunnen worden vastgelegd.

### **3.2 Vastleggen van typen van mediagebruik**

In het belang van de analyses van dit onderzoek, worden de televisieprogramma's, radiozenders en kranten en tijdschriften, ingedeeld aan de hand van de dominante dimensie die voor elk van de media afzonderlijk naar voren zijn gekomen (zie appendix). Dit betekent dat de televisieprogramma's worden ingedeeld op grond van het gegeven of ze worden uitgezonden via een publieke of via een commerciële zender. De radiozenders worden toegewezen aan de hand van het type zender dat ze zijn: aan de ene kant de popmuziekzenders en aan de andere kant de nieuwszenders, de radiostations met zowel vermaak als informatie en de radiozenders die klassieke muziek ten gehore brengen.

De kranten worden ingedeeld op basis van het feit of ze gerekend kunnen worden tot het ‘zware’ type van kwaliteitskranten, of het ‘lichte’ type van populaire kranten. Hierbij geldt de benaming ‘kwaliteitskrant’ voor een krant die streeft naar veelzijdige genuanceerde berichtgeving met een hoge mate van diepgang. Deze kranten berichten bovendien veel over de politiek. Populaire kranten, daarentegen, leggen zich vooral toe op de berichtgeving van sensationeel nieuws en hebben minder aandacht voor de politiek.

Voor het vaststellen van de effecten van blootstelling aan elk van deze mediacategorieën afzonderlijk, is het relevant te weten wat de intensiteit is waarmee de respondent er gebruik van maakt. Om dit te bereiken wordt de hoogste intensiteit van het mediagebruik per bovengenoemde mediacategorie vastgelegd. Voor

elk van de respondenten wordt hierdoor de intensiteit bepaald waarmee ze gebruik maken van de publieke en commerciële televisie, de popmuziek radiozenders (de populaire radio) en de andere soorten radiostations (de kwaliteitsradio), en tenslotte het ‘zware’ type kranten (de kwaliteitskranten) en het ‘lichte’ type kranten (de populaire kranten).

Wanneer de intensiteit van het gebruik van de betreffende mediacategorie minstens drie keer per week is voor de televisie, minstens 8 uur per week voor de radio of minstens een half uur per dag voor de kranten, wordt het gebruik ervan gekenmerkt als een hoge intensiteit. Een lagere intensiteit dan deze, betekent dat het gebruik van de betreffende mediacategorie wordt aangemerkt als een lage intensiteit.

Door het dichotomiseren van de twee soorten categorieën waaruit de drie soorten media zijn opgebouwd (beiden in een lage en hoge intensiteit), kunnen uiteindelijk per medium vier typen van mediagebruik worden onderscheiden. Op deze manier wordt een profiel van het mediapubliek verkregen (oftewel van de typen kijkers, luisteraars en lezers), op basis waarvan per medium afzonderlijk bestudeerd kan worden of degene die intensief gebruik van maken van een bepaalde mediacategorie, verschillend zijn van degene die er geen intensief gebruik van maken.

De indeling van het mediapubliek op grond van deze vastgestelde typen van mediagebruik, en de ontwikkelingen hierin, worden hieronder voor de televisie, radio en de kranten ieder apart onderzocht.

### 3.3 Het televisiepubliek

Uit de totalen van de typologieën die getoond worden in tabel 1 en 2, blijkt dat de respondenten als groep intensiever zijn blootgesteld aan de publieke televisie dan aan de commerciële televisie. Deze verhouding verandert in de loop van de vier jaar enigszins in het voordeel van de commerciële televisie.

Tabel 1: Televisiepubliek in 1998

		Kijken naar publieke tv		Totaal
		Niet intensief	Wel intensief	
Kijken naar commerciële tv	Niet intensief	44 9.4%	208 44.6%	252 54.1%
	Wel intensief	63 13.5%	151 32.4%	214 45.9%
Totaal		107 23.0%	359 77.0%	466 100.0%

Tabel 2: Televisiepubliek in 2002

		Kijken naar publieke tv		Totaal
		Niet intensief	Wel intensief	
Kijken naar commerciële tv	Niet intensief	28 6.0%	153 32.8%	181 38.8%
	Wel intensief	34 7.3%	251 53.9%	285 61.2%
Totaal		62 13.3%	404 86.7%	466 100.0%

De grote groep intensieve kijkers van de publieke televisie kan voor een groot gedeelte worden toegerekend aan het NOS 8 uur journaal, het meest populaire nieuwsprogramma op de Nederlandse televisie. Het belangrijkste programma op de commerciële televisie is het *RTL 4 nieuws* van 19.30u. Een ander goed bekeken programma op de commerciële televisie betreft de ‘late-night show’ *Barend en Van*

*Dorp.* Dit programma is van start gegaan, nadat de data van het 1998 verkiezingsonderzoek waren verzameld. Verder heeft de groeiende populariteit van *RTL 5 nieuws* en *Hart van Nederland* een belangrijke bijdrage geleverd aan de opmars van de commerciële televisie. Deze gegevens komen grotendeels overeen met de kijkcijfers, die voor deze periode zijn vastgelegd (Continu Kijkonderzoek, 1998; Stichting Kijk Onderzoek, 2002).

Een vergelijking van de typologieën van tabel 1 en 2, toont enkele interessante feiten over de ontwikkeling van het televisiepubliek. Allereerst is de groep respondenten die naar geen van beiden televisie categorieën intensief kijkt, tussen 1998 en 2002, lichtjes verminderd. Ten tweede laat de relatieve grootte van de andere drie typen televisiegroepen zien, dat in 1998 bijna 45 procent van de respondenten intensief naar de publieke televisie kijkt maar niet intensief naar de commerciële televisie. Deze groep is gekrompen tot een derde van de respondenten in 2002. Tezelfdertijd is de groep intensieve kijkers van zowel de publieke als de commerciële televisie gegroeid van ongeveer 32 naar bijna 54 procent.

Deze veranderingen die zich in de loop van de tijd hebben voorgedaan, impliceren dat de relatieve scherpe scheiding tussen het publieke en commerciële televisiepubliek in 4 jaar tijd aanzienlijk is afgezwakt. Het kijken naar de commerciële televisie is over deze periode van vier jaar absoluut populairder geworden, maar de intensiteit waarmee de respondenten naar de commerciële televisie kijken blijft echter een stuk lager dan voor de publieke televisie.

Tabel 3 schildert deze veranderingen op het individuele niveau af. Nu wordt duidelijk dat meer dan de helft (54 procent) van de respondenten die in 1998 alleen intensief naar de commerciële televisie keek, in 2002 ook intensief naar de publieke televisie zijn gaan kijken.

Ditzelfde geldt voor 38 procent van de trouwe kijkers van de publieke televisie uit 1998, die in 2002 eveneens intensief de commerciële televisie zijn gaan volgen. Deze laatste groep heeft echter wel de grootste totale bijdrage geleverd aan de ontwikkeling richting het intensieve gebruik van zowel de publieke als commerciële televisie.

Tabel 3: Individuele veranderingen in televisiegebruik, 1998-2002

		Typen van televisiegebruik, 1998				Totaal
		Beiden niet intensief	Alleen publiek intensief	Alleen commercieel intensief	Beiden intensief	
Typen van televisiegebruik, 2002	Beiden niet intensief	16 36.4%	6 2.9%	3 4.8%	3 2.0%	28 6.0%
	Alleen publiek intensief	11 25.0%	120 57.7%	4 6.3%	18 11.9%	153 32.8%
	Alleen commercieel intensief	2 4.5%	3 1.4%	22 34.9%	7 4.6%	34 7.3%
	Beiden intensief	15 34.1%	79 38.0%	34 54.0%	123 81.5%	251 53.9%
Totaal		44 100%	208 100%	63 100%	151 100%	466 100%

### 3.4 Het radiopubliek

Uit de totalen van de typologieën van tabel 4 en 5 blijkt, dat de respondenten als geheel aan een gelijkmatige intensiteit zijn blootgesteld wat betreft de kwaliteitsradio en de populaire radio. Deze totalen zijn in 1998 voor beide radiocategorieën zelfs nagenoeg hetzelfde, met een lichte voorsprong voor de kwaliteitsradio. In de loop van de tijd verschuift deze balans zich in het voordeel van de populaire radio. Dit brengt met zich mee dat in 2002 de groep intensieve luisteraars van de populaire radio groter is, dan de groep intensieve luisteraars van de kwaliteitsradio.

Tabel 4: Radiopubliek in 1998

		Luisteren naar kwaliteitsradio		Totaal
		Niet intensief	Wel intensief	
Luisteren naar populaire radio	Niet intensief	223 47.9%	108 23.2%	252 71.0%
	Wel intensief	102 21.9%	33 7.1%	135 29.0%
Totaal		325 69.7%	141 30.3%	466 100.0%

Tabel 5: Radiopubliek in 2002

		Luisteren naar kwaliteitsradio		Totaal
		Niet intensief	Wel intensief	
Luisteren naar populaire radio	Niet intensief	284 60.9%	71 15.2%	355 76.2%
	Wel intensief	99 21.2%	12 2.6%	111 23.8%
Totaal		383 82.2%	83 17.8%	466 100.0%

Het belangrijkste radiostation van de kwaliteitsradio is de regionale zender, op de voet gevolgd door *Radio 2*. Voor de populaire radio gelden *Sky Radio* en *Radio 3* als belangrijke radiostations. Met name doordat deze laatste zenders populairder zijn geworden, zijn de respondenten intensiever gaan luisteren naar de populaire radio dan de kwaliteitsradio. Vergelijking met de luistercijfers uit deze periode bevestigen dit beeld (Continu Luisteronderzoek, 1998, 2002). Dit is een opmerkelijk gegeven wanneer, voor het medium radio, de vragenlijst uit 1998 vergeleken wordt met de vragenlijst afkomstig uit 2002. Wat dan opvalt, is dat de enige verandering het wegvallen van een populaire radiozender betreft, namelijk het radiostation *Veronica*.

De ontwikkeling van het radiopubliek, dat wordt afgeschilderd in de typologieën van tabel 4 en 5, brengt een opmerkelijke trend naar voren. Hoewel de groep respondenten die naar geen van beide televisiecategorieën intensief kijkt in de loop van de tijd aan omvang heeft afgenomen, is het percentage dat van geen van beide radiocategorieën intensief gebruik maakt juist behoorlijk toegenomen, namelijk van 48 naar 61 procent. Deze ontwikkeling lijkt vooral ten koste te gaan van het radiopubliek bestaande uit de respondenten, die alleen intensief naar de kwaliteitsradio luistert.

Dit wordt geïllustreerd aan de hand van het gegeven, dat deze groep respondenten in 1998 nog van gelijke grootte was met de groep respondenten die alleen intensief naar de populaire radio luistert, maar in 2002 ten opzichte van deze laatste groep behoorlijk is geslonken. Het percentage intensieve luisteraars van zowel de kwaliteitsradio als de populaire radio, is in de loop van de periode van vier jaar verder lichtjes afgenomen.

Deze veranderingen hebben ervoor gezorgd dat de gelijkmatige grootte van de twee radiocategorieën is verschoven ten gunste van de populaire radio. Hier lijkt de scheiding tussen de kwaliteitsradio en de populaire radio dus enigszins te zijn verscherpt.

In tabel 6 worden deze veranderingen op het individuele niveau in kaart gebracht. Hieruit blijkt dat meer dan de helft (bijna 54 procent) van de respondenten die in 1998 alleen intensief naar de kwaliteitsradio luisterde, in 2002 van beide radiocategorieën geen intensief meer gebruik maakt. Ditzelfde geldt voor 'slechts' ongeveer 29 procent van de respondenten die in 1998 nog alleen intensief naar de populaire radio luisterde.



Tabel 6: Individuele veranderingen in radiogebruik, 1998-2002

		Typen van radiogebruik, 1998				Totaal
		Beiden niet intensief	Alleen kwaliteitsradio intensief	Alleen populaire radio intensief	Beiden intensief	
Typen van radio-gebruik, 2002	Beiden niet intensief	183 82.1%	58 53.7%	30 29.4%	13 39.4%	284 60.9%
	Alleen kwaliteitsradio intensief	17 7.6%	45 41.7%	7 6.9%	2 6.1%	71 15.2%
	Alleen populaire radio intensief	20 9.0%	4 3.7%	62 60.8%	13 39.4%	99 21.2%
	Beiden intensief	3 1.3%	1 0.9%	3 2.9%	5 15.2%	12 2.6%
Totaal		223 100%	108 100%	102 100%	33 100%	466 100%

### 3.5 Het krantenpubliek

De totalen uit de typologieën van tabel 7 en 8 laten zien, dat de respondenten als groep intensiever zijn blootgesteld aan de populaire kranten dan aan de kwaliteitskranten. In de loop van de vier jaar neemt deze scheiding tussen de beide krantencategorieën, in het voordeel van de populaire kranten, verder toe.

Tabel 7: Krantenpubliek in 1998

		Lezen kwaliteitskranten		Totaal
		Niet intensief	Wel intensief	
Lezen populaire kranten	Niet intensief	194 42.3%	49 10.5%	246 52.8%
	Wel intensief	204 43.8%	16 3.4%	220 47.8%
Totaal		401 86.1%	65 13.9%	466 100.0%

Tabel 8: Krantenpubliek in 1998

		Lezen kwaliteitskranten		Totaal
		Niet intensief	Wel intensief	
Lezen populaire kranten	Niet intensief	163 35.0%	51 10.9%	214 45.9%
	Wel intensief	234 50.2%	18 3.9%	252 54.1%
Totaal		391 85.2%	69 14.8%	466 100.0%

Dit kan voor een belangrijk deel op het conto worden geschreven van de regionale krant en *De Telegraaf*, die beiden een groot marktaandeel bezitten. Voor de kwaliteitsbladen is met name *De Volkskrant* van belang. De gratis kranten *Metro* en *Spits*, die in 2002 inmiddels ten tonele waren verschenen, hebben een belangrijke *boost* gegeven aan het gebruik van de populaire kranten. De oplagecijfers uit deze periode, komen met deze bevindingen overeen (Persmediamonitor, 2006).

Het vergelijken van de typologieën van tabel 7 en 8, schetst de ontwikkeling van het krantenpubliek. De meest in het oog springende verandering is de afname van de groep respondenten, die noch de

kwaliteitskranten noch de populaire kranten intensief leest, ten opzichte van de toename van het percentage respondenten die alleen intensief de populaire kranten leest. In de andere twee typen van mediagebruik, die bij het medium kranten kunnen worden onderscheiden, heeft zich geen opzienbarende verschuivingen voorgedaan: de percentages zijn in de loop van de vier jaar nagenoeg gelijk gebleven. De grootste verandering heeft zich dus binnen de categorie van de populaire kranten voorgedaan. De hiermee gerelateerde toegenomen intensiteit waarmee de respondenten de populaire kranten lezen, betekent dat de scheiding tussen de kwaliteitskranten en de populaire kranten enigszins is verscherpt.

Deze veranderingen worden in tabel 9 op het individuele niveau in beeld gebracht. Hieruit blijkt dat een groot aantal (ongeveer 33 procent) van de respondenten die in 1998 onder de categorie 'beiden niet intensief' viel, in 2002 alleen intensief de populaire kranten zijn gaan volgen. Dit staat tegenover slechts ongeveer 5 procent van de respondenten die in 1998 eveneens onder de categorie 'beiden niet intensief' viel, maar in 2002 alleen intensief de kwaliteitskranten zijn gaan lezen.

Tabel 9: Individuele veranderingen in krantengebruik, 1998-2002

		Typen van krantengebruik, 1998				Totaal
		Beiden niet intensief	Alleen kwaliteitskranten intensief	Alleen populaire kranten intensief	Beiden intensief	
Typen van kranten-gebruik, 2002	Beiden niet intensief	122 61.9%	8 16.3%	33 16.2%	0 0.0%	163 35.0%
	Alleen kwaliteitskranten intensief	9 4.6%	35 71.4%	3 1.5%	4 25.0%	51 10.9%
	Alleen populaire kranten intensief	64 32.5%	3 6.1%	163 79.9%	4 25.0%	234 50.2%
	Beiden intensief	2 1.0%	3 6.1%	5 2.5%	8 50.0%	18 3.9%
Totaal		197 100%	49 100%	204 100%	16 100%	466 100%

### 3.6 Ontwikkelingen in de typen van mediagebruik

Kort samengevat zijn er drie typologieën van typen van mediagebruik geconstrueerd: één voor elk medium afzonderlijk. Dit is gedaan op basis van de intensiteit waarmee de respondenten gebruik maken van de twee verschillende mediacategorieën, waaruit het betreffende medium is opgebouwd. De typologie is daarna toegepast op de panel respondenten uit 1998 en 2002.

Uit de analyses blijkt, dat mediagebruik gekenmerkt wordt door een scheve verdeling: weinig mensen maken helemaal geen intensief gebruik van de televisie, daarentegen maakt slechts een (redelijk) kleine groep mensen intensief gebruik van de kwaliteitsradio of de kwaliteitskranten. Dit neemt echter niet weg dat voor alle drie de media, de verschillende typen van mediagebruik van het betreffende medium met elkaar vergeleken kunnen worden.

Binnen de drie media afzonderlijk zijn enkele verschillen in ontwikkeling aan te merken. Bij het medium televisie is een duidelijke ontwikkeling zichtbaar richting het intensief kijken naar zowel de publieke als de commerciële televisie. Hoewel de populaire radio aan belang wint ten opzichte van de kwaliteitsradio, is bij het medium radio voornamelijk het percentage respondenten dat van geen van beide radiocategorieën intensief gebruik maakt toegenomen. Het medium kranten toont een ontwikkeling richting het intensieve gebruik van alleen de populaire kranten.

Vergelijking van de typologieën van de drie verschillende media, toont een duidelijke ontwikkeling richting een toename van het belang van de commerciële media of de minder politieke en inhoudelijke berichtgeving, ten opzichte van de publieke media of de meer politieke en inhoudelijke berichtgeving. Deze bevindingen komen overeen met de, in het eerste hoofdstuk, geschetste veranderingen in het medialandschap. Hieruit kan worden geconcludeerd dat de eerste onderzoekshypothese, op grond van de in dit hoofdstuk verkregen resultaten, wordt bevestigd.

In het vervolg van dit onderzoek wordt onderzocht wat de relaties zijn tussen de in dit hoofdstuk vastgelegde typen van mediagebruik en de andere variabelen die een essentiële rol spelen in dit onderzoek. Onderzoek naar de consequenties van de geconstateerde veranderingen in het kijk-, luister- en leesgedrag van het mediapubliek voor de politieke houdingen, geldt hierbij als belangrijk aandachtspunt.

## **Hoofdstuk 4. Demografische karakteristieken**

Voordat de relaties tussen de twee centrale onderzoeksvariabelen worden behandeld, is het van belang dat de samenhang tussen de demografische karakteristieken en de typen van mediagebruik worden vastgesteld. Zoals eerder vermeld, is dit noodzakelijk omdat de verschillende mediagroepen, die zijn ingedeeld op grond van de vastgestelde typen van mediagebruik, naar alle waarschijnlijk van elkaar verschillen op demografische karakteristieken die ook van belang zijn voor de verscheidene indicatoren van politieke houdingen.

Aangezien het voor de analyses van dit onderzoek van cruciaal belang is te vermijden dat effecten worden toegewezen aan mediagebruik, die in werkelijkheid het resultaat zijn van de samenstelling van het mediapubliek, wordt in dit hoofdstuk allereerst aandacht besteed aan het specifieke sociale profiel van de respondenten die binnen de aangehaalde mediacategorieën vallen.

### **4.1 Demografische controlevariabelen**

Voor de demografische controlevariabelen zijn leeftijd (in jaren), geslacht en de hoogst voltooide opleiding (in tien categorieën) geselecteerd, welke alle drie gemeten zijn in het 1998 Kiezersonderzoek. De variabele leeftijd is opgemaakt uit de categorieën 'jongeren' en 'ouderen'. De respondenten die vallen onder de categorie 'jongeren' zijn 43 jaar en jonger. De categorie 'ouderen' bestaat uit personen van 44 jaar en ouder. De variabele geslacht bevat de categorieën 'man' en 'vrouw'. De variabele opleiding, ten slotte, omvat de categorieën 'lage opleiding' en 'hoge opleiding'. De categorie 'lage opleiding' is opgemaakt uit de respondenten die hoogstens een opleiding op het middelbaar beroepsonderwijs hebben voltooid. De respondenten uit de categorie 'hoge opleiding' hebben minstens een opleiding van een hoger niveau op het middelbaar onderwijs afgerond. Deze dichotome controlevariabelen worden, voor alle drie de media afzonderlijk, in een typologie uiteengezet tegen de verschillende typen van mediagebruik.

Uit de tweede onderzoekshypothese van dit onderzoek, spreekt de verwachting dat vrouwen vaker gebruik maken van de commerciële media of de minder politieke en inhoudelijke berichtgeving dan mannen. Deze media bevatten immers relatief veel 'licht' amusement, zoals soaps en entertainment nieuws. Dit zijn programma's die over het algemeen voornamelijk door vrouwen bekeken worden (Aarts en Semetko, 2007). Aangezien oudere mensen sterke gewoontes kunnen hebben ontwikkeld wat betreft het mediagebruik, is de verwachting dat zij het gebruik van de publieke media of de meer politieke en inhoudelijke berichtgeving prefereren boven de commerciële media of de minder politieke en inhoudelijke berichtgeving. Hoogopgeleiden zullen waarschijnlijk vaker gebruik maken van de publieke media of de politieke en inhoudelijke berichtgeving, vanwege de veronderstelde grotere informatieve inhoud.

### **4.2 Typen van televisiegebruik en de controlevariabelen**

Uit de typologie van tabel 10 komt naar voren, dat jongeren intensiever kijken naar alleen de commerciële televisie dan ouderen. Ouderen, daarentegen, vallen vaker onder de categorie 'beiden intensief'. Vooral in 2002 zijn zij sterk vertegenwoordigd binnen dit type van televisiegebruik. Blijkbaar is het toegenomen gebruik van de commerciële televisie in 2002, tenminste gedeeltelijk, het resultaat van ouderen die begonnen zijn met het kijken naar de commerciële televisie in de periode van 1998-2002. Hoewel dit iets afneemt, blijkt uit de Chi-kwadraattoets dat deze samenhang tussen 'leeftijd' en 'typen van televisiegebruik' statistisch significant is.

In 1998 kijkt een overgroot deel van de mannen intensiever naar alleen de publieke televisie in vergelijking met de vrouwen, die intensiever naar alleen de commerciële televisie kijken. Uit de Chi-kwadraattoets blijkt, dat dit verband voor het jaar 1998 statistisch significant is. Hoewel het percentage vrouwen dat intensief gebruik maakt van de commerciële televisie in 2002 is gestegen, zijn het vooral de

mannen die intensief naar de commerciële televisie zijn gaan kijken. Doordat deze ontwikkeling voornamelijk ten koste is gegaan van het percentage mannen dat onder de categorie ‘alleen publiek intensief’ valt, is het verband tussen ‘geslacht’ en ‘typen van televisiegebruik’ in 2002 niet langer statistisch significant.

Hoogopgeleiden kijken met name in 2002 intensiever naar alleen de publieke televisie dan laagopgeleiden. Daarentegen maken laagopgeleiden in 1998 intensiever gebruik van alleen de commerciële televisie. In 2002 komt hier verandering in, omdat laagopgeleiden dan sterk vertegenwoordigd zijn binnen de categorie ‘beiden intensief’. Doordat deze ontwikkeling vooral bij de laagopgeleiden ten koste is gegaan van het percentage dat alleen intensief gebruik maakt van de publieke televisie, blijkt dat met name de laagopgeleiden intensiever naar de commerciële televisie zijn gaan kijken. Deze groep heeft daarmee een belangrijke bijdrage geleverd aan de groeiende populariteit van de commerciële televisie. De Chi-kwadraattoets geeft aan, dat dit verband tussen ‘opleiding’ en ‘typen van televisiegebruik’ statistisch significant is, en in de loop van de jaren zelfs in sterkte toeneemt.

Tabel 10: Typen van televisiegebruik en achtergrondvariabelen

1998		Leeftijd		Geslacht		Opleiding	
		≤ 43	> 43	Man	Vrouw	Laag	Hoog
Typen van televisiegebruik	Beiden niet intensief	24 10.6%	20 8.4%	22 10.3%	22 8.7%	15 6.5%	29 12.4%
	Alleen publiek intensief	100 44.1%	108 45.2%	109 51.2%	99 39.1%	100 43.1%	108 46.2%
	Alleen commercieel intensief	42 18.5%	21 8.8%	17 8.0%	46 18.2%	39 16.8%	24 10.3%
	Beiden intensief	61 26.9%	90 37.7%	65 30.5%	86 34.0%	78 33.6%	73 31.2%
Totaal		227 100%	239 100%	213 100%	253 100%	232 100%	234 100%
Significantie test Chi-kwadraat		0.005**		0.023*		0.037*	
2002		Leeftijd		Geslacht		Opleiding	
		≤ 43	> 43	Man	Vrouw	Laag	Hoog
Typen van televisiegebruik	Beiden niet intensief	15 6.6%	13 5.4%	16 7.5%	12 4.7%	11 4.7%	17 7.3%
	Alleen publiek intensief	78 34.4%	75 31.4%	75 35.2%	78 30.8%	62 26.7%	91 38.9%
	Alleen commercieel intensief	24 10.6%	10 4.2%	9 4.2%	25 9.9%	14 6.0%	20 8.5%
	Beiden intensief	110 48.5%	141 59.0%	113 53.1%	138 54.4%	145 64.5%	106 45.3%
Totaal		227 100%	239 100%	213 100%	253 100%	232 100%	234 100%
Significantie test Chi-kwadraat		0.023*		0.064		0.003**	

\*: Chi-kwadraat statistisch significant op 0.05, \*\*: Chi-kwadraat statistisch significant op 0.01

### 4.3 Typen van radiogebruik en de controlevariabelen

De typologie uit tabel 11 maakt duidelijk, dat zowel in 1998 als 2002 ouderen intensiever luisteren naar alleen de kwaliteitsradio dan jongeren. Jongeren, daarentegen, maken in beide jaren intensiever gebruik van alleen de populaire radio. De Chi-kwadraattoets laat zien dat dit verband voor beiden jaren relatief sterk is. In vergelijking met 1998, vallen in 2002 zowel de jongeren als de ouderen vaker onder de categorie ‘beiden niet intensief’. Waarbij verder opvallend is dat het percentage jongeren dat naar de populaire radio luistert meer is afgenomen, dan dat bij de ouderen het geval is. Doordat de ouderen in vergelijking met de jongeren bovendien aanzienlijk minder intensief naar alleen de kwaliteitsradio zijn

gaan luisteren, brengt dit met zich mee dat de populaire radio, ten opzichte van de kwaliteitsradio, vooral bij de ouderen aan belang heeft gewonnen.

In zowel 1998 als 2002 is de verdeling van mannen en vrouwen wat betreft de verschillende typen van radiogebruik nagenoeg gelijk. Uit de Chi-kwadraattoets komt dan ook naar voren dat het verband tussen ‘geslacht’ en ‘typen van radiogebruik’ niet statistisch significant is.

Dit heeft mede te maken met eenzelfde ontwikkeling bij de twee seksen: zowel mannen als vrouwen vallen in 2002, ten opzichte van 1998, behoorlijk vaker onder de categorie ‘beiden niet intensief’, hetgeen bij beiden vooral ten koste is gegaan van het percentage respondenten dat alleen intensief naar de kwaliteitsradio luistert. Hieruit blijkt dat bij mannen en vrouwen de populaire radio, in vergelijking met de kwaliteitsradio, aan belang heeft gewonnen.

Vanwege de te kleine verschillen, blijkt uit de Chi-kwadraattoets dat het verband tussen ‘opleiding’ en ‘typen van radiogebruik’ in 1998 niet statistisch significant. In 2002 is hier verandering in gekomen, waardoor nu wel gesproken kan worden van een statistisch significant verband tussen de twee variabelen. De laagopgeleiden luisteren namelijk in 2002 intensiever naar de populaire radio dan hoogopgeleiden. Ten opzichte van 1998, vallen verder zowel de laagopgeleiden als de hoogopgeleiden in 2002 vaker onder de categorie ‘beiden niet intensief’. Doordat deze ontwikkeling met name bij de laagopgeleiden ten koste is gegaan van het percentage respondenten dat alleen intensief gebruik maakt van de kwaliteitsradio, heeft vooral bij deze groep de populaire radio, ten opzichte van de kwaliteitsradio, aan belang toegenomen.

Tabel 11: Typen van radiogebruik en achtergrondvariabelen

1998		Leeftijd		Geslacht		Opleiding	
		≤ 43	> 43	Man	Vrouw	Laag	Hoog
Typen van radio-gebruik	Beiden niet intensief	107 47.1%	116 48.5%	100 46.9%	123 48.6%	99 42.7%	124 53.0%
	Alleen kwaliteits-radio intensief	22 9.7%	86 36.0%	45 21.1%	63 24.9%	64 27.6%	44 18.8%
	Alleen populaire radio intensief	78 34.4%	24 10.0%	50 23.5%	52 20.6%	50 21.6%	52 22.2%
	Beiden intensief	20 8.8%	13 5.4%	18 8.5%	15 5.9%	19 8.2%	14 6.0%
Totaal		227 100%	239 100%	213 100%	253 100%	232 100%	234 100%
Significatie test Chi-kwadraat		0.001**		0.519		0.063	
2002		Leeftijd		Geslacht		Opleiding	
		≤ 43	> 43	Man	Vrouw	Laag	Hoog
Typen van radio-gebruik	Beiden niet intensief	132 58.1%	152 63.6%	126 59.2%	158 62.5%	132 56.9%	152 65.0%
	Alleen kwaliteits-radio intensief	19 8.4%	52 21.8%	32 15.0%	39 15.4%	35 15.1%	36 15.4%
	Alleen populaire radio intensief	72 31.7%	27 11.3%	50 23.5%	49 19.4%	55 23.7%	44 18.8%
	Beiden intensief	4 1.8%	8 3.3%	5 2.3%	7 2.8%	10 4.3%	2 0.9%
Totaal		227 100%	239 100%	213 100%	253 100%	232 100%	234 100%
Significatie test Chi-kwadraat		0.001**		0.749		0.047*	

\*: Chi-kwadraat statistisch significant op 0.05, \*\*: Chi-kwadraat statistisch significant op 0.01

#### 4.4 Typen van krantengebruik en de controlevariabelen

Uit de typologie van tabel 12 blijkt, dat ouderen in beide jaren zowel de kwaliteitskranten als de populaire kranten intensiever lezen dan jongeren. Jongeren zijn hierdoor veel sterker vertegenwoordigd binnen de

categorie 'beiden niet intensief'. In 2002 vallen zowel de jongeren als de ouderen minder vaak onder deze laatste categorie. Dit heeft voor een groot deel te maken met het gegeven, dat een groter percentage van beide groepen respondenten intensief de populaire kranten zijn gaan lezen. Uit de Chi-kwadraattoets blijkt dat dit verband tussen 'leeftijd' en 'typen van krantengebruik' voor beiden jaren relatief sterk is.

In 1998 en 2002 lezen mannen behoorlijk intensiever de populaire kranten dan vrouwen. Beide groepen, maar vooral vrouwen, vallen in 1998 voor een groot deel onder de categorie 'beiden niet intensief'. Hier is in 2002 verandering in gekomen, doordat zowel mannen als vrouwen dan minder onder deze laatstgenoemde categorie kunnen worden geplaatst. Dit heeft voornamelijk te maken met het gegeven, dat een groter percentage van beide groepen respondenten in 2002 intensief de populaire bladen zijn gaan lezen. De Chi-kwadraattoets maakt duidelijk dat deze samenhang tussen 'geslacht' en 'typen van radiogebruik', hoewel niet erg groot, statistisch significant is.

In 1998 en 2002 lezen laagopgeleiden intensiever de populaire kranten dan hoogopgeleiden, die intensiever de kwaliteitsbladen lezen. Uit de Chi-kwadraattoets komt naar voren dat dit verband relatief sterk is. Een groot deel van beiden groepen valt in 1998 onder de categorie 'beiden niet intensief'. In 2002 neemt zowel bij de laagopgeleiden als bij de hoogopgeleiden het percentage dat tot de laatstgenoemde categorie kan worden gerekend, af. Tegelijkertijd kan worden opgemerkt dat voornamelijk de laagopgeleiden intensiever gebruik zijn gaan maken van de populaire kranten.

Tabel 12: Typen van krantengebruik en achtergrondvariabelen

1998		Leeftijd		Geslacht		Opleiding	
		≤ 43	> 43	Man	Vrouw	Laag	Hoog
Typen van kranten-gebruik	Beiden niet intensief	126 55.5%	71 29.7%	75 35.2%	122 48.2%	94 40.5%	103 44.0%
	Alleen kwaliteits-kranten intensief	22 9.7%	27 11.3%	22 10.3%	27 10.7%	11 4.7%	38 16.2%
	Alleen populaire kranten intensief	76 33.5%	128 53.6%	110 51.6%	94 37.4%	121 52.2%	83 35.5%
	Beiden intensief	3 1.3%	13 5.4%	6 2.8%	10 4.0%	6 2.6%	10 4.3%
Totaal		227 100%	239 100%	213 100%	253 100%	232 100%	234 100%
Significatie test Chi-kwadraat		0.001**		0.014*		0.001**	
2002		Leeftijd		Geslacht		Opleiding	
		≤ 43	> 43	Man	Vrouw	Laag	Hoog
Typen van kranten-gebruik	Beiden niet intensief	111 48.9%	52 21.8%	60 28.2%	103 40.7%	72 31.0%	91 38.9%
	Alleen kwaliteits-kranten intensief	22 9.7%	29 12.1%	22 10.3%	29 11.5%	9 3.9%	42 17.9%
	Alleen populaire kranten intensief	90 39.6%	144 60.3%	121 56.8%	113 44.7%	145 62.5%	89 38.0%
	Beiden intensief	4 1.8%	14 5.9%	10 4.7%	8 3.2%	6 2.6%	12 5.1%
Totaal		227 100%	239 100%	213 100%	253 100%	232 100%	234 100%
Significatie test Chi-kwadraat		0.001**		0.024*		0.001**	

\*: Chi-kwadraat statistisch significant op 0.05, \*\*: Chi-kwadraat statistisch significant op 0.01

#### 4.5 Ontwikkelingen in de relaties met de controlevariabelen

Uit bovenstaande analyses blijkt dat niet alle verwachtingen uit de tweede onderzoekshypothese, betreffende de relaties tussen de demografische karakteristieken en typen van mediagebruik, door verkregen gegevens ondersteund worden. Dit heeft voor een belangrijke mate te maken met het gegeven dat de verschillende mediapubliceën ook in een staat van verandering zijn.

Wat betreft het medium televisie gaan de verwachtingen die uit de tweede onderzoekshypothese spreken over het algemeen wel op: jongeren, vrouwen en laagopgeleiden zijn sterker vertegenwoordigd tussen de intensieve kijkers van de commerciële televisie, terwijl ouderen, mannen en hoogopgeleiden vaker behoren tot de intensieve kijkers van de publieke televisie. Echter, in 2002 kloppen deze bevindingen voor de controlevariabelen 'leeftijd' en 'opleiding' niet helemaal meer. Bovendien is het verband tussen 'geslacht' en 'typen van televisiegebruik' in 2002 niet langer statistisch significant.

Bij het medium radio gaan de verwachtingen uit de tweede onderzoekshypothese alleen echt op voor de variabelen 'leeftijd': jongeren luisteren intensiever naar de populaire radio, terwijl ouderen intensiever gebruik maken van de kwaliteitsradio. Bij de controlevariabele 'geslacht' worden geen van beide verwachtingen ondersteund, doordat de verdeling van mannen en vrouwen wat betreft de verschillende typen van radiogebruik nagenoeg gelijk is. De enige verwachting die met betrekking tot de variabele 'opleiding' echt bevestigd wordt, is dat laagopgeleiden in 2002 intensiever gebruik maken van de populaire radio dan hoogopgeleiden.

De verwachtingen uit de tweede onderzoekshypothesen gaan bij het medium kranten ook niet allen op. Hoewel ouderen conform de verwachtingen intensiever de kwaliteitskranten lezen dan jongeren, maken ze ook intensiever gebruik van de populaire kranten, hetgeen tegengesteld is aan de opgestelde hypothese. Voor de variabele 'geslacht' worden de verwachtingen ook niet bevestigd: mannen en vrouwen lezen met een vergelijkbare intensiteit de kwaliteitskranten en mannen lezen zelfs intensiever de populaire kranten dan onder vrouwen het geval is. De variabele 'opleiding', daarentegen, blijkt hier wel de verwachtingen te bevestigen. Laagopgeleiden lezen namelijk overduidelijk intensiever de populaire bladen, terwijl hoogopgeleiden intensiever gebruik maken van de kwaliteitsbladen. Deze relatie is bovendien relatief sterk.

Geconcludeerd kan nu worden dat de verwachtingen uit de tweede onderzoekshypothese voor alle drie de media in een verschillende mate opgaan. Dit heeft hoogstwaarschijnlijk te maken met het verschil in aard van de drie soorten media. De verwachting betreffende de demografische controlevariabelen 'leeftijd' en 'opleiding', blijken bij alle drie de media redelijk te worden bevestigd. Alleen bij het medium radio voldoet de variabele 'opleiding' in 1998 geenszins aan de verwachtingen.

Bij de controlevariabele 'geslacht' gaan de verwachtingen eigenlijk alleen op voor het medium televisie. Echter, de variabele 'geslacht' lijkt ook hier zijn onderscheidende vermogen te verliezen: het kijkgedrag van mannen en vrouwen is in de periode van vier jaar naar elkaar toe gegroeid. Dat vrouwen vanzelfsprekend intensiever gebruik maken van de commerciële media of de minder politieke en inhoudelijke berichtgeving lijkt hierdoor een achterhaald gegeven. De emancipatie en het toegenomen opleidingsniveau onder vrouwen, heeft hier hoogstwaarschijnlijk een belangrijke rol in gespeeld.

Uit deze onderzoeksresultaten blijkt dat alle drie de demografische controlevariabelen, ook al is dat in een verschillende mate, een bepalende rol spelen bij de verschillende typen van mediagebruik. Met het oog op de analyses van dit onderzoek is het daarom van essentieel belang om deze variabelen in ogenschouw te nemen, wanneer de relaties tussen de twee centrale onderzoeksvariabelen in het volgende hoofdstuk onderzocht worden.



## **Hoofdstuk 5. Typen van mediagebruik en politieke houdingen**

De stappen die in de voorgaande hoofdstukken genomen zijn, hebben tezamen de nodige bagage aangedragen om het centrale onderzoeksobject van dit onderhavige rapport te behandelen. Het is daarom in dit deel van het onderzoek waar geanalyseerd wordt of de verschillende typen van mediagebruik samenhangen met de verscheidene indicatoren van politieke houdingen; en zo ja, op welke wijze.

### **5.1 Het onderzoeksmodel**

Zoals gezegd, worden in dit onderzoek vijf indicatoren van politieke houdingen geanalyseerd, die allen zowel in de 1998 als de 2002 golven van de panel study gemeten zijn (zie appendix).

Deze vijf indicatoren zijn: politieke interesse, externe doeltreffendheid (responsiviteit van het politieke systeem), interne doeltreffendheid (eigen potentiële rol in het politieke systeem), politiek cynisme en vertrouwen in instituties. Voor deze afhankelijke variabelen zijn univariate variantieanalyses uitgevoerd om zodoende de statistische significantie vast te stellen. De verklarende factoren zijn de verschillende typen van mediagebruik in 1998 en 2002 respectievelijk, die gedefinieerd zijn in tabel 1 en 2. De drie demografische controlevariabelen die in het voorgaande hoofdstuk besproken zijn – leeftijd, geslacht en educatie – worden in het model als (continue) covariaten inbegrepen.

De onderzoeksresultaten staan samengevat in de typologieën van tabellen 13, 14 en 15. Deze typologieën verstrekken de (geschatte) gemiddelde waarde van elk van de afhankelijke variabelen voor alle typen van mediagebruik op de gemiddelde waarden van de drie covariaten.

### **5.2 Typen van televisiegebruik en politieke houdingen**

In vrijwel alle variantieanalyses, die gerapporteerd staan in de typologie van tabel 13, maakt het type van televisiegebruik verschil voor de scores op de politieke variabelen, gecontroleerd voor leeftijd, geslacht en educatie. Het effect is relatief sterk wat betreft de variabelen ‘politieke interesse’ en ‘interne doeltreffendheid’. Gecontroleerd voor leeftijd, geslacht en educatie, is het type van televisiegebruik minder belangrijk, hoewel nog steeds statistisch significant, voor de score van de respondent op ‘politiek cynisme’ en ‘vertrouwen in instituties’. In het geval van ‘externe doeltreffendheid’ bereikt het type van televisiegebruik alleen in 1998 statistische significantie.

Aanzienlijk interessanter in tabel 13 zijn de geschatte gemiddelden van de afhankelijke variabelen, wanneer de controlevariabelen constant worden gehouden op hun gemiddelde waarde.

Bijvoorbeeld, voor de variabele ‘vertrouwen in instituties’ wordt de hoogste score (d.w.z. de hoogste waarschijnlijkheid dat een respondent vertrouwen heeft in instituties, wanneer leeftijd, geslacht en educatie constant worden gehouden) gevonden voor respondenten die alleen intensief naar de publieke televisie kijken *of* naar zowel de publieke als de commerciële televisie intensief kijken. Degene die helemaal niet intensief naar de televisie kijken hebben de laagste score op deze variabele. De kijkers die alleen intensief gebruik maken van de commerciële televisie hebben een gemiddelde score die hier tussenin zit.

Het patroon voor de andere afhankelijke variabelen is min of meer hetzelfde, met hier en daar kleine variaties. Onveranderlijk blijft echter: respondenten die intensief gebruik maken van alleen de publieke televisie, of in combinatie met de commerciële televisie, hebben over het algemeen hogere scores op de variabelen ‘politieke interesse’, ‘externe doeltreffendheid’, ‘interne doeltreffendheid’ en ‘vertrouwen in instituties’, en lagere scores op ‘politiek cynisme’. Deze resultaten zijn gecontroleerd voor leeftijd, geslacht en educatie. De laagste gemiddelde scores (hoogste voor ‘politiek cynisme’) worden gevonden bij de respondenten die helemaal niet intensief naar de televisie kijken of bij de respondenten die alleen intensief van de commerciële televisie gebruik maken.

Nochtans moet opgemerkt worden dat in het algemeen de verschillen in scores op de afhankelijke variabelen, hoewel statistisch significant, voor zowel 1998 als 2002 niet bepaald groot zijn. Deze verschillen zijn echter wel blijvend over de periode van 4 jaar.

Tabel 13: Typen van televisiegebruik en politieke houdingen

1998		Politieke interesse (0-2)	Externe doeltreffendheid (0-5)	Interne doeltreffendheid (0-3)	Politiek cynisme (0-3)	Vertrouwen in instituties (0-10)
Typen van televisie- gebruik	Beiden niet intensief	0.676	2.757	1.238	1.552	4.233
	Alleen publiek intensief	1.011	3.126	1.646	1.432	5.034
	Alleen commercieel intensief	0.823	2.539	1.145	1.727	4.138
	Beiden intensief	0.995	3.050	1.311	1.629	4.735
Significantie test F-statistic		0.001**	0.029*	0.001**	0.041*	0.033*
2002		Politieke interesse (0-2)	Externe doeltreffendheid (0-5)	Interne doeltreffendheid (0-3)	Politiek cynisme (0-3)	Vertrouwen in instituties (0-10)
Typen van televisie- gebruik	Beiden niet intensief	0.759	2.537	1.053	1.863	2.788
	Alleen publiek intensief	1.072	2.844	1.476	1.548	3.939
	Alleen commercieel intensief	0.894	2.480	1.094	1.957	3.395
	Beiden intensief	1.089	2.655	1.468	1.691	4.023
Significantie test F-statistic		0.003**	0.392	0.001**	0.045*	0.040*

\*: F-statistisch significant op 0.05, \*\*: F-statistisch significant op 0.01

### 5.3 Typen van radiogebruik en politieke houdingen

Uit de typologie van tabel 14 komt naar voren dat het type van radiogebruik slechts in één geval statistische significantie bereikt voor de score op een afhankelijke variabele, gecontroleerd voor leeftijd, geslacht en educatie. Deze uitzondering betreft de variabele 'politieke interesse' in 1998. Om deze bevindingen dieper uit te lichten, verschaffen de geschatte gemiddelde scores op de afhankelijke variabelen ook nu de meest interessante informatie.

Opvallend is dat door de vele variaties, het hiervoor gedetecteerde patroon lang zo goed niet opgaat als bij typen van televisiegebruik het geval is. Bij de variabele 'politiek cynisme' in 1998 is het patroon zelfs helemaal omgedraaid: respondenten die intensief naar de kwaliteitsradio luisteren, zijn over het algemeen meer politiek cynisch dan respondenten die niet tot de intensieve luisteraars van de kwaliteitsradio kunnen worden gerekend. De vele veranderingen die zich in de loop van de tijd hebben voorgedaan, worden geïllustreerd door het gegeven dat de score van de verschillende typen van radiogebruik op de variabele 'politiek cynisme' in 2002, wel weer geheel conform verwachtingen verloopt.

Hoewel het gehypothetiseerde patroon in 2002 dus weer wat meer naar voren komt zetten, kan uit deze gegevens worden geconcludeerd dat het niet uitmaakt tot welk type van radiogebruik iemand kan worden gerekend voor de scores op de politieke variabelen. Dit betekent dat de sterke verschuiving binnen het radiopubliek richting de populaire radio, de totale gemiddelde scores op de afhankelijke variabelen ook niet heeft beïnvloedt.

Tabel 14: Typen van radiogebruik en politieke houdingen

1998		Politieke interesse (0-2)	Externe doeltreffendheid (0-5)	Interne doeltreffendheid (0-3)	Politiek cynisme (0-3)	Vertrouwen in instituties (0-10)
Typen van radio- gebruik	Beiden niet intensief	0.987	3.066	1.439	1.530	4.462
	Alleen kwaliteits- radio intensief	1.145	3.067	1.567	1.565	5.219
	Alleen populaire radio intensief	0.995	2.783	1.279	1.550	4.720
	Beiden intensief	1.182	2.820	1.407	1.595	5.116
Significantie test F-statistic		0.139	0.378	0.224	0.968	0.053
2002		Politieke interesse (0-2)	Externe doeltreffendheid (0-5)	Interne doeltreffendheid (0-3)	Politiek cynisme (0-3)	Vertrouwen in instituties (0-10)
Typen van radio- gebruik	Beiden niet intensief	1.044	2.604	1.402	1.674	3.848
	Alleen kwaliteits- radio intensief	1.202	3.063	1.462	1.642	3.716
	Alleen populaire radio intensief	0.926	2.655	1.397	1.758	4.004
	Beiden intensief	1.279	3.090	1.717	1.668	4.405
Significantie test F-statistic		0.003**	0.079	0.491	0.848	0.755

\*: F-statistisch significant op 0.05, \*\*: F-statistisch significant op 0.01

#### 5.4 Typen van krantengebruik en politieke houdingen

De variantieanalyses van de typologie uit tabel 15 laten zien, dat voor beiden jaren het type van krantengebruik in meer dan de helft van de gevallen statistisch significant is voor de scores op de afhankelijke variabelen, gecontroleerd voor leeftijd, geslacht en educatie.

Het effect is relatief sterk voor de variabelen 'politieke interesse', 'externe doeltreffendheid' en 'interne doeltreffendheid'. Ten behoeve van het verkrijgen van meer inzicht in de samenhang tussen typen van krantengebruik en politieke houdingen, alsmede de ontwikkelingen hierin, is het ook hier van belang om naar de geschatte gemiddelde scores op de politieke variabelen te kijken.

Voor 1998 gaat het hierboven gedetecteerde patroon in zijn geheel op, met als enige uitzondering de variabele 'vertrouwen in instituties'. Tegengesteld aan de verwachtingen hebben de respondenten die alleen de kwaliteitsbladen intensief lezen, namelijk de laagste score op deze variabele.

In 2002 zijn de gemiddelde scores op de variabele 'politiek cynisme' echter ook niet meer conform het verwachte patroon: respondenten die zowel de kwaliteitskranten als de populaire kranten intensief lezen, zijn verreweg het meest politiek cynisch. Bij de overige drie politieke variabelen, waarvoor een statistische significante relatie gevonden is met de typen van krantengebruik, gaat het verwachte patroon in zijn geheel sluitend op: intensieve lezers van de kwaliteitskranten scoren namelijk het hoogst op deze afhankelijke variabelen.

Ook hier moet de opmerking worden geplaatst dat in het algemeen de verschillen in scores op de afhankelijke variabelen voor zowel 1998 als 2002, hoewel statistisch significant, niet extreem groot zijn. Een belangrijke bevinding is wel dat deze verschillen blijvend zijn over de periode van 4 jaar.

Tabel 15: Typen van krantengebruik en politieke houdingen

1998		Politieke interesse (0-2)	Externe doeltreffendheid (0-5)	Interne doeltreffendheid (0-3)	Politiek cynisme (0-3)	Vertrouwen in instituties (0-10)
Typen van kranten- gebruik	Beiden niet intensief	0.849	2.867	1.249	1.514	4.534
	Alleen kwaliteits- kranten intensief	1.118	3.815	1.902	1.406	4.409
	Alleen populaire kranten intensief	0.960	2.864	1.458	1.638	4.994
	Beiden intensief	1.296	3.505	1.896	1.231	5.061
Significantie test F-statistisch		0.001**	0.001**	0.001**	0.102	0.217
2002		Politieke interesse (0-2)	Externe doeltreffendheid (0-5)	Interne doeltreffendheid (0-3)	Politiek cynisme (0-3)	Vertrouwen in instituties (0-10)
Typen van kranten- gebruik	Beiden niet intensief	0.933	2.924	1.295	1.645	3.852
	Alleen kwaliteits- kranten intensief	1.345	3.697	1.807	1.443	4.095
	Alleen populaire kranten intensief	1.025	2.921	1.450	1.731	3.829
	Beiden intensief	1.581	3.446	1.854	1.849	4.076
Significantie test F-statistisch		0.001**	0.002**	0.001**	0.170	0.891

\*: F-statistisch significant op 0.05, \*\*: F-statistisch significant op 0.01

### 5.5. Relaties tussen typen van mediagebruik en politieke houdingen

De analyses van dit hoofdstuk hebben laten zien, dat er relaties zijn tussen de typen van televisiegebruik en politieke houdingen. Deze relaties wijzen allen naar dezelfde richting: intensieve kijkers van de publieke televisie neigen tot een hogere score op ‘politieke interesse’, ‘externe doeltreffendheid’, ‘interne doeltreffendheid’ en ‘vertrouwen in instituties’ – en lager op ‘politiek cynisme’. Deze relaties zijn relatief stabiel in de loop van tijd: ze zijn niet veranderd in de periode 1998-2002.

Voor de typen van radiogebruik gaan deze bevindingen lang niet zo sluitend op. Uit de uitgevoerde analyses blijkt dat er vrijwel geen statistisch significante relaties bestaan tussen typen van radiogebruik en politieke houdingen. Hoewel het hierboven beschreven patroon in 2002, in vergelijking met 1998, meer en meer op lijkt te gaan, kan op grond van de bevindingen worden geconcludeerd dat er geen samenhang bestaat tussen typen van radiogebruik en politieke houdingen.

Uit de uitgevoerde analyses komt naar voren, dat voor drie politieke variabelen relaties bestaan met typen van krantengebruik. Ook voor deze variabelen verlopen de scores conform het verwachte patroon: intensieve lezers van de kwaliteitskranten neigen tot een hogere score op ‘politieke interesse’, ‘externe doeltreffendheid’ en ‘interne doeltreffendheid’. Deze relaties zijn relatief stabiel.

Kortom, de derde onderzoekshypothese wordt voor elk soort media in een verschillende mate onderschreven. Wat betreft het type van televisiegebruik worden de verwachtingen die uit de derde onderzoekshypothese spreken vrijwel geheel bevestigd. Dit geldt in mindere mate voor typen van krantengebruik: in meer dan de helft van de gevallen is het type van krantengebruik van belang voor de scores op de afhankelijke variabele. Voor typen van radiogebruik wordt de derde onderzoekshypothese (nagenoeg) geheel niet bevestigd, er zijn namelijk (op één uitzondering na), geen relaties tussen de twee variabelen vast te stellen.

## **Hoofdstuk 6. Conclusie en discussie**

In dit hoofdstuk worden de resultaten uit het empirisch onderzoek in relatie gebracht met de inzichten, die zijn opgedaan vanuit de theorie. Allereerst worden de uit dit onderzoek verkregen resultaten op een rijtje gezet, op basis waarvan vervolgens enkele algemene conclusies worden geformuleerd. Daarna worden deze bevindingen in de context geplaatst van de relevante theorie, om zo de betekenis van de resultaten dieper te doorgronden. Ten slotte worden enkele interessante punten aangestipt voor mogelijk vervolgonderzoek.

### **6.1 Resultaten van onderzoek**

De analyses van dit onderzoek hebben aangetoond dat mediagebruik in Nederland gestructureerd is langs een gelimiteerd aantal blootstellingspatronen. Globaal komt dit er op neer dat de onderliggende structuur van mediagebruik een duidelijke scheiding betreft tussen de publieke media of de meer politieke en inhoudelijke berichtgeving aan de ene kant, en de commerciële media of de minder politieke en inhoudelijke berichtgeving aan de andere kant.

De ontwikkelingen binnen het gebruik van de drie soorten media, tonen aan dat de commerciële media of de minder politieke en inhoudelijke berichtgeving aan belang wint ten opzichte van de publieke media of de meer politieke en inhoudelijke berichtgeving. Wel zijn binnen de drie media afzonderlijk enkele verschillen in ontwikkeling aan te merken. Bij het medium televisie is een duidelijke ontwikkeling zichtbaar richting het intensief kijken naar zowel de publieke als de commerciële televisie. Bij het medium radio neemt vooral het percentage respondenten toe, dat helemaal geen intensief gebruik maakt van de radio. De opvallendste ontwikkeling bij het medium kranten, betreft de ontwikkeling richting het intensieve gebruik van alleen de populaire kranten.

De analyses van dit onderzoek hebben laten zien dat het type van televisiegebruik waar iemand gebruik van maakt, gerelateerd is aan de indicatoren van politieke houdingen. Hoewel deze relaties niet in alle gevallen sterk zijn, zijn ze statistisch significant gecontroleerd voor leeftijd, geslacht en educatie. Deze relaties kunnen bovendien allen op dezelfde wijze worden geïnterpreteerd: intensieve kijkers van de publieke televisie neigen tot een hogere score op politieke interesse, doeltreffendheid en vertrouwen – en lager op politiek cynisme. Deze relaties hebben weinig veranderingen ondergaan in de periode van vier jaar. Deze bevindingen gaan grotendeels ook op voor het medium kranten. Uit de uitgevoerde analyses blijkt namelijk dat typen van krantengebruik van belang zijn voor de scores op drie politieke variabelen. Ook deze relaties volgen een onveranderlijk patroon, dat conform is met hetgeen bij de televisie is gevonden: intensieve lezers van de kwaliteitskranten neigen tot een hogere score op politieke interesse, externe doeltreffendheid en interne doeltreffendheid. Deze relaties zijn stabiel over de periode van vier jaar. De bevindingen uit de analyses die met betrekking tot het medium radio zijn uitgevoerd, zijn niet in lijn met de hierboven beschreven resultaten. Hoewel het gehypothetiseerde patroon in de periode van vier jaar meer op komt zetten, worden geen (blijvende) relaties gevonden tussen typen van radiogebruik en politieke houdingen.

Het is een opvallend gegeven dat voor het medium radio, in tegenstelling tot de televisie en kranten, vrijwel geen relaties worden gevonden tussen de twee centrale onderzoeksvariabelen. Dit impliceert dat de visuele aard van het medium een belangrijke rol speelt met betrekking tot het verwerken van nieuws. In tegenstelling tot het kijken naar de televisie en het lezen van kranten, kun je nieuws op de radio immers op een passieve manier tot je nemen. Wellicht dat de oorzaak, echter, gezocht moet worden in de methodologische hoek: de scheve verdeling die het mediagebruik kenmerkt. Een ander opvallende bevinding is de toegenomen politieke interesse en het afgenomen vertrouwen in instituties, die over de gehele linie heeft plaatsgevonden. Beiden kunnen wellicht gerelateerd worden aan de toegenomen nieuwswaarde rondom de moord van Pim Fortyun vlak voor de verkiezingen van 2002.

Het hierboven uiteengezette bewijs, wijst richting een drietal algemene conclusies. De eerste conclusie is, dat zelfs na het controleren voor leeftijd, geslacht en educatie, typen van mediagebruik gerelateerd zijn aan indicatoren van politieke houdingen. Ten tweede kan worden geconcludeerd dat de televisie en in enkele gevallen de kranten, afhankelijk van het type van mediagebruik, in verschillende richtingen trekken: intensieve gebruikers van de publieke media of de meer politieke en inhoudelijke berichtgeving scoren hoger op de significante politieke afhankelijke variabelen, dan de respondenten die alleen intensief gebruik maken van de commerciële media of de minder politieke en inhoudelijke berichtgeving. De derde conclusie wordt gevormd door het gegeven dat de (publieke) televisie een doordringend effect kan hebben, omdat een groot en divers deel van de bevolking er intensief naar kijkt.

## **6.2 Betekenis van de resultaten**

Dit onderzoek maakt duidelijk dat de realiteit meer complex is dan voorgaande onderzoeken, die bij hebben gedragen aan het ‘malaise’ versus ‘mobilisatie’ debat, vaak gesuggereerd hebben. Om het voorbeeld van de televisie te nemen: het type van televisiegebruik waar iemand gebruik van maakt, is van belang voor de hoogte van de scores op de politieke variabelen. Deze bevindingen zijn hiermee in lijn met de resultaten die voor Groot-Brittannië door Newton (1999) zijn gerapporteerd. In zijn onderzoek naar het ‘malaise’ versus ‘mobilisatie’ vraagstuk concludeert hij, dat de inhoud (en niet de vorm) van de media telt wanneer gesproken wordt over de invloed van de media op de politieke houdingen. De resultaten van de in dit onderzoek uitgevoerde analyses van de Nederlandse data suggereren dus, dat in dit opzicht de Britse en Nederlandse casus vergelijkbaar zijn.

Dit alles brengt ons tot de volgende vraag: kunnen deze bevindingen alleen worden geïnterpreteerd als relaties met geen gespecificeerde richtingen, of wijzen ze ook richting een causale relatie tussen typen van mediagebruik en politieke houdingen? Zoals vóór de uitvoering van het onderzoek duidelijk is gemaakt, kan de causaliteit logischerwijs niet worden bewezen. Bovendien is het van meet af aan erg waarschijnlijk dat de causale effecten in beide richtingen voorkomen: van politieke houdingen naar typen van mediagebruik, en andersom. Het feit dat het bijzonder moeilijk is om oorzaak-en-gevolg relaties te ontrafelen in onderzoek op het gebied van de massamedia, betekent dat voorzichtig moet worden omgesprongen met het doen van uitspraken omtrent causale relaties.

Deze reden heeft bepaald dat in dit rapport gesproken wordt in termen van relaties – variaties in indicatoren van politieke houdingen die samenvallen met typen van mediagebruik. Dit neemt echter niet weg, dat door de systematische wijze van controleren en vergelijken bij de analyses van dit onderzoek, een stap voorwaarts is gezet. Zo zijn in dit onderzoek, door het controleren van bepalende controlevariabelen, als leeftijd, geslacht en educatie, enkele indicaties verstrekt dat de relatie tussen typen van mediagebruik en politieke houdingen niet slechts het effect is van de compositie van de verschillende mediagroepen. Verder wordt vooral met betrekking tot de televisie duidelijk, dat de grote en heterogene groep gebruikers zichzelf in ieder geval niet hebben geselecteerd op politieke gronden. Newton (1999) maakte al duidelijk dat de grote meerderheid van de mensen meestal in televisieprogramma’s ‘vallen’. Ze kijken er niet naar omdat ze er vóóraf in geïnteresseerd zijn, maar juist bij toeval, omdat het onderdeel vormt van hun grote dagelijkse televisiedieet. Dit gegeven suggereert dat de relaties tussen typen van mediagebruik en politieke houdingen niet alleen een artefact is van zelfselectie van het publiek, maar wellicht een echt media-effect betreft.

Het gebruik van de panel study data verschaffen tevens mogelijkheden om de relaties tussen de twee centrale onderzoeksvariabelen, en de rol van de commercialisering hierin, beter te belichten. De combinatie van onveranderde relaties tezamen met veranderingen in de relatieve grootte van de verschillende televisiepublieken, zou tevens de totale gemiddelde scores op de politieke variabelen kunnen hebben beïnvloed. Dit is echter onwaarschijnlijk, omdat gebleken is dat de grootste verandering in de relatieve groeps grootte de verschuiving betreft van de groep respondenten die alleen intensief van de

publieke televisie gebruik maakt, naar de groep intensieve kijkers van zowel de publieke als de commerciële televisie – en deze groepen niet erg verschillen op de politieke variabelen. Ook bij het medium kranten zijn de totale gemiddelde scores op de significante politieke variabelen nagenoeg gelijk gebleven. Dit kan worden verklaard uit het gegeven, dat de ontwikkeling richting het toegenomen belang van de populaire kranten voornamelijk wordt veroorzaakt door respondenten die in 1998 nog helemaal geen intensief gebruik maakte van de kranten – en dit eveneens twee groepen zijn die niet erg verschillend zijn op de politieke variabelen. Aangezien deze bevindingen geheel in lijn zijn met de opgestelde onderzoekshypothesen, vormt dit een belangrijke indicatie dat er significante relaties bestaan tussen typen van mediagebruik en politieke houdingen.

Deze bevindingen onderschrijven, in het licht van de voortschrijdende vercommercialisering, het belang van de publieke media of de meer politieke en inhoudelijke berichtgeving. Het gaat immers om de inhoud (en niet de vorm) van de media, die het meest telt wanneer gesproken wordt over de invloed van de media op politieke houdingen. Verwacht kan worden dat het toenemende aantal commerciële zenders en populaire kranten het aantrekken van jonge kijkers tot doel hebben, wat het potentieel zou kunnen betekenen van kleinere publieken voor de publieke zenders en kwaliteitskranten op de lange termijn (Aarts en Semetko, 2003). De analyses van de relaties tussen mediagebruik en politieke houdingen verschaffen dus de mogelijkheid te reflecteren op wat het begin zou kunnen zijn van een meer serieuze ontwikkeling in de Nederlandse democratie. Deze ontwikkelingen zouden ook andere Europese landen, die in de afgelopen jaren een toenemende competitie in hun mediabestel hebben ondervonden, kunnen bedreigen. Hier wordt gerefereerd aan een democratie die verdeeld is tussen mensen met positieve politieke houdingen en negatieve politieke houdingen, vanwege hun mediakeuzes. Maar voordat zulke ‘grote’ uitspraken worden gedaan, is vervolgonderzoek gericht op verschillende punten essentieel.

### **6.3 Aandachtspunten voor vervolgonderzoek**

De analyses van dit onderhavige onderzoek hebben zich geconcentreerd op de veranderingen binnen de relaties tussen typen van mediagebruik en politieke houdingen, met als context een mediabestel in een staat van verandering. Nederland als casus (net als andere vergelijkbare landen) is meer relevant wanneer de effecten van commercialisering van de media worden behandeld, dan gevallen waar commercialisering zich vele decennia geleden zich hebben voorgedaan.

Door de focus op een enkel geval als het Nederlandse mediasysteem, hebben de uitgevoerde analyses de consequenties van de commercialisering van de media voor de politieke houdingen naar voren gebracht. Het lijkt duidelijk dat deze gevolgen voorkomen, ook al is het erg moeilijk om de precieze causale volgorde te ontrafelen.

Zoals gezegd aan het begin van dit rapport: wanneer na het controleren en vergelijken, blijvende relaties worden gevonden tussen de typen van mediagebruik en politieke houdingen, dan is er gegronde reden door te gaan met onderzoek om zodoende de complexiteit van de oorzaak en gevolg interacties te ontwarren. Dit zal de interne validiteit van de verkregen gegevens vergroten.

Hiermee kan een begin worden gemaakt door te putten uit de verdere mogelijkheden die de panel study data te bieden hebben. Door op het individuele niveau verder na te gaan op welke wijze veranderingen in het type van mediagebruik gepaard gaan met veranderingen in de indicatoren van politieke houdingen, kan het causale mechanisme verder worden doorgrond. Onderzoek dat gebaseerd is op een panel study die zich over een langere periode uitstrekt, zal hier waardevolle inzichten aan kunnen toevoegen. Een ander interessant punt voor vervolgonderzoek is onderzoek naar de effecten van verschillende combinaties van mediagebruik, zoals het intensieve gebruik van zowel de publieke televisie als de kwaliteitskranten, op politieke houdingen.

De Nederlandse casus typeert de systeemkarakteristieken die heersen in de meeste andere Europese landen. Hierdoor rijst de vraag of vergelijkbare resultaten gevonden zouden worden in de andere

continentale West-Europese landen, als de benodigde data verkrijgbaar zouden zijn om deze vraag te behandelen. De relatieve recente competitieve ontwikkelingen in het mediabestel van de West-Europese landen zijn voor het grootste deel verankerd in meer dan vier decennia van persvrijheid en vrije verkiezingen met gevestigde partijen en sterke politieke partijen.

In Oost-Europa en de voormalige Sovjet-Unie komen vergelijkbare competitieve ontwikkelingen in het mediabestel voor wanneer burgers nauwelijks ervaring hebben met vrije verkiezingen, de politieke partijen erg zwak zijn, en partijsystemen nog in hun kinderschoenen staan. In Rusland en de voormalige Oostbloklanden is de televisie, omdat de meeste mensen zich nauwelijks dagelijkse kranten kunnen veroorloven, een nog belangrijkere bron van informatie en entertainment in vergelijking met het westen (Aarts en Semetko, 2003). Dit gegeven maakt het interessant om de relaties tussen de twee centrale onderzoeksvariabelen in verschillende landen te onderzoeken. Toekomstig onderzoek zal hierbij voordeel hebben van preciezere metingen van mediagebruik, om zodoende beter inzicht te krijgen in de bijdrage van nieuws- en informatiebronnen aan politieke houdingen in verschillende nationale contexten. Comparatief onderzoek zal hierbij helpen te bepalen in welke mate de resultaten uit dit onderzoek naar andere landen kunnen worden gegeneraliseerd, hetgeen de externe validiteit van de verkregen resultaten zal vergroten.



## Literatuurlijst

Aarts, Kees en Holli. A. Semetko, (2007). *Television and Democracy: Dynamics of the relationship between commercialisation and political knowledge, attitudes and behaviour* (nog niet gepubliceerd).

Aarts, Kees, en Holli. A. Semetko (2003). The Divided Electorate: Media use and Political Involvement. *Journal of Politics*, 65:3, 759-784.

Capella, Joseph, en Kathleen Hall Jamieson, (1997). *Spiral of Cynism*. New York: Oxford University Press.

Continu Kijkonderzoek, (1998). *Kijkcijfers 1998*. Bekeken op 18 juli 2007. Bron: [www.dutchmedia.nl](http://www.dutchmedia.nl).

Continu Luisteronderzoek, (1998). *Luistercijfers 1998*. Bekeken op 18 juli 2007. Bron: [www.radio.nl](http://www.radio.nl).

Continu Luisteronderzoek, (2002). *Luistercijfers 2002*. Bekeken op 18 juli 2007. Bron: [www.radio.nl](http://www.radio.nl).

Dalton, Russell J., (1996). *Citizen politics in Western Democracies*. Chatham, NJ: Chatham House.

Dijkstra, Wil, en Jan Smit, (2005). *Onderzoek met vragenlijsten. Een praktische handleiding*. Amsterdam: VU Uitgeverij.

Holtz-Bacha, Christina, en Pippa Norris, (2001). To Entertain, Inform and Educate: Still the Role of Public Television? *Political Communication*, 18(2), 123-140.

Iyengar, Shanto, (1994). *Is Anyone responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Press.

Newton, Kenneth, (1999). Mass Media Effects: Mobilization or Media Malaise? *British Journal of Political Science*, 29, 577-599.

Newton, Kenneth, (2006). May the weak force be with you: The power of the mass media in modern politics. *European Journal of Political Research*, 45: 209-234.

Norris, Pippa, (1996). Does Television Erode Social Capital? A Reply to Putnam. *PS: Political Science and Politics*, 29:3, 474-480.

Norris, Pippa, (2000). *A Virtuous Circle: the impact of political communications in post-industrial societies*. New York: Cambridge University Press.

Patterson, Thomas, (1993). *Out of order*. New York: Knopf.

Patterson, Thomas, (1980). *The Mass Media Election*. New York: Praeger.

Persmediamonitor, (2006). *Oplage-ontwikkeling van de Nederlandse dagbladen*. Bekeken op 19 juli 2007. Bron: [www.persmediamonitor.nl](http://www.persmediamonitor.nl).

Postman, Neil, (1985). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Viking.

Postman, Neil, en Steve Powers, (1992). *How to watch TV News*. New York: Penguin.

Putnam, Robert D., (1995). Tuning in, tuning out: The strange disappearance of social capital in America. *PS: Political Science and Politics*, 28:4, 664-683.

Robinson, Michael J., (1975). American Political Legitimacy in an Era of Electronic Journalism; Reflection on the Evening News. In Douglas Cater and Richard Adler, eds. *Television as a Social Force*. New York: Praeger.

Robinson, Michael J., (1976). Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise: The Case of 'The Selling of the Pentagon'. *American Political Science Review*, 70(2):409-432.

Robinson, Michael J., (1983). *Over the Wire and on TV*. New York: Russell Sage Foundation.

Semetko, Holli A., en Patti M. Valkenburg, (2000). Framing European Politics : A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 50: 93-109.

Shadish, William R., Thomas D. Cook, en Donald T. Campbell, (2002). *Experimental Quasi-Experimental Designs for Generalized Causal Inference*. New York: Houghton Mifflin Company.

Stichting Kijk Onderzoek, (2002). *Kijkcijfers 2002*. Bekeken op 18 juli 2007. Bron: [www.kijkonderzoek.nl](http://www.kijkonderzoek.nl).

Wurff, van der R., (2004). Program choices of multichannel broadcasters and diversity of program supply in the Netherlands. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(1), 134-150.

## **Reflectieverslag**

Aan de hand van de door mij opgestelde leerdoelen en aantekeningen die ik een logboek bijgehouden heb, reflecteer ik in dit hoofdstuk op mijn professioneel functioneren tijdens de voorbereiding en de uitvoering van deze bacheloropdracht. Door terug te kijken op het proces richting de voltooiing van de bacheloropdracht zie ik dit onderzoek niet alleen als einddoel van mijn bacheloropleiding, maar veel meer als middel ten behoeve van zowel mijn academische als persoonlijke groei.

De algemene leerdoelen die ik voor aanvang van de bacheloropdracht heb opgesteld, zijn de volgende: ik ben in staat om aan de hand van een specifiek onderwerp de noodzakelijke stappen in sociaalwetenschappelijk onderzoek te zetten, leidend van keuze van onderwerp en vraagstelling, materiaal en methoden tot conclusie en verslaglegging (schriftelijk en mondeling). Ik kan daarbij de voor dat onderwerp relevante documentatie (literatuur en bronnen) zoeken, selecteren en interpreteren en de relevante onderzoeksmethoden kiezen en hanteren. In de scriptieperiode is het leren vooral gericht op het zelfstandig uitvoeren van de genoemde activiteiten (zelfstandig studiemangement). De bacheloropdracht geldt hierbij dus niet alleen als een eindproduct op zichzelf, maar ook als didactische werkvorm waarbij de scriptieperiode als leerperiode wordt beschouwd. Hierdoor heb ik mezelf als persoonlijke doelstelling gesteld, dat ik beter inzicht heb in zowel mijn sterke als zwakke punten met betrekking tot het zogenaamde zelfstandig studiemangement.

Het aanbrenge van een globale structuur aan de scriptieperiode vormde een essentiële eerste stap in het bereiken van deze leerdoelen. Maar ook voor een beter verloop van de inhoudelijke taak was de structurering van de scriptieperiode handig. Daarom heb ik samen met mijn begeleider de structuur van de scriptieperiode beschouwd als bestaande uit drie verschillende fasen: de ontwerpfase, de werkfase en de presentatiefase. Aan elke fase werden verschillende doelen gekoppeld. In de ontwerpfase moest een programma worden ontwikkeld, waarin het onderzoek uitgevoerd moest worden en de uiteindelijke tekst geschreven. In deze fase werd gestreefd naar een overzicht over de gehele taak, zodanig dat alles met alles verbonden werd. Het resultaat van de ontwerpfase vormde een onderzoeksvoorstel.

In de werkfase moest de planning zoals opgesteld in het onderzoeksvoorstel, worden uitgevoerd. De werkfase vormde de fase van het praktisch onderzoekswerk. Het uiteindelijke resultaat waren verschillende tussenproducten, waaronder een literatuuroverzicht, beschrijving van de onderzoeksopzet en uitgeschreven onderzoeksresultaten. In de presentatiefase, ten slotte, werden de tussenproducten (conceptteksten) uit de tweede fase omgevormd en samengenomen tot een bacheloropdracht, die moest voldoen aan de daaraan gestelde eisen. Het uiteindelijke resultaat mondde vanzelfsprekend uit in deze onderhavige bacheloropdracht.

De ontwerpfase was in feite de meeste creatieve en mogelijk daardoor de meest problematische fase van het gehele scriptieproces. Voor mij was het feitelijk de eerste keer dat ik zelf een onderzoeksprogramma in elkaar moest zetten voor mijn werkzaamheden voor de komende maanden. Het leren ontwerpen van een uitvoerbaar onderzoeksplan was dan ook één van de belangrijkste leerdoelen van de ontwerpfase. Dit betekende voor mij onder meer: oriëntatie op het gebied van het scriptieonderwerp (in welke tekst is het plaatsbaar); oriëntatie op het onderwerp zelf (thematische oriëntatie via overzichtsartikelen en recent onderzoek); oriëntatie op mogelijke onderzoekwijze (methodische oriëntatie) en bewustwording en explicitering van persoonlijke doelstellingen en betrokkenheid. Bij het vervaardigen van het onderzoeksplan was ik me er dus al snel van bewust, dat het belangrijk was om me allereerst goed te oriënteren. In plaats van gelijk de diepte in te gaan, besloot ik daarom allereerst een overzicht van het onderwerp te vormen. De sturende begeleiding van de docent bij het zoeken naar belangrijke artikelen op het betreffende onderzoeksterrein, heeft hier zeker toe bijgedragen. Tevens heeft hij, door telkens vooraf te vragen wat ik met de verschillende onderdelen bereiken wou, geholpen het uiteindelijke einddoel van mijn bacheloropdracht steeds voor ogen te houden.

Het uiteindelijke onderzoeksvoorstel vormde een plan, een soort korte termijn toekomstvisie. Het was daarom begrijpelijk dat er gedurende de volgende fasen nog enkele zaken zouden veranderen. Het belangrijkste wat ik van deze fase geleerd heb, is dat het goed 'ronddenken' van het ontwerp, het integreren van de verschillende aspecten tot een geheel, veel tijd kost. Maar dat deze tijd in latere fasen ruimschoots wordt terugverdiend.

Dit bleek al snel aan het begin van de volgende fase, de zogenaamde werkfase. Op het gebied van de uitvoerbaarheid van het onderzoeksvoorstel bleek ik toch één ding over het hoofd te hebben gezien: de data sloten niet helemaal aan op mijn onderzoek. Hierop stimuleerde mijn begeleider mij om zelf het geconstateerde probleem te analyseren en een oplossing vast te stellen. Door vervolgens meer afstand te nemen van de reeds bestaande onderzoeken op het betreffende onderzoeksterrein, ben ik hierdoor uiteindelijk meer tot een 'eigen' onderzoek gekomen. De goede basis die door het onderzoeksvoorstel was gelegd, zorgde ervoor dat slechts enkele kleine wijzigingen noodzakelijk waren. Hierdoor kon zonder veel vertraging gewerkt worden aan de daadwerkelijke realisering van het onderzoeksvoorstel. De definitieve afbakening van het onderwerp en de wijze waarop gewerkt zou worden, vormde belangrijke verdere te ondernemen stappen. Ik heb hiervan geleerd dat inperking pas goed mogelijk is als beginsituatie, strategieplanning en verwacht resultaat aan elkaar gekoppeld worden. Dit kon pas gedaan worden toen het onderzoeksvoorstel een nagenoeg vaste vorm gekregen had.

De verschillende tussenteksten die de werkfase opleverde, waren in principe voorlopig van aard. Om de creativiteit en het schrijven te stimuleren, mochten er dus fouten gemaakt worden. Relatering van de doelstellingen aan de deelconcepten vormde een belangrijk onderwerp in de voortgangsgesprekken met de begeleider. In de bespreking van deze stukken ging het er dus vooral om duidelijk te krijgen wat ik ermee wilde bereiken, wat de hoofdzaken eruit waren en wat ik ermee verder wou.

Het vooraf inleveren van stukken vormde een belangrijke voorwaarde, om zodoende de effectiviteit van de gesprekken te garanderen. Dat het hierbij op tijd aanleveren van stukken belangrijk is, werd mij al snel duidelijk. De begeleider heeft immers ook voldoende tijd nodig om de geleverde stukken door te nemen. Het was dus in mijn eigen belang om minstens twee dagen voor een afspraak de te bespreken stukken bij mijn begeleider in te leveren. Een goede voorbereiding van deze gesprekken, door van tevoren op papier vast te stellen welke punten ik in de bespreking met de begeleider wou behandelen, zorgde er verder voor dat de gesprekken effectief verliepen. Belangrijk was ook het opstellen van een aantal streefpunten, dit zijn taken die op een bepaalde tijd (deadline) moesten worden afgerond. De afspraak dat ik pas zou komen wanneer ik iets klaar had, bleek toch minder goed te werken. Doordat al snel duidelijk werd dat de oorspronkelijke einddatum voor het te houden colloquium in de vakantie van mijn begeleider viel, moest deze datum worden opgeschoven. Deze externe factor zorgde er dus voor dat een flexibelere tijdsplanning mogelijk was. Het opstellen van streefpunten bleef echter belangrijk, om zodoende voor de vakantie de conceptversie van de scriptie rond te hebben.

In het begin van de werkfase bleef ik soms te lang hangen bij de beschrijvende hoofdstukken van mijn onderzoek. Ik had vooral moeite om de literatuurstudie af te ronden. Omdat ik bang was om zaken te vergeten en dus niet volledig te zijn, ging ik telkens op zoek naar nieuwe artikelen. Door de knoop door te hakken, dat ik me vooral zou richten op de toonaangevende artikelen op het betreffende onderzoeksgebied, lukte het me uiteindelijk om dit onderdeel goed af te ronden. Belangrijk voor mij was om mezelf voor te houden dat er meer informatie beschikbaar is, dan door mij binnen de mij ter beschikking bestaande tijd gelezen kon worden. Het bespreken van het literatuuronderzoek in een chronologische structuur heeft ertoe bijgedragen, dat de 'chaos' in de hoeveelheid informatie werd teruggebracht. Bij het analyseren van de verkregen onderzoeksresultaten en de uiteenzetting hiervan in verschillende stukken ondervond ik geen verdere problemen, waardoor de werkfase uiteindelijk succesvol kon worden afgerond. Een belangrijke bevinding die hiertoe bijgedragen heeft, is soms afstand te nemen van de reeds bestaande onderzoeken en me meer te richten op de betekenis van de door mij verkregen onderzoeksresultaten.

Na het schrijven van de verschillende tussenstukken, was het basismateriaal gereed om verder geordend tot een scriptie te worden omgewerkt: de presentatiefase kon beginnen. Een scriptie is een samenhangende tekst over een bepaald uitgevoerd onderzoek. Van tevoren was reeds duidelijk dat mijn scriptie in een rapportvorm moest worden gegoten, dat wil zeggen een chronologische weergave van de uitgevoerde werkzaamheden (het empirisch onderzoek). Het uitwerken van een presentatiestructuur vormde hierbij dus één van de belangrijkste activiteiten in deze fase van het scriptieproces. Andere belangrijke bezigheden, waren: het herzien van formuleringen; explicitering van redeneringen; de gebruikte literatuur tot een samenhangend geheel maken met de eigen uitkomsten; en resultaten die tijdens de werkfase anders uitkwamen dan verwacht moesten worden beschreven en soms opnieuw worden geanalyseerd. Doordat eerst een conceptversie ingeleverd diende te worden, hoefde niet in één keer de definitieve tekst te worden geschreven. Deze 'schrijf- en herschrijf' methode zorgen ervoor dat problemen, die vaak bij het schrijven optreden niet in één keer opgelost hoefden te worden. Als je als schrijver tijdens het schrijven het grotere beeld voor ogen houdt, komen kleinere problemen tijdens de herschrijving vaak wel op hun pootjes terecht. Tijdens het schrijven 'ontdekte' is al snel de voor mij meest effectieve schrijfmethode: eerst het beschrijven van de kernpunten en vervolgens het schrijven van de inleidende, verbindende en uitleidende stukken. Deze bevinding zorgde ervoor dat het schrijfproces verder vloeiend verliep.

Op basis van de hieruit voortgekomen conceptversie, vond er samen met mijn begeleider en meezeer een gesprek plaats over deze bijna-definitieve versie van de scriptie. Vanwege het gegeven dat de meezeer nog geen van de stukken gelezen had, was het interessant om zijn visie op het geleverde resultaat te horen. De positief kritische feedback, die tijdens deze bespreking door zowel mijn begeleider als meezeer gegeven werd, heeft de kwaliteit van de onderhavige scriptie zeker verhoogd. Door voor ogen te houden dat de geleverde adviezen gegeven werden met dit doel voor ogen, was het gemakkelijker om de kritieken ten harte te nemen. Ik heb daarom maar al te graag gebruik gemaakt van het goedbedoelde commentaar. Omdat het toch mijn eigen onderzoek betreft, was het voor mij van belang om een balans te vinden tussen de geleverde kritieken en mijn eigen inzichten met betrekking tot de kwaliteit van het onderzoek. Dat is naar mijn mening goed gelukt.

Dit alles heeft uiteindelijk geresulteerd in de onderhavige eindversie van mijn bacheloropdracht. Mijn perfectionisme heeft er wel voor gezorgd, dat ik het moeilijk vond om de eindversie daadwerkelijk af te ronden. Ik heb me er echt van los moeten rukken. Het feit dat het onderwerp van dit onderzoek me enorm boeit, maakte de uitvoering van een tijdrovende klus als de uitvoering van het onderzoek en het schrijven van een afstudeerscriptie zeker de moeite waard. De verschillende vooraf opgestelde leerdoelen die ik met dit onderzoek wilde bereiken, heb ik in mijn ogen voor een grote mate behaald. Ik heb dit voor een belangrijk gedeelte te danken aan het feit dat mijn begeleider mij de vrijheid heeft gegund om fouten te maken en daarvan te leren. Ik heb hierdoor zelf kunnen inzien wat ik fout deed, en geleerd daarvoor de nodige oplossingen aan te dragen. Het maken van enkele beginnersfouten, heeft mijn professioneel functioneren daardoor een belangrijke impuls gegeven. Dit heeft ertoe geleid dat ik veel geleerd heb op het gebied van zelfstandig studiemangement. Hetgeen zich uiteindelijk vertaald heeft in het gegeven dat ik, in het kader van een sociaal wetenschappelijk onderzoek, de noodzakelijk te nemen stappen van de empirische cyclus relatief zelfstandig kan doorlopen. Daarbij kan ik voor het betreffende onderwerp zelf relevante documentatie zoeken, selecteren en interpreteren en de relevante onderzoeksmethoden kiezen en hanteren. Dit neemt echter niet weg, dat ik op dit gebied nog genoeg te leren heb.

De scriptieperiode als leerperiode heeft mij hierbij veel van zowel mijn sterke als zwakke punten op het gebied van zelfstandig studiemangement laten inzien. Hoewel ik een goede discipline heb, is het voor mij belangrijk gebleken om deadlines in te stellen zodat voor mij duidelijk is waar ik naartoe werk. Het plannen van de nodige werkzaamheden ging me hierdoor relatief gemakkelijk af, waardoor ik eigenlijk nooit in tijdnood heb gezeten. Bovendien heb ik veel inzicht gekregen in de voor mij meest effectieve werkmethoden. Het onderzoek van deze bacheloropdracht, onder de sturende begeleiding van de betrokken docent, heeft mij al met al zowel in mijn academische als persoonlijke groei gesterkt!

## Appendix

Ter verduidelijk van de gehanteerde methoden van het onderhavige onderzoek, wordt in dit onderdeel de metingen van de verschillende variabelen uiteengezet.

### Metingen van typen van mediagebruik

De metingen van de variabele 'typen van mediagebruik' zijn zowel in de 1998 als de 2002 golven van de panel study gemeten.

#### Televisieprogramma's

'Hoe vaak in de week kijkt u gemiddeld naar de volgende programma's?' (gecodeerd 1: nooit; 2: minder dan 1 keer per week; 3: 1 à 2 keer per week; 4: 3 à 4 keer per week; 5: (vrijwel) dagelijks; 6 weet niet (missing value)).

Type	Programma's in 1998	Programma's in 2002
Publieke televisie	NOS 6 uur journaal (Ned. 2) NOS 8 uur journaal (Ned. 1) NOS 10 uur journaal (Ned. 3) 2 Vandaag (Ned. 2) Netwerk (Ned. 1) Barend & Witteman (Ned. 3) NOVA-Den Haag Vandaag (Ned. 3) Jeugdjournaal (Ned. 3) Lingo (Ned. 2)	2 Vandaag/NOS 6 uur journaal (Ned. 2) NOS 8 uur journaal (Ned. 1) NOS 10 uur journaal (Ned. 3) Netwerk Barend & Witteman (Ned. 3) NOVA-Den Haag Vandaag (Ned.3) Sportjournaal (Ned. 3) Jeugdjournaal (Ned. 3) Lingo (Ned. 2) Get the Picture (Ned. 1) Nieuws op de regionale of stadszender
Commerciële televisie	RTL4 journaal (RTL4) RTL5 journaal (RTL5) Actienieuws (SBS6) 5 Uur Show (RTL4) Vijf in het land (RTL5) Hart van Nederland (SBS6) Goede Tijden Slechte Tijden (RTL4) The Bold and the Beautiful (RTL4) Goudkust (SBS6) Onderweg naar Morgen (Veronica)	RTL 4 Nieuws en Weer (RTL4) RTL5 Nieuws (RTL5) Explosief (V8) Vijf in het land (RTL5) Hart van Nederland (SBS6) Barend en van Dorp (RTL4) Goede Tijden Slechte Tijden (RTL4) The Bold and the Beautiful (RTL4) Onderweg naar Morgen (Yorin) Erotiek op 5 (RTL5)

#### Radiozenders

'Hoeveel uur per week luistert u gemiddeld naar de volgende radiozenders?' (gecodeerd 1: nooit; 2: minder dan 1 uur per week; 3: 1-8 uur per week; 4: 8-16 per week; 5: meer dan 16 uur per week; 6: weet niet (missing value)).

Type	Zenders in 1998	Zenders in 2002
Kwaliteitsradio	Radio 1 Radio 2 Radio 4 Radio 5 Radio Klassiek Regionale zender	Radio 1 Radio 2 Radio 4 747 AM Concertzender Regionale of lokale zender
Populaire radio	Radio 3 Radio 10 Gold Radio 538 Sky Radio Veronica	Radio 3 Radio 10 Gold Radio 538 Sky Radio

*Dagelijkse kranten*

‘Hoeveel uur per dag besteedt u gemiddeld aan het lezen van de volgende kranten?’ (gecodeerd 1: nooit; 2: minder dan een kwartier per dag; 3: een kwartier tot een half uur per dag; 4: een half uur tot een uur per dag; 5: meer dan een uur per dag; 6: weet niet (missing value)).

Type	Kranten in 1998	Kranten in 2002
Kwaliteitskranten	NRC Handelsblad De Volkskrant Trouw Parool	NRC Handelsblad De Volkskrant Trouw Parool Financieel Dagblad
Populaire kranten	De Telegraaf Algemeen Dagblad Regionale krant	De Telegraaf Algemeen Dagblad Regionale krant Metro Spits

**Metingen van de demografische controlevariabelen**

Deze demografische controlevariabelen zijn alleen gemeten in het 1998 gedeelte van de panel study.

*Leeftijd*

Gemeten in jaren, gecentreerd omtrent de mediaanwaarde 43 jaar.

*Geslacht*

Gemeten aan de hand van de sekse.

*Educatie*

Gemeten in 10 niveaus, gecentreerd rondom de mediaancategorie 5: middelbaar beroepsonderwijs voltooid.

**Metingen van de indicatoren van politieke houdingen**

De metingen van de indicatoren van de variabele ‘politieke houdingen’ zijn zowel in de 1998 als de 2002 golven van de panel study gemeten.

*Politieke interesse*

‘Bent u zeer geïnteresseerd in politieke onderwerpen, tamelijk geïnteresseerd of niet geïnteresseerd?’ (gecodeerd 1: niet geïnteresseerd; 2: tamelijk geïnteresseerd; 3: zeer geïnteresseerd).

*Externe doeltreffendheid*

Tel het aantal ‘niet waar’ antwoorden, die gegeven zijn op de volgende vragen:

- ‘Kamerleden bekommeren zich niet om de meningen van mensen zoals ik’.
- ‘De politieke partijen zijn alleen maar geïnteresseerd in mijn stem en niet mijn mening.’
- ‘Mensen zoals ik hebben geen enkele invloed op de regeringspolitiek.’
- ‘Er stemmen zoveel mensen bij de verkiezingen dat mijn stem er niet toe doet.’
- ‘Meestal verliezen onze vertegenwoordigers in de Tweede Kamer al snel het contact met de mensen in het land.’

*Interne doeltreffendheid*

Tel het aantal ‘positieve’ antwoorden (‘helemaal eens’ of ‘mee eens’), die gegeven zijn op de volgende vragen:

- ‘Ik vind mezelf heel goed in staat om een actieve rol te spelen in de politiek.’
- ‘Ik denk dat ik een goed beeld heb van de belangrijkste problemen in ons land.’
- ‘Soms lijkt de politiek zo ingewikkeld dat mensen zoals ik niet echt kunnen begrijpen wat er speelt.’

*Politiek cynisme*

Tel het aantal ‘(helemaal) mee eens’ antwoorden, die gegeven zijn op de volgende vragen:

- ‘Tegen beter weten in beloven politici meer dan ze kunnen waarmaken.’
- ‘Ministers en staatssecretarissen zijn vooral op hun eigenbelang uit.’
- ‘Kamerlid wordt je eerder door je politieke vrienden dan door je bekwaamheden.’

*Vertrouwen in instituties*

Tel de antwoorden ‘heel veel’ en ‘tamelijk veel’, die gegeven zijn op de volgende vraag:

‘Wilt u voor elk van de volgende Nederlandse instellingen aangeven of u daar heel veel, tamelijk veel, niet zo veel of helemaal geen vertrouwen in heeft?’ Instituties die werden gepresenteerd: kerken, leger, rechters, pers, politie, Tweede Kamer, ambtenaren, grote bedrijven, Europese Unie, NAVO.