

CIMS Reports
2011/1

CIMS Reports
2011/1

SCREENAGERS

**Een onderzoek naar het mediagebruik bij
jongeren in Vlaanderen - anno 2009**

Fien Adriaens, Elke Van Damme & Cédric Courtois

Dankwoord

Dit onderzoek en dit onderzoeksrapport hadden we nooit tot een goed einde kunnen brengen zonder de hulp en steun van een aantal mensen en organisaties. Wij willen in de eerste plaats het Fonds Wetenschappelijk Onderzoek (FWO-Vlaanderen) bedanken voor de financiële steun en het vertrouwen in onze beide onderzoeksprojecten. Ook Professor Dr. Daniël Biltereyst en Professor Dr. Sofie Van Bauwel verdienen een woord van dank. Naast hun gewaardeerd promoterschap, gaven zij ons de kans om binnen het opleidingsonderdeel *Film- en Televisiestudies* een werkcollege te organiseren, wat ons de mogelijkheid bood om samen met studenten te werken aan dit onderzoek. Een speciale dank gaat bijgevolg ook uit naar de studenten van het werkcollege in derde bachelor¹: zonder hen hadden we deze data niet verzameld en wij danken hen dan ook voor het vele werk, het vroege opstaan, de vele verplaatsingen en treinritten. Graag willen we ook de directies, leerkrachten en leerlingen van de deelnemende scholen oprecht bedanken voor hun bereidwillige medewerking en de tijd die ze vrijmaakten om onze vragenlijst consciëntieus in te vullen. Cédric Courtois verdient ook een ereplaats in ons dankwoord, hij hielp ons namelijk bij de analyses en reikte ons interessante ideeën aan. Als laatste willen we ook nog de leden van het *Centre for Cinema and Media Studies* (CIMS) bedanken voor de constructieve feedback en de aangeboden leerrijke omgeving.

Fien Adriaens en Elke Van Damme
Mei 2011

¹ Deze studenten zijn: Charley Beyen, Sien Beyens, Tim Chanut, Marlies Coene, Carl Declerck, Kameliya Encheva, Maureen Godu, Jonas Haerens, Carolien Keyaerts, Stefanie Meersschaut, Nele Mertens, Stijn Pauwels, Jen Steelant, Dominique Vanbrabant, Fien Van Cauwenberghe, Daniël Van De Peppel, Nele Vandenbroecke, Niki Vandriessche en Clara Vermeersch.

Inhoudstafel

Dankwoord	1
Inhoudstafel.....	3
 1. Inleiding	 5
 2. Theoretisch kader	 7
2.1 De plaats van televisie in een bredere mediacontext	7
2.2 Media-inhouden: voorkeuren	9
2.3 Ruimtelijke en sociale context van TV kijken.....	9
2.4 Allochtone jongeren, mediatoegang, mediabezit en mediagebruik	10
 3. Methodologie.....	 13
3.1 Dataverzameling: procedure	13
3.2 Data-analyse: procedure	14
3.3 Data variabelen	14
3.4 Socio-demografische gegevens van de populatie.....	15
3.4.1 Weging populatie.....	15
3.5 Beschrijving socio-demografische gegevens.....	17
3.5.1 Geslacht	17
3.5.2 Onderwijsnet en onderwijstype	17
3.5.3 Studiejaar en onderwijsgraad	17
3.5.4 Leeftijd in 2009	17
3.5.5 Autochtoon-allochtoon	18
3.5.6 Geloof.....	19
3.5.7 Provincie	19
3.5.8 Sociaal economische klasse ouders	19
 4. Resultaten.....	 23
4.1. Mediabezit	23
4.1.1 Een eigen TV?.....	23
4.1.2 Kabel – digitaal – satelliet	23
4.1.3 Mijn computer en ik	23
4.1.4 Een eigen PC?	24
4.1.5 Downloaden en livestreaming.....	25
<i>Livestreaming</i>	25
<i>Downloaden</i>	25
4.1.6 Surfgedrag	26
4.2. TV-gebruik in context... ..	27
4.2.1 Televisie in de context van algemeen mediagebruik.....	27
<i>Gender</i>	28
4.2.2 Multitasking	28
4.2.3 TV Attendance.....	29
<i>Maandag tot en met vrijdag</i>	29
<i>Zaterdag en zondag</i>	31
4.2.4 Uses & Gratifications: Kijkmotieven	31
<i>Factoranalyse: vijf kijkmotieven</i>	32
<i>Kijkmotieven en gender</i>	34

<i>Kijkmotieven en leeftijd</i>	34
<i>Kijkmotieven en onderwijstype</i>	35
<i>Kijkmotieven en generatie</i>	36
<i>Kijkmotieven en SES ouders</i>	37
4.3. Social viewing	38
4.3.1 Eigen TV versus 'familie' TV?	38
4.3.2 TV kijken: met wie?	38
4.3.3 De macht over de afstandsbediening.....	39
<i>Sociaal kijkgedrag: LCA analyse</i>	41
4.3.4 Binnen- of buitenhuis?	43
<i>TV bij vrienden</i>	43
<i>TV bij lief</i>	44
<i>TV op café?</i>	44
4.3.5 TV Talk?	44
<i>Latente Klasse Analyse (LCA)</i>	46
4.3.6 Stiekem kijken?	49
4.3.7 Favoriete TV-zenders	50
4.3.8 Favoriete TV-programma's	51
4.3.9 DVD's?	51
4.3.10 Telenovelas en teen series	53
<i>Sara</i>	53
<i>Louislouise</i>	54
<i>David</i>	54
<i>Amika</i>	54
<i>Gossip Girl</i>	54
<i>Skins</i>	54
<i>Dawson's Creek</i>	55
<i>W817</i>	55
<i>16+</i>	55
<i>90210</i>	55
<i>Melrose Place</i>	55
<i>One Tree Hill</i>	55
<i>Spring</i>	55
<i>Degrassi: The Next Generation</i>	56
4.4. Mijn lichaam en ik	57
4.4.1 Belang uiterlijk	57
4.4.2 Tevredenheid lichaam	57
4.4.3 Seksuele oriëntatie	60
4.4.4 Seksuele ervaring.....	60
4.4.5 Informatiezoekgedrag	62
5. Besluit	65
Referenties	69
Bijlagen	73
Bijlage 1: Enquête	75
Bijlage 2: Overzicht scholen	87
Lijst tabellen	89
Lijst figuren	91

1. Inleiding

Nieuwe media zoals Internet en mobiele telefonie maken integraal deel uit van het dagelijkse leven van jongeren. Ondanks deze evolutie stellen we vast dat *oude media* zoals televisie nog steeds fungeren als een dominante en prominente factor in tieners' leven (Roe, Van den Bulck, De Cock & Dusart, 2001; Sinnaeve & Schillemans, 2006). Recente studies over het mediagebruik van jongeren bevestigen dat TV kijken een belangrijke vrijetijdsactiviteit blijft voor tieners (Eggermont, 2006: 742; Roberts & Foehr, 2008; Cooper & Tang, 2009; Adriaens et al., 2011). Meer nog, volgens Livingstone (2002: 145) kunnen we jongerenculturen onmogelijk definiëren zonder muziek, computer games en chat rooms en bovendien zijn meerdere TV-toestellen geen uitzondering maar de norm in hedendaagse gezinnen. Gezinnen in de 21^{ste} eeuw zijn meer en meer uitgerust met verschillende media en krijgen daarom vaak de term *mediarijke omgeving* opgeplakt. Deze mediarijke omgeving creëert niet alleen een gedeelde cultuur voor het hele gezin, er zijn bovendien ook meer media aanwezig in de slaapkamer van hedendaagse tieners (Livingstone, 2002: 167; Eggermont, 2006). Dit fenomeen doet zich niet enkel voor in België, ook in andere Europese landen manifesteert deze evolutie zich. Johnsson-Smaragdi, d'Haenens, Krotz en Hasebrink (1998) bijvoorbeeld stelden opvallend meer gelijkenissen dan verschillen vast voor mediatoegang, -bezit en –gebruik in Europese landen. Recent onderzoek, bijvoorbeeld, toont aan dat in Vlaanderen, het noordelijke deel van België, 97% van de gezinnen een televisietoestel bezit, 92% heeft een GSM; 81% bezit een computer en 78% van de Vlaamse gezinnen hebben een internetaansluiting. Deze cijfers zijn vergelijkbaar met andere Europese landen (IBBT, 2009). Hierdoor kunnen we Vlaanderen, als een regio in België, zien als een case study voor de Europese context voor wat betreft TV kijken (Roe, 2000). Het is onmogelijk om TV te isoleren in het gehele mediagebruik van jongeren die zich kenmerken als een multimediale generatie en bijgevolg focussen we in dit rapport op televisie in de globale mediacontext (cf. Bonfadelli, 1993). Mediagebruik *an sich* bestuderen we niet als een geïsoleerd gebeuren aangezien media vaak deel uitmaken van relaties tussen mensen en hun omgeving, daarom besteden we ook aandacht aan de ruimtelijke en sociale context van TV kijkende tieners (leeftijd 14-19 jaar).

In dit onderzoeksrapport geven we eerst een summier overzicht van wat reeds in de academische literatuur verschenen is omtrent jongeren en mediagebruik en focussen hierbij voornamelijk op Vlaanderen als representatieve regio voor West-Europa. In dit literatuuroverzicht belichten we ook de bevindingen omtrent de belangrijkste onafhankelijke variabelen die verder ook in het rapport aan bod komen: gender, etniciteit, leeftijd, onderwijstype en sociaal economische status van de ouders. Daarna bespreken we kort de gehanteerde methodologie en beschrijven we de onderzoekspopulatie. Vervolgens bespreken we de resultaten betreffende mediabezit en –toegang van zowel TV als PC, het download- en surfgedrag van jongeren en plaatsen we het TV-gebruik in de algemene mediacontext. Verder werpen we een licht op het fenomeen van multitasking en bespreken we de frequentie van TV kijken in het deel rond TV-attendance. Gebaseerd op de literatuur rond de Uses & Gratifications-benadering (Katz, 1974) behandelen we de belangrijkste kijkmotieven van onze Vlaamse jongeren om nadien tot het sociale kijkgedrag, de TV-gebaseerde communicatie en de favoriete TV-zenders en -programma's te komen. Na het deel rond mediagebruik volgt een verkennend luik naar de seksuele oriëntatie, de seksuele ervaring, de lichaamstevredenheid en het informatiezoekgedrag omtrent seksualiteit van de onderzoekspopulatie. Deze informatie werd verzameld in het kader van het vervolgonderzoek, namelijk publieksonderzoek bij 14 tot 18-jarige Vlaamse jongeren, dat afgenomen werd in de periode maart-mei 2010.

2. Theoretisch kader

2.1 De plaats van televisie in een bredere mediacontext

Hedendaagse tieners groeien op in een multimediale omgeving, waarin de plaats en aanwezigheid van televisie geïntegreerd is in het dagelijkse leven. Deze omgeving kenmerkt zich door de aanwezigheid van verschillende apparaten die verspreid zijn in de woning en tussen de verschillende inwoners (Livingstone, 2002). Er zijn bijvoorbeeld meerdere televisietoestellen aanwezig in het gemiddelde Vlaamse gezin en deze toestellen zijn zowel aanwezig in ruimtes waar verschillende familieleden samen zitten om het medium te bekijken, als in individuele ruimtes zoals de slaapkamer van jongeren (Van Rompaey & Roe, 2001; d'Haenens et al., 2001). In 2001 had een gemiddeld Noord-Amerikaans gezin 2,4 TV-toestellen en bijna 99% van de gezinnen met kinderen had minstens één toestel in huis (Marshall, Gorely & Biddle, 2006; Roberts & Foehr, 2008). Dezelfde cijfers werden gevonden voor België en andere Europese landen, en meer specifiek voor onze case study Vlaanderen. Resultaten over privé TV-bezit geven aan dat in 2001, één op drie tieners hun eigen TV-toestel hadden en we veronderstellen dat deze cijfers alleen maar zijn toegenomen de laatste jaren (d'Haenens et al., 2001; Stevens, 2006). Amerikaanse studies (o.a. L'Engle, Brown & Kenneavy, 2006) geven zelfs een hoger cijfer aan, namelijk tweederde van de tieners zou een eigen TV-toestel hebben in de slaapkamer. Eggermont (2006: 742) stelt zelfs dat 70% van de Britse tieners een eigen TV op de slaapkamer ter beschikking zou hebben. Genderverschillen werden vastgesteld voor privé TV-bezit: jongens hebben namelijk meer toegang tot een eigen TV op de kamer dan meisjes.

Niet alleen TV is een dominant medium, ook andere 'oude' media zoals radio en vaste telefonie hebben een vaste plaats verworven in een Vlaams huisgezin (d'Haenens, Kokhuis & van Summeren, 2001). 'Nieuwe' media zoals mobiele telefonie en PC's met internettoegang hebben eveneens een plaatsje verworven binnen het gemiddelde Vlaamse gezin. Meer nog, een mobiele telefoon is een standaard object geworden in het leven van onze hedendaagse tieners. Roberts (2000) stelde in 2000 vast dat 21% van de Amerikaanse tieners een eigen privé computer hadden en dit aantal is doorheen de jaren alleen maar toegenomen door een forse prijsdaling en het mobieler worden van het medium (o.a. laptop) (Livingstone, 2001). Het is zelfs zo dat cijfers over de Vlaamse situatie (Stevens, 2006) aangeven dat het voor een gemiddelde Vlaamse tieners meer plausibel is toegang te hebben tot een eigen PC op de slaapkamer dan een TV-toestel. Meer dan 30% van (Amerikaanse) tieners heeft zelfs een PC met internetverbinding op de eigen kamer (Braun-Courville & Rojas, 2009) en dit versterkt de indruk dat de slaapkamer van hedendaagse tieners steeds meer en meer een mediarijk karakter krijgt. Net zoals gender een rol speelde bij privé TV-bezit zien we een zelfde, en significante, tendens voor toegang tot een privé computer of laptop. Jongens rapporteren namelijk meer een eigen PC ter beschikking te hebben dan meisjes (d'Haenens et al., 2001; Livingstone, 2001; Stevens, 2006). Meer zelfs, volgens Livingstone (2002) hebben meisjes vaker een *media-arme* omgeving (beperkte toegang tot verschillende privé media, cf. Livingstone, 2001) dan jongens; jongens hebben aan de andere kant meer een *mediarijke* omgeving met verschillende persoonlijke media ter beschikking. Livingstone (2002) geeft zelfs aan dat tieners deze mediarijke thuisomgeving vaak voor 'normaal' aannemen, vooral omdat de eigen kamer ook meer en meer een mediarijke omgeving wordt.

Toegang tot oude media lijkt nauwelijks beïnvloed te zijn door de sociaal economische groep waartoe gezinnen behoren, aldus d'Haenens et al. (2001). Ze merken echter op dat dit voor nieuwe media anders is: gezinnen met een hogere economische sociale status beschikken vlugger over allerlei nieuwe media(toepassingen) waardoor jongeren hier ook vlugger en langer mee vertrouwd zijn (Stevens, 2006; Roberts, 2000). Sociaal-economische status zou ook bepalend zijn voor privébezit van oude en nieuwe media op de slaapkamer. Jongeren uit

de hoogste sociaal economische groepen hebben meer toegang tot radio, stereo of PC op de eigen kamer. Ook opleidingsniveau is bepalend, want we stellen vast dat jongeren die een technische of beroepsopleiding volgen het meest over een eigen radio, stereo en TV beschikken op de kamer. Beide groepen hebben ook meer toegang tot een spelcomputer en een modem (d'Haenens et al., 2001).

Het gebruik van media is een dagelijkse, weerkerende activiteit voor jongeren, wat resulteert in het habitudeel gebruik van media – alleen of met anderen (Bonfadelli, 1993: 253). Dit mediagebruik loopt bij Amerikaanse tieners op tot meer dan zes uren per dag (Roberts & Foehr, 2008) en de toegenomen tendens van media multitasken verdubbelt dit naar ongeveer acht en een half uur per dag. Andere onderzoeken (L'Engle et al., 2006) brengen gelijkaardige cijfers naar voor en bevestigen bijgevolg dit fenomeen van dagelijks mediagebruik. Het is, volgens Roberts en Foehr (2008) niet echt verwonderlijk dat jongeren zoveel vrije tijd doorbrengen met media aangezien er ten eerste zoveel media beschikbaar zijn en er bovendien een onbeperkt aanbod aan inhoud is. We moeten echter opmerken dat het aantal uren dat jongeren aan televisiekijken spenderen de laatste vijftig jaar relatief constant is gebleven (Marshall et al., 2006). Er is bovendien geen bewijs dat het mediumtelevisie vervangen zou zijn door een ander medium. TV kijken is gedurende de laatste vijftig jaar relatief constant gebleven: tieners spenderen dagelijks iets meer dan twee uur aan het medium (Marshall, Gorely & Biddle, 2006). We stellen wel vast dat computergebruik sterk toegenomen is sinds de introductie van het medium en dat de PC de functies overneemt van andere media zoals bijvoorbeeld het lezen van een krant. Computers vervullen een ook sociale netwerkfunctie, vooral onder tieners, zie bijvoorbeeld het succes van *Facebook* en *Netlog* (Roberts & Foehr, 2008).

Het fenomeen van multitasken is afhankelijk per medium. Zo zien we dat televisie het minst gecombineerd wordt met andere media maar meer met niet-media gerelateerde activiteiten zoals eten of huiswerk maken. Als het dan toch gecombineerd wordt met andere mediagerelateerde activiteiten, is dat met muziek beluisteren, lezen, video games en e-mailen. De computer, aan de andere kant, staat centraal bij multitasken (Roberts & Foehr, 2008). Cooper en Tang (2009: 413) stellen zelfs dat “[...] the choice of television and the Internet may not function as much as an ‘either/or’ choice as an *and/because* decision. This implies that viewers/users are likely to use both the Internet *and* television *because* they will function in both different and complementary ways”.

Genderverschillen werden niet vastgesteld als mediagebruik in zijn geheel bekeken wordt, maar we zien wel dat jongens en meisjes verschillend rapporteren naargelang individuele media (Roberts & Foehr, 2008). Volgens Roe (2000) kunnen we zelfs spreken van een hiërarchische mediaordening in het leven van tieners: ‘nieuwe’ media zoals PC en internet hebben een vaste positie verworven, naast audiovisuele en printmedia. Er is geen bewijs dat televisie in verdrukking komt, dit in tegenstelling tot printmedia (o.a. het lezen van kranten). Onderzoek van d'Haenens et al. (2001) bevestigt dit: jongeren spenderen het minste tijd aan het lezen van kranten en vooral jongens zijn niet echt geïnteresseerd in het medium. Tijdschriften en magazines daarentegen zijn wel populair bij jongens en meisjes maar meisjes lezen deze frequenter en langer dan jongens, die dan weer de voorkeur geven aan strips. Algemeen gezien geven jongens (meer dan meisjes) de voorkeur aan nieuwe media en video games, terwijl meisjes chat rooms, surfen op het Web en het verzenden van e-mails prefereren (Roberts, 2000; Roe, 2000). In tegenstelling tot deze voorgaande verschillen, is er geen eensgezindheid over TV kijken. Sommige auteurs (o.a. Roe, 2000) stellen dat jongens frequenter kijken dan meisjes terwijl anderen (o.a. d'Haenens et al., 2001) aangeven dat deze activiteit niet bepaald wordt door gender. Zij vinden dat TV kijken varieert naargelang leeftijd en opleidingsniveau (Vettenburg, Elchardus & Walgrave, 2006; Gorely & Biddle, 2006). Multitasken daarentegen is wel gender-afhankelijk: meisjes zouden meer multitasken dan jongens (Roberts & Foehr, 2008).

2.2 Media-inhoud: voorkeuren

In 2001 (d'Haenens et al.) keken jongeren het meest naar VT4, dan VTM en TV1 (nu: één). TV 2 (nu: KETNET/canvas) en Ka2 (nu: 2BE) namen respectievelijk de vierde en vijfde plaats in. Meisjes keken het meest naar de private omroep VTM en de muziektzender TMF, terwijl jongens de voorkeur gaven aan de sportzender Eurosport en Ka2. Publieke zenders zouden het meest door leerlingen uit het algemeen secundair onderwijs bekeken worden. Onderzoek van Stevens (2006) gaf dan weer aan dat muziek- en commerciële zenders het populairst zijn onder jongeren. De doelgroep van deze grootschalige enquête zijn 14- tot 19-jarigen (derde tot en met zevende middelbaar secundair onderwijs). Vooral TMF, MTV, Ka2, VT4 en JIM-TV worden hierbij het vaakst genoemd. Maar, zegt Stevens (2006), met de leeftijd stijgt ook de interesse en appreciatie voor informatieve programma's zoals het nieuws en duidingprogramma's.

Jongens kiezen programma's waarin actie, avontuur en sport duidelijk aan bod komen, naast radioprogramma's, computer- en videospelletjes. Meisjes daarentegen kiezen programma's waarin romantiek en vriendschap centraal staan, zoals soaps en dramaseries (d'Haenens et al., 2001).

2.3 Ruimtelijke en sociale context van TV kijken

Zoals reeds eerder is vermeld (zie supra), hebben tieners substantiële toegang tot verschillende media in hun slaapkamer. Meer nog, over de jaren heen is de slaapkamer meer en meer op een mediarijke omgeving gaan lijken. Deze *slaapkamercultuur* is, volgens Livingstone (2002: 161) "[...] the object of concern not because it offers privacy but because it appears to isolate young people from participation in the public (i.e. disinterested) sphere." Sommigen benoemen deze hedendaagse slaapkamers als private, media-eilandjes of kleine multimedia studio's en suggereren dat dit zal leiden tot meer geprivatiseerd mediagebruik onder jongeren. Andere onderzoekers daarentegen nuanceren deze bevindingen en geven zelfs aan dat in Vlaanderen, media nog steeds vooral collectief gebruikt worden, in de familiecontext (o.a. Stevens, 2006: 193-194; d'Haenens et al., 2001, Pasquier, Buzzi, d'Haenens et al., 1998). De geprivatiseerde media-eilandjes "[...] may lead to more individual media use, but it does not lead solely to individual use" (Roe, 2000: 17). Meer dan één derde van de tieners die deel uitmaakten van de onderzoekspopulatie van d'Haenens et al. (2001) bevestigen altijd samen met andere familieleden naar TV te kijken, maar dit aantal daalt wel naarmate jongeren ouder worden. De meerderheid van tieners, 68%, geeft de voorkeur aan samen met iemand anders naar hun favoriet TV-programma te kijken, liefst een familielid (Pasquier, 2001; Livingstone, 2002). Dit betekent dat media geïntegreerd zijn in de collectieve dynamiek van het familiale leven (Roe, 2000) en dat 'familie televisie' belangrijk blijft (Livingstone, 2007). Tijdens deze familie TV-tijd, waarbij de TV letterlijk in het midden staat van of een centrale plaats inneemt in de huiskamer, komen familieleden samen en delen interesses, plezier en zelfs conflicten. Familieleden genieten er gewoon van om tijd door te brengen in elkaars gezelschap, TV kijken is één van de mogelijke manieren om hieraan te voldoen (Van den Broeck, Pierson & Lievens, 2007) en het verhoogt het aandeel van gedeelde ervaringen en interesses (Kubey & Donovan, 2001). Pasquier (2001) duidt aan dat TV kijken georiënteerd is rond routines en, tezelfdertijd, deze routines beïnvloedt. Hij stelt zelfs dat "[...] media increase the attractiveness of homes as a place of leisure and reshape the social organization of family life" (Pasquier, 2001: 162).

We zien een tendens dat genderverschillen niet significant zijn maar meisjes geven wel meer dan jongens aan hun favoriete programma in het gezelschap van anderen te bekijken, vooral met de moeder (d'Haenens et al., 2001). Jongens daarentegen geven iets meer dan meisjes de voorkeur aan individueel kijken. Onderzoek gevoerd door Pasquier et al. (1998) toont aan dat interacties rond media de banden tussen bepaalde familieleden kan versterken: een sterke moeder/dochter band kan gevonden worden rond TV, jongens spelen meer videogames met broers en een vader/zoon band is vooral gecentreerd rond de PC. De

resultaten van Bovill en Livingstone (2001) tonen dan weer aan dat tieners met een eigen TV-toestel vaker individueel naar hun favoriet TV-programma kijken en volgens deze auteurs zou dus kunnen zijn dat meer private TV-toegang ook leidt tot individueler kijkgedrag.

Door het fenomeen van de *slaapkamercultuur* worden jongeren vaker en meer blootgesteld aan mediaboodschappen. Dit loopt soms zelfs op tot één derde van de dag (Roberts, 2000) en we kunnen dus stellen dat het leven van tieners voor een groot deel gemediatiseerd is (Mastronardi, 2003). Media, en meer bepaald televisie, zijn regelmatig het onderwerp van conversaties tussen ouders en hun kinderen. Volgens Pasquier et al. (1998: 511) is "talking about media [...], of course, another important dimension of family dynamics around media." Uit onderzoek gevoerd naar Franse, Zweedse en Vlaamse tieners bleek dat Vlaamse tieners het meest over TV praten met vader of moeder. Meer nog, praten over TV blijkt een terugkerende, dagelijkse activiteit te zijn, vooral tussen meisjes en hun moeder (Pasquier, 2001; d'Haenens et al., 2001). Ouders praten vooral over TV(-programma's) met hun kinderen wanneer die geen toegang hebben tot een eigen televisie op de slaapkamer (Bovill & Livingstone, 2001). Pasquier (2001: 173) stelt zelfs dat "[...] talking to children about television appears to be a more important role of guidance than imposing restrictions on viewing". Volgens Livingstone (2002) praat de meerderheid van jongeren over media met hun vrienden en deze conversaties gaan vooral over televisie en muziek. Onder jongens zijn computerspelletjes ook regelmatig een gespreksonderwerp. Seuss, Suoninen, Garitaonandia et al. (1998) gingen dieper in op TV als gespreksonderwerp en bevestigen de integratie ervan in de sociale setting van jongeren en dit op ten minste drie manieren, namelijk (1) gemeenschappelijk gebruik, (2) gespreksonderwerpen, en (3) het versterken van relaties wat resulteert in een zekere mate van groepsidentiteit (sociale identiteit). We kunnen dus besluiten dat media een belangrijke plaats innemen in routine contacten met vrienden en familieleden (see Livingstone, 2002).

2.4 Allochtone jongeren, mediatoegang, mediabezit en mediagebruik

In Vlaanderen kwam het thema 'allochtonen en mediabezit en -gebruik' pas sinds midden jaren 1990 op de onderzoeksagenda (De Aguirre & Saeys, 1993; De Sutter & Saeys, 1996). Verschillende academici brachten het mediagebruik van allochtone jongeren (14-19 jaar) van Turkse of Marokkaanse achtergrond in kaart. Deze jongeren zijn voornamelijk tweede (of zelfs derde) generatie migranten, hebben de Belgische nationaliteit en zijn in België geboren en opgegroeid. De reden waarom onderzoekers focussen op allochtonen met Turkse en Marokkaanse roots, is omdat deze de grootste niet-Europese bevolkingsgroep vormen in Vlaanderen. Vooraleer dieper in te gaan op de bevindingen uit voorgaand onderzoek, is het belangrijk aan te geven dat de rol van etniciteit bij het mediagebruik en -bezit van allochtone jongeren sterk genuanceerd moet worden. Vooral geslacht, leeftijd en onderwijstype blijken verklarende factoren te zijn voor mediabezit, toegang en -gebruik (Milikowski, 2000; Sinardet & Mortelmans, 2006; Devroe et al., 2005). Voorzichtigheid is genoodzaakt bij de interpretatie van onderstaande resultaten aangezien 'allochtone jongeren' geen homogene groep zijn. Aandacht voor heterogeniteit en diversiteit binnen die 'groep' is noodzakelijk om een essentialisering te voorkomen.

d'Haenens, et al. (2002) en Devroe, Driesen en Saeys (2005) gaven aan dat er bij allochtone gezinnen meer TV-toestellen aanwezig zijn, terwijl computers met internet in mindere mate toegankelijk zijn. Adolescenten met Marokkaanse of Turkse achtergronden hebben dus gelijke (of zelfs grotere) toegang en bezit van televisietoestellen dan autochtonen en ze blijken ook significant frequenter televisie te kijken (in aantal uren). Bovendien is er sprake van een 'slaapkamercultuur' omdat vele respondenten aangeven een eigen, private televisie te hebben (Clycq et al., 2005). Televisie is nog steeds het meest geprefereerde en dominante medium in het leven van allochtone jongeren in Vlaanderen en wordt vooral gefrequenteerd voor entertainment en ontspanning. Vele respondenten zijn in het bezit van satellietshotels om transnationale zenders te ontvangen (onder andere Show TV, ATV, Star

TV,...). Respondenten met Turkse achtergrond kijken significant meer naar satellietzenders dan mensen met Marokkaanse achtergrond²(Devroe et al., 2005). Hierbij wijzen d'Haenens et al. (2004) op een genderverschil waarbij Arabische zenders populairder blijken bij meisjes met Marokkaanse achtergrond dan bij jongens. Bovendien bestaat er een correlatie tussen 'mate van integratie' en programmavoorkeur waarbij minder geïntegreerde respondenten significant meer Turkse of Arabische zenders kijken (cf. Nederland: Ogan, 2001; Milikowski, 2000). Clycq et al. (2005) wijzen op een generationeel verschil bij het kijken naar satellietzenders. In tegenstelling tot hun eerste generatie ouders die satellietzenders prefereren, kijken jongeren van de tweede generatie het liefst naar Vlaamse zenders. Respondenten wijzen op verschillende redenen voor het kijken naar satellietzenders. Hierbij bemerken Devroe et al. (2005) en Clycq et al. (2003) een onderscheid tussen respondenten van Marokkaanse en Turkse achtergrond. 'Marokkanen' kijken hoofdzakelijk Marokkaanse TV omdat ze de onderwerpen die er aan bod komen belangrijk vinden en omwille van kennisverwerking over hun land van herkomst (mede onder invloed van familie). Voor 'Turken' is het taalaspect het belangrijkste hoewel het vooral oudere Turkse respondenten en minder geïntegreerde jongeren zijn, die vaker Turkse TV raadplegen omwille van de taal. Verder blijkt dat Vlaamse zenders positiever beoordeeld worden dan de satellietzenders op vlak van nieuws en actualiteit. Toch zijn er ook een aantal puntjes van kritiek. Zo wijzen de respondenten op de stereotypering en de beeldvorming in het nieuws en pleiten ze voor positievere en diverse representaties (Clycq et al., 2003). Ondanks het gebruik van satellietzenders, zijn de programma- en zendervoorkeuren van allochtone jongeren gelijkaardig aan die van autochtone jongeren. Commerciële Vlaamse zenders die zich vooral op een jeugdig publiek richten (VT4, 2BE) zijn het populairst. Een gedeelde jeugdcultuur is dus een belangrijkere factor in het verklaren van TV gebruik dan 'culturele' of 'etnische' verschillen (Sinardet & Mortelmans, 2006).

Hoewel onderzoek naar de sociale en ruimtelijke kijkcontext bij allochtone jongeren ontbreekt in de literatuur, bemerkt Devroe (et al., 2005) dat ondanks het grote privébezit van televisietoestellen bij jongeren, televisie toch een groepsmedium blijft. Allochtone jongeren kijken vaak samen met broer of zus terwijl Vlaamse jongeren vaker samen met ouders kijken. Allochtone meisjes met Turkse of Marokkaanse achtergrond verkiezen, meer dan allochtone jongens, om samen met iemand anders naar televisie te kijken. Deze meisjes kijken voornamelijk samen met zus(sen) of moeder, Marokkaanse jongens kijken voornamelijk samen met hun broer. Daarenboven bleek dat Marokkaanse jongeren uit gezinnen met een lage/gemiddelde sociaal economische status vaker samen met de vader naar TV kijken (Devroe et al., 2005). Tenslotte zijn allochtone ouders minder tolerant ten aanzien van het mediagebruik van hun kinderen dan autochtone ouders. Adolescenten van Marokkaanse achtergrond (voornamelijk meisjes) worden het meeste op hun mediagebruik aangesproken. Daarnaast krijgen vooral meisjes met Turkse roots opmerkingen omtrent hun televisiegebruik van ouders alsook (autochtone en allochtone) jongeren uit het BSO en TSO (Devroe et al., 2005).

² Dit kan hoogstwaarschijnlijk verklaard worden door het feit dat het aanbod Turkse satellietzenders veel groter is dan Marokkaanse zenders. Bovendien spreken vele allochtonen van Marokkaanse origine Berbers en niet het standaard Arabisch dat op deze zenders meestal gebruikt wordt.

3. Methodologie

3.1 Dataverzameling: procedure

Als dataverzamelingsinstrument werd gebruik gemaakt van een survey met gesloten en open vragen en gestandaardiseerde schalen (zie bijlage 1). De vragenlijst was opgedeeld in zes grote blokken: mijn media en ik, mijn TV en ik, mijn favoriete TV-programma's en ik, mijn computer en ik, mijn lichaam en ik en algemene gegevens. De vragen peilden naar algemeen mediagebruik, toegang tot en bezit van TV, PC en internet, TV- en PC-gebruik, sociale en ruimtelijke kijkcontext, favoriete TV-zenders, TV-programma's en websites, gratificaties voor TV kijken, zelfbeeld, tevredenheid en belang van het eigen lichaam, seksuele oriëntatie, seksuele ervaring, en informatiezoekgedrag met betrekking tot seksualiteit. Tenslotte werd gepeild naar een aantal algemene socio-demografische gegevens zoals geslacht, leeftijd, woonplaats, onderwijstype, geboorteland, geboorteland van de ouders en grootouders, taal, geloof, opleiding en werksituatie van de ouders.

Vooraleer de vragenlijst effectief werd afgenomen, voerden we een pretest uit bij een 50-tal leerlingen uit twee klassen: een derde jaar BSO (Kortrijk) en een derde jaar TSO (Aalst) waarbij de survey werd getest op haalbaarheid in tijd en verstaanbaarheid bij de leerlingen.

Voor het samenstellen van een representatieve steekproef voor de afname van de vragenlijst, focusten we ons op de vijf Vlaamse provincies en schreven we alle scholen uit een selectie Vlaamse provinciale steden per brief aan (Oostende, Kortrijk, Dendermonde, Aalst, Mechelen, Antwerpen, Geel, Leuven, Diest, Tienen, Hasselt, Genk). Uiteindelijk beslisten 15 scholen deel te nemen aan het onderzoek (lijst met deelnemers: zie bijlage 2): vijf scholen uit het gemeenschapsonderwijs en tien scholen uit het vrije net. Voor het samenstellen van de steekproef probeerden we zoveel mogelijk een evenwicht te vinden tussen de verschillende onderwijstypes (ASO, TSO, BSO en KSO) en studiejaren (derde, vierde, vijfde en zesde leerjaar).

Samen met studenten derde bachelor uit het werkcollege 'film - en televisie studies' werden alle scholen bezocht in november 2009. De afname duurde ongeveer een 40-tal minuten. Respondenten dienden de vragenlijst schriftelijk in te vullen (paper & pencil). Volledige anonimiteit werd hierbij gegarandeerd. Als incentive werden per school 15 cinematickets verloot onder de deelnemende klassen.

Onze onderzoekspopulatie bedroeg initieel 1558 respondenten (N=1558), bestaande uit 789 jongens (50,6%) en 769 (49,4%) meisjes uit de tweede en derde graad secundair onderwijs van zowel het vrije als het gemeenschapsonderwijsnet. Onze data zijn aan de hand van een weging in overeenstemming gebracht met de actuele Vlaamse bevolking (Nationaal Bureau voor de Statistiek). Onze effectieve onderzoekspopulatie bevat enkel adolescenten van 14 tot en met 19 jaar. In onze steekproef vonden we een aantal 13- (0,1%), 20- (0,6%) en 21-jarigen (0,1%) terug, maar omwille van hun marginale aanwezigheid, om het aantal 'lege' cellen te beperken en wegens irrelevant voor onze onderzoeksvragen, besloten we deze respondenten uit de analyses te laten. Dit bracht ons op een effectieve onderzoekspopulatie van 1544 respondenten (N=1544) bestaande uit 776 jongens (50,3%) en 767 (49,7%) meisjes.

3.2 Data-analyse: procedure

Na het verzamelen van de data via de scholengemeenschappen, werden alle vragenlijsten door de studenten uit het werkcollege derde bachelor, genummerd en systematisch ingevoerd in een vooraf opgesteld codeboek via het statistisch dataverwerkingsprogramma *SPSS 15-16* en *Latent Gold 4.5*. Deze studenten volgden vooraf een codeuropleiding en het invoeren van de data gebeurde aan de hand van een controleblad en dit onder leiding van Fien Adriaens en Elke Van Damme

Na het invoeren van alle gegevens, werden de data zorgvuldig en systematisch gecleaned op basis van frequentietabellen van alle variabelen. Ook werden een aantal nieuwe variabelen (vb. leeftijd in 2009, generatie autochtoon-allochtoon, sociaal economische status, aantal uren TV in de week, aantal uren TV in het weekend, bekijken van teen series, telenovelas...) aangemaakt. Andere variabelen werden gehercodeerd. Ook werden alle gebruikte en bestaande schalen (vb. kijkmotieven, lichaam, seksuele ervaring...) getest op interne consistentie aan de hand van cronbach's α^3 .

Naast de algemene beschrijvende resultaten (percentages, centraliteitsmaten, standaard afwijkingen en varianties), keken we voor elke variabele of er relevante significante verschillen merkbaar waren voor de onafhankelijke variabelen: gender, leeftijd, onderwijstype, generatie autochtoon-allochtoon en sociaal economische status van de ouders. Dit deden we aan de hand van (afhankelijk van het meetniveau van de afhankelijke variabelen): kruistabellen, independent samples t-testen en anova-analyses waarbij percentages en gemiddelden vergeleken werden en significantieniveaus werden bepaald.

3.3 Data variabelen

Media gebruik: het mediagebruik van onze doelgroep werd gemeten aan de hand van de tijd die jongeren de vorige dag doorbrachten met de verschillende media (oude en nieuwe media). Aangezien hedendaags mediagebruik gekenmerkt wordt door multitasken, werden respondenten gevraagd om op een vijf-puntenschaal (van *1 nooit* tot *5 altijd*) aan te duiden welk type activiteit en hoeveel een bepaalde activiteit gecombineerd werd met televisiekijken (o.a. *terwijl de TV op staat, ben je dan nog met andere dingen bezig: lezen*).

Televisiekijken gratificaties: de vragenlijst bevatte een 13-item Uses & Gratifications schaal⁴ (Katz et al. 1974) die de kijkmotieven van onze respondenten in kaart bracht. Aan de hand van een PCA analyse werden deze 13 item gereduceerd tot de volgende vijf kijkmotieven: om te ontspannen, om samen met anderen te zijn, om zich te amuseren, uit verveling, omdat het spannend is en om bepaalde programma's te zien.

Ruimtelijke en sociale context: om inzicht te verwerven in welke sociale en ruimtelijke context jongeren televisie kijken, werd gevraagd of de voorkeur werd gegeven aan televisiekijken in het gezelschap van anderen en wie de controle had over de afstandsbediening. Ook werd gevraagd of ze de voorkeur gaven aan kijken in een gedeelde ruimte (vb. woonkamer) of een privé ruimte verkozen (vb. slaapkamer). We namen ook vragen op die peilden naar de favoriete TV-programma's en TV-zenders van jongeren, of ze televisieprogramma's op DVD bekijken en welke telenovelas en teen series ze bekeken of bekeken hadden.

TV talk: dit concept werd gemeten door te vragen met wie (ouders, broers of zussen, vrienden, stiefouders, voogd of lief) adolescenten praten over televisie en televisieprogramma's. Daarnaast werd ook de inhoud van deze conversaties bevraagd (vb.

³ De schaal die de tevredenheid over het eigen lichaam meet bestond bijvoorbeeld uit 13 items en heeft een cronbach's α van 0,73 (>0,70).

⁴ Voor deze 13-item U&G schaal, zie Tabel 12: Kijkmotieven volgens U&G benadering.

je praat over wat er de voorbije aflevering gebeurd is, de acteurs die de personages spelen,...).

Mijn lichaam en ik: aan de hand van een vijfpuntenschaal (van *1 nooit* tot *5 altijd*) werd aan onze respondenten gevraagd hoe tevreden ze zijn over hun eigen lichaam. Het belang van uiterlijk werd bevraagd aan de hand van een tienpuntenschaal (van 0 tot 10). Seksuele oriëntatie en seksuele ervaring werden eveneens bevraagd, maar hier kregen jongeren steeds de mogelijkheid om aan te duiden: *ik zeg dit liever niet*. We peilden ook naar het informatiezoekgedrag van jongeren, eveneens aan de hand van een vijfpuntenschaal (van *1 nooit* tot *5 altijd*).

Algemene gegevens: gender, leeftijd (aan de hand van geboortjaar) en opleidingsniveau werden opgenomen in de analyse. Andere variabelen (o.a. geboorteplaats, nationaliteit,...) werden bevraagd om achteraf onze populatie te kunnen beschrijven aan de hand van deze variabelen.

3.4 Socio-demografische gegevens van de populatie

3.4.1 Weging populatie

De driedimensionale weging gebeurde op basis van geslacht, leeftijd en onderwijstype. De wegingcoëfficiënt werd berekend op basis van de cijfers van de verdeling van de actuele Vlaamse schoolpopulatie in 2009. Deze officiële cijfers werden verkregen via het Vlaams ministerie van onderwijs (www.ondvlaanderen.be). Ten gevolge van deze weging is onze onderzoekspopulatie representatief voor de actuele Vlaamse jongerenpopulatie (Tabel 1).

VERDELING SCHOOLPOPULATIE									
	ASO		TSO		KSO		BSO		
	M	V	M	V	M	V	M	V	Totaal
Tweede graad	28669	34103	25460	18995	1036	1924	17527	14276	141990
Derde graad	24135	30305	27221	21467	1159	2072	22193	19495	148047
Totaal	52804	64408	52681	40462	2195	3996	39720	33771	290037
VERDELING IN STEEKPROEF					(Opm: zevende jaar bij derde graad gevoegd)				
	ASO		TSO		KSO		BSO		
	M	V	M	V	M	V	M	V	Totaal
Tweede graad	116	120	120	113	1	4	125	147	746
Derde graad	91	149	163	124	6	31	115	150	829
Totaal	207	269	283	237	7	35	240	297	1575
WEGINGSCOËFFICIËNTEN									
	ASO		TSO		KSO		BSO		
	M	V	M	V	M	V	M	V	
Tweede graad	1,3421	1,5433	1,1521	0,9128	5,6258	2,6120	0,7614	0,5274	
Derde graad	1,4402	1,1045	0,9069	0,9401	1,0490	0,3630	1,0480	0,7058	
VALIDATIE (ABSOLUUT)									
	ASO		TSO		KSO		BSO		
	M	V	M	V	M	V	M	V	Totaal
Tweede graad	156	185	138	103	6	10	95	78	771
Derde graad	131	165	148	117	6	11	121	106	805
Totaal	287	350	286	220	12	21	216	184	1576
VALIDATIE (RELATIEF)									
	ASO		TSO		KSO		BSO		
	M	V	M	V	M	V	M	V	Totaal
Tweede graad	9,8985	11,739	8,7564	6,5355	0,3807	0,6345	6,0279	4,9492	48,9524
Derde graad	8,3122	10,470	9,3909	7,4239	0,3807	0,6980	7,6777	6,7259	51,1111
Totaal	18,211	22,209	18,147	13,959	0,7614	1,3325	13,706	11,675	100,063

Tabel 1: Drie-dimensionale weging onderzoekspopulatie

3.5 Beschrijving socio-demografische gegevens

3.5.1 Geslacht

Onze onderzoekspopulatie bestaat uit 49,3% meisjes en 50,7% jongens (N=1544).

3.5.2 Onderwijsnet en onderwijstype

34,8% van de ondervraagde jongeren behoort tot het gemeenschapsonderwijs, 65,2% volgt les in een school van het vrije onderwijsnet. 40,6% van de bevroagde jongeren volgt een algemeen secundaire opleiding (ASO), 32,2% TSO (Technisch secundair onderwijs), 25,4% zit in het BSO (Beroeps secundair onderwijs) en 1,7% in het KSO (Kunst secundair onderwijs).

Van de jongens uit de sample volgt 36,1% ASO, 36,1% TSO, 27,2% BSO en 0,7% KSO. Voor de meisjes uit onze sample geldt dat 45,2% ASO volgt, 28,3% TSO, 23,7% BSO en 2,8% KSO. Door de wegingsprocedure komt dit overeen met de actuele Vlaamse schoolpopulatie (Tabel 2).

	ASO	TSO	BSO	KSO	Totaal
Meisje	45,2%	28,3%	23,7%	2,8%	100%
Jongen	36,1%	36,1%	27,2%	0,7%	100%

Tabel 2: Verdeling gender-onderwijstype voor onderzoekspopulatie

3.5.3 Studiejaar en onderwijsgraad

	Percentage Leerjaar	Onderwijsgraad	Percentage Graad
Derde middelbaar	19,5%	Tweede graad	47,7%
Vierde middelbaar	28,2%	Tweede graad	
Vijfde middelbaar	27,3%	Derde graad	52,3%
Zesde middelbaar	24,8%	Derde graad	
Zevende middelbaar	0,2%	Derde graad	

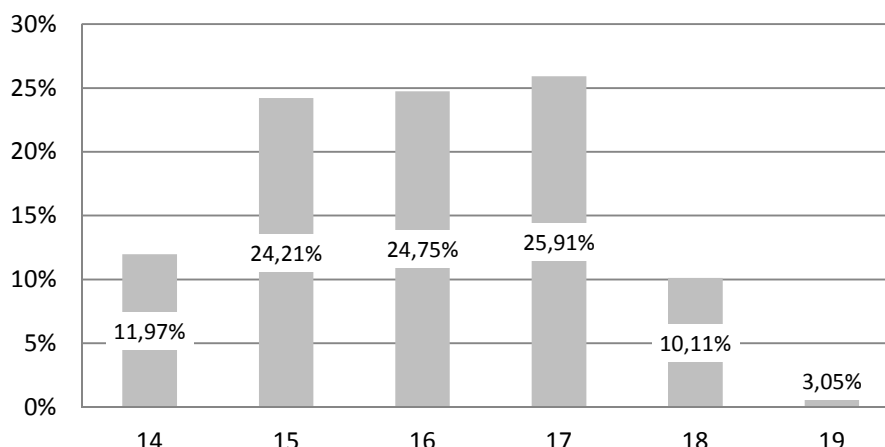
Tabel 3: Studiejaar en onderwijstype

Voor de analyses werden leerlingen uit het zevende middelbaar samengenomen met de leerlingen uit het zesde. Onze onderzoekspopulatie bestaat met andere woorden uit 47,7% leerlingen uit de tweede graad en 52,3% derde graad. De gemiddelde leeftijd van leerlingen uit de tweede graad is 15,95 (SD=1,29), leerlingen uit de derde graad hebben een gemiddelde leeftijd van 16,23 (SD=1,35) (Tabel 3).

3.5.4 Leeftijd in 2009

Zoals in het methodologische luik aangegeven, lieten we de 13-, 20- en 21-jarigen uit de analyses omwille van hun marginale aanwezigheid in de dataset en het irrelevante karakter in functie van de onderzoeksvraag. 12% van de populatie (N=1544) is 14 jaar op het moment van de afname van de vragenlijst, 24% is 15 jaar, 25% is 16, 26% is 17, 10% is 18 jaar en 3% is 19 jaar. De gemiddelde leeftijd bedraagt $\bar{x}=16,09$ (SD=1,325-N=1544). Er zijn geen significante verschillen tussen meisjes en jongens voor wat gemiddelde leeftijd betreft in onze steekproef ($t(1542)=0,16$ - $p=0,873$) (Figuur 1).

Leeftijd in 2009, moment van afname



Figuur 1: Leeftijd in 2009

3.5.5 Autochtoon-allochtoon

92,9% van onze onderzoekspopulatie heeft een Belgische identiteitskaart, 7,1% geeft aan van niet. De verdeling autochtoon-allochtoon (eerste, tweede, derde generatie) werd verkregen door het aanmaken van een nieuwe variabele 'generatie'. Deze variabele werd berekend op basis van een aantal variabelen: geboorteland respondent, geboorteland ouders en geboorteland grootouders en is in overeenstemming met de definitie van 'allochtoon' van het *Centrum voor gelijke kansen en racismebestrijding*. Respondenten die zelf in België geboren zijn en waarvan beide ouders en beide grootouders in België of een andere Europees land (EU) geboren zijn, werden aan de categorie autochtoon (0) toegekend. Jongeren die aangaven niet in België geboren te zijn en waarvan beide ouders en grootouders niet in België of een ander Europees land (EU) werden geboren zijn eerste generatie allochtonen (1). Jongeren die zelf in België maar één van beide ouders en allebei de grootouders niet in België of een ander Europees land (EU) werden geboren, behoren tot de categorie van tweede generatie allochtonen (2). Jongeren die zelf en wiens beide ouders in België of een ander Europees land (EU) werden geboren, maar wiens grootouders uit een niet-Europees land afkomstig zijn, werden ingedeeld onder de categorie: derde generatie allochtonen (3).

Van onze respondenten is 88% is autochtoon, 12% is allochtoon waarvan 4,5% tot de eerste generatie behoort, 6,7% tot de tweede generatie en 0,8% tot de derde generatie. Deze verdeling komt ook overeen met de verdeling in de actuele Belgische bevolking.

93,1% van de respondenten is geboren in België, 0,7 % in Duitsland, 0,6% in Rusland, 0,3% in Marokko en 0,3% in Turkije.

85,5% van de vaders van onze respondenten is geboren in België, 0,8% in Duitsland, 1,2% in Frankrijk, 2,2% in Marokko en 2,0% in Turkije. 87,2% van de moeders van de respondenten is in België geboren, 1,6% in Marokko, 1,8% in Turkije en 0,9% in Nederland. Van de grootouders langs vaders kant is 80,7% afkomstig uit België, 1,2% uit buurland Frankrijk, 1% uit Italië, 2,3% uit Marokko en 2,2% uit Turkije. Van de grootouders langs moeders kant is 78,2% afkomstig uit België, 2% uit Turkije en 1,8% uit Marokko.

Verder peilden we naar welke taal thuis het meeste gesproken wordt, hierbij maakten we een onderscheid tussen het spreken met vader, moeder of broers en zussen. Omdat de respondenten in een open categorie moesten antwoorden zijn exacte percentages niet evident aan te duiden omdat blijkt dat vele respondenten meerdere talen met zowel vader,

moeder als broers en zussen spreken, daarom zijn volgende cijfers enkel een benadering. De belangrijkste talen die met de ouders gesproken worden zijn Nederlands (meer dan 82%), Frans (ongeveer 3%), Engels (1,5%), Arabisch (1,3%), Turks (1,7%), Marokkaans (0,7%), Berbers (0,6%).

3.5.6 Geloof

Geloof werd gemeten aan de hand van een ja-nee en een open vraag: *'geloof je' (ja/nee) 'en zo ja, tot welke godsdienst behoort je?'* Van alle bevraagde jongeren geeft 56,2% aan niet te geloven, 43,8% zegt van wel. Als we verder vroeger (via een open vraag die we achteraf hercodeerden naar een aantal categorieën van gevestigde godsdiensten) naar *'waarin ze dan geloofden'*, bleek dat 76,2% van de gelovigen de Rooms-katholieke godsdienst aanhangt, 2% is protestants, 13,8% is moslim (Islam), 0,1% Orthodox joods, 0,6% Boeddhistisch, 0,1% Hindu, 0,8% behoort tot Jehova's getuigen, 0,3% tot de mormoonse kerk. 0,5% zegt geen godsdienst te hebben en 5,6% categoriseerden we onder *'andere'* (zoals reïncarnatie, zedenleer, wicca, satanisme,...).

3.5.7 Provincie

De variabele provincie werd opgemaakt aan de hand van de hoofdverblijfplaats (postcode) van de respondenten. 22,5% van de respondenten is afkomstig uit de provincie West-Vlaanderen, 21,3% uit Oost-Vlaanderen, 19,2% uit Antwerpen, 17,1% uit Vlaams-Brabant, 16,3% uit Limburg en 3,5% uit het Brussels Hoofdstedelijk Gewest.

3.5.8 Sociaal-economische status ouders

Om de sociaal-economische status (kortweg: SES) van de ouders te bepalen, baseerden we ons op de internationaal erkende sociologische ISCO88-schaal (the 1988 International Standard Classification of Occupations) die een hercodering naar SES toelaat. Om de ouders van de respondenten een ISCO88-code toe te kennen werd vraag 52 *'Wat is precies het huidige of laatst uitgeoefende beroep van je moeder en vader, geef een zo nauwkeurig mogelijke omschrijving van dit beroep'* in rekening gebracht. Deze informatie werd letterlijk overgenomen in het statistische programma SPSS, om nadien gehercodeerd te worden volgens de ISCO-88 labels. Indien uit de aangereikte informatie onmogelijk het niveau van de opleiding kon bepaald worden, werd steeds de voorkeur gegeven aan het hoogste opleidingsniveau. Deze ISCO-88 labels werden vervolgens gehercodeerd, naar de Erikson & Goldthorpe class strategies (kortweg EGP) wat ons een overzicht gaf van de sociaal-economische status van beide ouders (Ganzeboom, 1996). Deze 11 klassen werden ten slotte, om het geheel werkbaar te maken, herleid naar volgende classificatie met drie hoofdeenheden (Erikson & Goldthorpe, 1993: 36): **bedienden, intermediair tewerkgestelden en arbeiders**. Goldthorpe (1993) maakte hiervoor een onderscheid tussen handenarbeid en hoofdarbeid. Het gaat hierbij niet zozeer om het onderscheid in het soort werk, maar wel om het statuut van de arbeider in vergelijking met het statuut van een bediende. Onderstaande tabel (Tabel 4) geeft een overzicht van welke functies tot welke categorie behoren en wat de tewerkstellingsrelatie is (Vincke, 2002, p. 224).

Bedienden	I Hogere kaders, beheerders, ambtenaren in grote industriële ondernemingen, grote eigenaars	Werkgever of dienstenrelatie vb. general manager
	II Lagere kaders, beheerders, ambtenaren hoger technisch geschoold, managers van kleine bedrijven, opzichters van bedienden	Dienstenrelatie vb. burgerlijk ingenieur, architect
Intermediair	IIIa Bedienden die niet manueel routinewerk verrichten in administratie en handel	Intermediair vb. boekhouder, bibliothecaris
	IIIb Bedienden die niet manueel routinewerk verrichten, lagere graden	Intermediair vb. secretaresse
	IVa Kleine eigenaars en zichzelf te werk stellende ambachtsslui met personeel	Werkgever vb. sleutelmaker met personeel
	IVb Kleine eigenaars en zichzelf te werk stellende ambachtsslui	Zelfstandige vb. schoenmaker
	IVc Boeren en kleine landhouders, zichzelf te werk stellende landarbeiders	Arbeidscontract of zelfstandig vb. loondorser
	V Lagere graad technici, opzichters van handarbeiders	Intermediair vb. ploegbaas bij straatwerken
Arbeiders	VI Geschoolde handarbeiders	Arbeidscontract vb. lasser, kok
	VII Half geschoolde en ongeschoolde handarbeiders	Arbeidscontract vb. bagageopzichter, schoonmaker
	VIII Landarbeiders	Arbeidscontract

Tabel 4: Classificatie SES van Erikson & Goldthorpe, 1993

In ons onderzoek deelden we de ouders van de jongeren op in bovenstaande drie categorieën. Een vierde categorie zijn de missings: dit zijn moeders of vaders die niet actief zijn op de arbeidsmarkt, werkonbekwaam zijn of van wie de gegevens ontbraken om ze een ISCO88 score toe te kennen en bijgevolg in een categorie onder te brengen (user missings) (Tabel 5).

	Arbeiders	Intermediair tewerkgestelden	Bedienden	Missings	Totaal
Vader	19,5%	33%	37,4%	10,2%	100%
Moeder	17 %	40,3%	32,1%	10,6%	100%

Tabel 5: Verdeling SES onderzoekspopulatie

Verder peilden we ook naar het hoogst behaalde diploma van de moeder, dat ook een indicator is van de SES. 0,9% van de moeders heeft geen onderwijs gevolgd, 1,3% haalde een diploma lager onderwijs, 2,2% volgde lager BSO-onderwijs, 1,4% lager TSO-onderwijs, 0,1% lager KSO-onderwijs en 1,2% lager ASO. 8,1% haalde een hoger BSO-diploma, 11,1% een hoger TSO-diploma, 0,9% een hoger KSO-diploma en 8,3% een hoger ASO-diploma. 17% van de moeders heeft een hoger niet-universitair diploma op zak, 15% een hoger universitair diploma. 32,6% van de jongeren geeft aan niet te weten welk diploma zijn of haar moeder heeft.

37,4% van de vaders van de jongeren is bediende, 33% is intermediair tewerkgesteld, 19,5% is arbeider, 10,2% is missing. 0,7% van de vaders volgde geen onderwijs, 1,0% heeft een diploma lager onderwijs, 2,5% een lager BSO-diploma, 1,8% volgde lager TSO, 0,1% lager

KSO en 1,3% lager ASO. 6,9% van de jongeren rapporteert dat hun vader een hoger BSO-diploma heeft, 13,4% een hoger TSO-diploma, 0,9% een hoger KSO-diploma en 5,7% een hoger ASO-diploma. 10,6% van de vaders volgde hoger niet-universitair onderwijs, 18% hoger universitair onderwijs. 37,1% van de jongeren weet niet welke opleiding hun vader afrondde.

In verdere analyses waarbij de significantie werd getest voor SES moeder of vader, werden alle system en user missings (99) in sociaal economische status moeder of vader uit de analyse gelaten om 'lege cellen' te vermijden en aan alle analysevoorwaarden te kunnen voldoen. Dit komt neer op een totaal van 1387 geldige cases voor sociaal-economische status vader en 1379 voor sociaal-economische status moeder.

4. Resultaten

4.1. Mediabezit

4.1.1 Een eigen TV?

Het aantal beschikbare televisietoestellen werd bevraagd aan de hand van de vragen 'Hoeveel TV's hebben jullie thuis? (kruis aan)' en 'Heb je een eigen TV op je kamer? (kruis aan)'.

Hedendaagse jongeren leven in een 'multi-TV-set omgeving': we stellen vast dat er gemiddeld 2,54 TV-toestellen aanwezig zijn per gezin ($x=2$). Er is een significant verschil ($F(2)=6,39 - p=0,00$) merkbaar wat betreft het aantal televisie sets en de variabele generatie allochtoon/autochtoon. De eerste generatie ($M=2,06$, $SD=1,09$) heeft beduidend minder TV's dan de tweede generatie ($M=2,65$, $SD=1,12$) en autochtonen ($M=2,56$, $SD=1,19$). Het opnemen van de sociaal-economische status van de moeder in de analyse levert eveneens significante verschillen op ($F(2)= 3,66 - p=0,03$). Jongeren waarvan de moeder behoort tot de groep 'arbeiders' hebben gemiddeld 2,7 TV-toestellen thuis, 'intermediair tewerkgestelden' 2,49 en 'bedienden' 2,48. Significante verschillen werden geregistreerd voor de groep 'arbeiders' versus 'intermediairen' en 'bedienden'. De sociaal economische status van de vader levert geen significante resultaten op ($p=0,80$).

49,1% of bijna één op twee Vlaamse jongeren heeft een eigen televisie op de slaapkamer. Deze cijfers zijn bovendien gender-gerelateerd: jongens hebben significant meer ($Chi^2(1)=24,73 - p= 0,00$) een eigen TV-toestel ter beschikking dan meisjes (55,3% versus 42,9%). Het valt ook op dat hoe ouder jongeren worden, hoe groter de kans wordt op een eigen TV-toestel. Onderwijstype is eveneens een bepalende factor voor TV-bezit: zo hebben leerlingen uit het BSO gemiddeld het vaakst (63,4%) een eigen TV op de kamer. Daarna volgen TSO (51,2%), ASO (39,3%) en KSO (30,8%) ($Chi^2(3)= 60,42 - p=0,00$). Voor wat betreft de variabele generatie allochtoon zijn geen significante verschillen vast te stellen voor de toegang tot een eigen televisie ($Chi^2(2)= 3,30 - p=0,19$). De sociaal economische situatie van zowel moeder ($Chi^2(2)=13,13 - p=0,00$) als vader ($Chi^2(2)=12,44 - p=0,00$) opnemen in de analyse, levert significante resultaten op. Jongeren wiens moeder behoort tot de arbeiders geven in 55,9% van de gevallen aan een eigen TV te hebben, als de moeder bediende is daalt dit aantal tot 42,5%. Intermediair tewerkgestelden hebben in 49,6% van de gevallen een TV op de slaapkamer. Is de vader van de jongere arbeider, dan geeft de jongere in 55,4% van de gevallen een eigen TV-toestel op de kamer, tegenover 43,8% van de jongeren wiens vaders een bediende-statuuut heeft. Voor intermediair tewerkgestelden is dit 51,6%. We kunnen besluiten dat jongeren meer toegang hebben, tot TV als moeder en vader arbeiders zijn.

4.1.2 Kabel – digitaal – satelliet

95% van de gehele Vlaamse bevolking heeft een kabelabonnement en bijna twee op drie (61,1%) heeft toegang tot digitale televisie. Ruim 17% heeft een schotelantenne ter beschikking. Allochtonen hebben evenveel toegang tot kabel- en digitale televisie als autochtonen (geen significante verschillen) maar er zijn wel significante verschillen tussen allochtonen en autochtonen ($p=0,00$) voor wat betreft het bezit van een schotelantenne. Slechts 11,4% van de autochtonen heeft een schotelantenne, tegenover 53,1% van de eerste generatie en meer dan 67% van de tweede generatie allochtonen.

4.1.3 Mijn computer en ik

Aan de hand van vraag 24 (Hoeveel computer of laptops hebben jullie thuis?), 25 (Kunnen jullie thuis surfen op het internet?), 26 (Heb je een eigen computer of laptop op je

slaapkamer?) en 27 (Kan je met je eigen computer of laptop surfen op het internet?) werd gepeild naar het computerbezit van Vlaamse jongeren.

Een Vlaams gezin heeft gemiddeld 2,66 computers ter beschikking ($M=3 - SD=1,07$). We vonden geen significante verschillen als we de variabele gender in rekening namen, idem voor de variabele leeftijd. Wat betreft onderwijstype valt op dat leerlingen uit het BSO significant minder PC's thuis hebben dan leerlingen uit andere onderwijstypes ($F(3)=5,64 - p=0,00$). Zowel de sociaal economische status van vader als moeder levert significante verschillen op. Voor beide ouders geldt dat intermediair tewerkgestelden en bedienden het meest PC's of laptops hebben; arbeiders komen dan weer meer voor in de groepen met een lager aantal computers (Tabel 6).

Descriptives

Hoeveel computers of laptops hebben jullie thuis?

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ASO	630	2,7321	1,06826	,04256	2,6485	2,8156	,00	4,00
TSO	501	2,7258	1,07383	,04795	2,6316	2,8201	,00	4,00
BSO	396	2,4753	1,06941	,05373	2,3697	2,5809	,00	4,00
KSO	27	2,7860	1,00265	,19260	2,3901	3,1818	1,00	4,00
Total	1555	2,6656	1,07406	,02724	2,6121	2,7190	,00	4,00

Tabel 6: PC-bezit per huishouden

Autochtonen hebben significant ($F(2)=15,85 - p=0,00$) meer PC's in huis ($M=2,72$) dan jongeren van de eerste ($M=2,18$) of tweede generatie ($M=2,28$).

Slechts 7,1% heeft geen internetverbinding thuis, wat wil zeggen dat bijna 93% van de Vlaamse jongeren wél kan surfen op het internet (met de familiecomputer). Gender, generatie allochtoon en sociaal economische status van vader zijn hier geen bepalende factoren, in tegenstelling tot onderwijstype en de sociaal economische status van de moeder). Alle leerlingen uit het KSO hebben een internetverbinding thuis, maar deze sample bestaat slechts uit 27 respondenten. Leerlingen uit het BSO hebben het meest kans om thuis te surfen: 96,2% heeft toegang thuis, TSO-leerlingen geven in 92,6% van de gevallen aan toegang te hebben en ASO-leerlingen 90,8% ($Chi^2(3)=12,91 - p=0,01$). De moeders van Vlaamse jongeren die niet kunnen surfen op het internet behoren vooral tot de groep intermediair tewerkgestelden en bedienden ($Chi^2(2)=6,46 - p=0,04$).

4.1.4 Een eigen PC?

Zes op tien Vlaamse jongeren heeft een eigen PC op de kamer, al is het relevant op te merken dat jongens significant ($Chi^2(1)=21,27 - p=0,00$) meer een eigen computer bezitten dan meisjes (64,7% versus 53,2%). Ook leeftijd is een bepalende factor: hoe ouder men wordt, hoe meer toegang tot een eigen PC op de kamer (Tabel 7).

Crosstab										
			Leeftijd in jaren in 2009, moment van afname						Total	
			14	15	16	17	18	19		
Heb je een eigen pc of laptop op je slaapkamer?	nee	Count	92	183	153	149	41	11	629	
		% within Heb je een eigen pc of laptop op je slaapkamer?	14,6%	29,1%	24,3%	23,7%	6,5%	1,7%	100,0%	
		% within Leeftijd in jaren in 2009, moment van afname	50,8%	49,2%	40,2%	37,6%	26,3%	23,9%	41,1%	
		% of Total	6,0%	11,9%	10,0%	9,7%	2,7%	,7%	41,1%	
	ja	Count	89	189	228	247	115	35	903	
		% within Heb je een eigen pc of laptop op je slaapkamer?	9,9%	20,9%	25,2%	27,4%	12,7%	3,9%	100,0%	
		% within Leeftijd in jaren in 2009, moment van afname	49,2%	50,8%	59,8%	62,4%	73,7%	76,1%	58,9%	
		% of Total	5,8%	12,3%	14,9%	16,1%	7,5%	2,3%	58,9%	
		Total		181	372	381	396	156	46	1532
		% within Heb je een eigen pc of laptop op je slaapkamer?	11,8%	24,3%	24,9%	25,8%	10,2%	3,0%	100,0%	
% within Leeftijd in jaren in 2009, moment van afname		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
% of Total		11,8%	24,3%	24,9%	25,8%	10,2%	3,0%	100,0%		

Tabel 7: Privébezit PC en leeftijd

Nadat we onderwijstype opnamen in de analyse, bleek ook hier een significant verschil duidelijk. Leerlingen uit het KSO hebben het meest een eigen PC of laptop (66,7%), gevolgd door leerlingen uit het BSO (63,2%), TSO (60,8%) en ASO (54,6%). Generatie allochtoon blijkt dan weer geen bepalende factor te zijn. Sociaal economische status van moeder of vader leverde eveneens geen significante verschillen op.

Van alle jongeren die een eigen PC hebben, heeft 88,3% ook toegang tot het internet met deze eigen PC. Gender levert ook hier een significant ($\chi^2(1)=7,23 - p= 0,01$) verschil op: jongens hebben significant meer (90,8%) toegang tot het internet dan meisjes (85,2%). Alle overige variabelen leveren geen significant verschil op.

4.1.5 Downloaden en livestreaming

Livestreaming

De respondenten werden gevraagd of ze wel eens clipjes van TV-programma's op internet bekijken (bvb. een clipje uit *The Simpsons* op YouTube, herbekijken van *Temptation Island* op de site van VT4) en welke TV-programma's dit dan zijn. Meer dan de helft (57,6%) van de Vlaamse jongeren kijkt wel eens clipjes van TV-programma's op het internet. Vooral Amerikaanse programma's zoals *South Park* of *The Simpsons* zijn populair, maar ook Vlaamse programma's (*Man bijt hond*, *Neveneffecten*,...) worden online (her)bekeken. Daarnaast zijn sportfragmenten, muziek en grappige clipjes enorm in trek bij de jongeren. Genderverschillen blijken significant te zijn: jongens bekijken significant meer dan meisjes (64,1% versus 51%) clipjes op het internet. De variabelen leeftijd, generatie en onderwijstype leveren geen significante verschillen op. De combinatie van onderwijstype en gender daarentegen wel. ASO- en TSO-jongens bekijken significant meer clipjes van TV-programma's op het internet dan meisjes.

Downloaden

Voor dit onderzoek waren we vooral geïnteresseerd of Vlaamse jongeren TV-programma's downloaden. Dit werd bevraagd aan de hand van vragen 30 en 31, namelijk *Download je wel eens TV-programma's op je computer?* en *Welke TV-programma's download je wel eens?*

Drie op vier Vlaamse jongeren geeft aan geen TV-programma's te downloaden. De overige 25% downloaden vooral films en Amerikaanse series zoals *South Park*, *The Simpsons*, *Lost* en *One Tree Hill*. We merken wel op dat jongens significant meer downloaden dan meisjes, respectievelijk 25,2% tegenover 14,2% van de Vlaamse meisjes. Onderwijstype leverde ook significante verschillen op ($\chi^2(3)=14,58 - p= 0,00$): jongeren uit het ASO downloaden significant meer TV-programma's dan jongeren uit andere richtingen. Ook de variabele leeftijd brengt significante verschillen aan het licht. Algemeen kunnen we stellen dat hoe ouder jongeren worden, hoe meer ze aangeven TV-programma's te downloaden.

4.1.6 Surfgedrag

Jongeren werden gevraagd naar welke websites ze het meest surfen. Algemeen leverde dit deze top drie op:

1. Youtube (20,6%)
2. Netlog (16,4%)
3. Facebook (14,8%)

Het belang van sociale netwerksites in het leven van jongeren valt duidelijk op. Dit belang komt nog meer naar voren nadat we de websites groeperen per 'categorie website'. De top vier ziet er dan als volgt uit:

1. Sociale netwerksites (31,4%)
2. Youtube (20,6%)
3. Zoekmachines (vooral www.google.be) (14,3%)
4. Email (belangrijkste www.hotmail.com) (13%)

Deze top vier blijft ongeveer gelijk als we gender opnemen in onze analyse, enkel het belang van de verschillende soorten websites verschilt. Het valt duidelijk op dat meisjes veel meer bezig zijn met sociale netwerksites en het verzenden van emails dan jongens (cf. infra: TV-gebruik in context) (Tabel 8).

Jongens	Meisjes
1. Sociale netwerksites (26,1%)	1. Sociale netwerksites (36,8%)
2. Youtube (20,8%)	2. Youtube (20,4%)
3. Zoekmachines (14%)	3. Email (15,6%)
4. Email (9,4%)	4. Zoekmachines (14,6%)

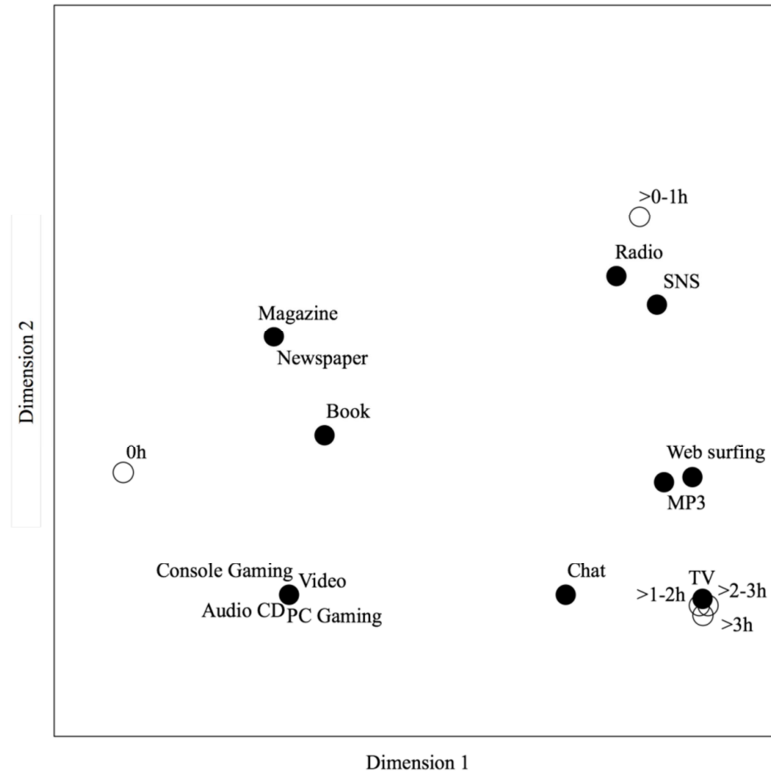
Tabel 8: Top vier favoriete websites per gender

4.2. TV-gebruik in context...

4.2.1 Televisie in de context van algemeen mediagebruik

Aan de hand van de eerste vraag wilden we inzicht krijgen in de plaats die TV inneemt in het alledaagse mediagebruik van jongeren. Daarom werden de respondenten gevraagd hoeveel tijd ze 'gisteren' besteed hadden aan verschillende media. Op de verkregen data werd een multidimensionale unfolding procedure (PREFSCAL) toegepast die een parsimonious model genereerde (Young's S-Stress= 0,00 - Dispersion Accounted For= 1,00). Figuur 2 is gebaseerd op de relatieve frequenties van mediagebruik in de totale steekproef. De relatieve afstand tussen een medium en een frequentie categorie reflecteert de proportie tieners die rapporteerden de dag voordien een specifiek medium voor een gegeven tijdsspanne gebruikt te hebben.

De resultaten tonen aan dat TV kijken het populairste medium is voor de onderzoekspopulatie: 9,1% keek geen TV de dag voordien, 25,8% keek nul-een uur, 34,3% een-twee uur, 16,3% twee-drie uur en 14,4% keek drie uren of meer. Daar tegenover staan activiteiten met betrekking tot printmedia zoals het lezen van magazines (67%), de krant (68%) en boeken (68%) die duidelijk gesitueerd zijn in de nabijheid van nul uren. Toch geeft één derde tot één vierde van de populatie aan dat ze gelezen hebben de dag ervoor. Video gaming op zowel PC als spelconsole blijkt zeldzaam te zijn: respectievelijke 65% en 78% van de sample gamede niet de dag ervoor. Een harde kern van 5-9% speelde dan weer wel meer dan twee uren. 43% luisterde maximum een uur naar de radio, terwijl 53% een MP3-speler gebruikte voor een tijdsspanne van >nul-twee uren. Weinig verrassend is de bevinding dat 40% van de steekproef surfte op het Web en sociale netwerksites raadpleegde voor >nul-een uur per dag.



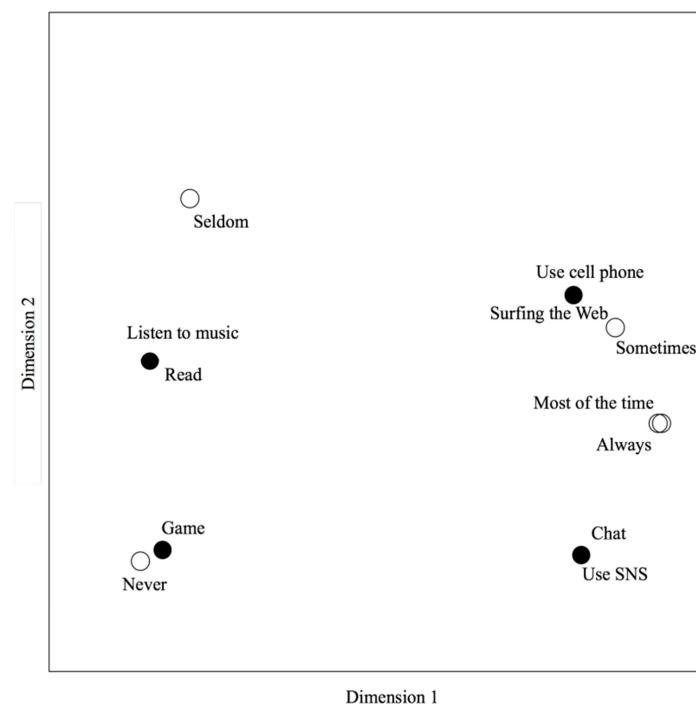
Figuur 2: Parsimonious model: TV in de context van het algemene mediagebruik

Gender

Wat betreft gender, spenderen jongens significant meer tijd aan het lezen van kranten ($U = 229769 - p < 0,005$), en dit in tegenstelling tot voorgaand onderzoek dat aantoonde dat het lezen van kranten weinig populair is onder jongens. Jongens spenderen ook significant meer tijd aan het luisteren naar MP3-spelers ($U = 422125 - p < 0,001$), PC spelletjes ($U = 175060 - p < 0,001$), console games spelen ($U = 187202 - p < 0,001$) en surfen op het Web ($U = 236691 - p < 0,05$). Aan de andere kant spenderen meisjes meer tijd aan het lezen van magazines ($U = 210941 - p < 0,001$), het luisteren naar de radio ($U = 224981 - p < 0,005$) en het raadplegen van sociale netwerksites ($U = 226179 - p < 0,001$). Andere activiteiten, zoals TV kijken, verschillen niet qua gender.

4.2.2 Multitasking

Zoals aangegeven in de inleiding van dit onderzoeksrapport en aangetoond in de literatuur, is hedendaags mediagebruik duidelijk gekenmerkt door het gelijktijdig gebruiken van verschillende media op hetzelfde moment, kortweg multitasking genoemd. We verkregen informatie over het multitasking gedrag van jongeren door de vraag *Terwijl de TV op staat, ben je dan nog met andere dingen bezig?* (Kruis aan: nooit – zelden – soms – meestal – altijd). De data uit onze survey, ingepast in een additioneel model (Young's S-Stres = 0,0000104 - Dispersion Accounted For=1,00) bevestigen dit fenomeen. Terwijl de meerderheid van de respondenten aangeeft TV nooit te combineren met activiteiten als gaming (52%), lezen (49%) en muziek beluisteren (48%), worden andere activiteiten zoals het gebruik van een GSM (29%), online chatting (22%), surfen op het Web (24%) en het gebruik van sociale netwerksites (21%) meestal gecombineerd met TV kijken. Meer nog, maar liefst 17% claimt altijd een GSM te gebruiken bij het TV kijken.



Figuur 3: Additioneel model: TV en multitasking

Het valt bovendien ook op dat de invulling van dit multitasking gedrag genderbepaald is. Meisjes combineren TV kijken met lezen ($U = 181159 - p = 0,00$), sociale netwerksites ($U = 224933 - p = 0,00$) en mobiele telefonie ($U = 202565 - p = 0,00$). Jongens, aan de andere kant, geven aan meer te gamen tijdens TV kijken ($U = 168171 - p = 0,00$).

4.2.3 TV Attendance

TV attendance van jongeren werd bevraagd aan de hand van vraag 6 van onze enquête, namelijk *Als je televisie kijkt, hoeveel uur/uren kijk je dan gewoonlijk? (kruis aan per dag)*.

Maandag tot en met vrijdag

Tijdens de week kijken Vlaamse jongeren gemiddeld 2,09 uur TV. Gender blijkt hierbij geen bepalende factor te zijn, onderwijstype wel. Significante verschillen kunnen gerapporteerd worden voor leerlingen uit het ASO ($M=1,87$) en BSO ($M=2,57$), tussen TSO ($M=1,99$) en BSO en ten slotte tussen KSO ($M=1,64$) en BSO. Leerlingen uit het KSO kijken het minst televisie per week, gevolgd door ASO- en TSO-leerlingen. Leerlingen uit het BSO kijken het meest TV tijdens de week.

Uit de One-way Anova met Scheffe test kunnen we concluderen dat er significante verschillen ($F(5)=5,48 - p=0,00$) bestaan tussen de verschillende leeftijdsgroepen. Het kijkgedrag in de week verschilt significant voor 15- en 17-jarigen ($M= 2,24$ versus $M=1,91$ uur/dag) en tussen 16- en 17-jarigen ($M=2,23$ versus $M=1,91$ uur/dag). We kunnen hier besluiten dat de jongere leeftijdsgroepen significant meer naar TV kijken dan de oudere leeftijdsgroepen.

Er zijn geen verschillen tussen allochtone en autochtone jongeren onderling voor wat betreft aantal uren TV kijken in de week.

Net zoals in de academische literatuur tot uiting komt, blijkt de SES van de ouders een bepalende factor te zijn voor 'aantal uur televisie per dag' waarbij in gezinnen met een 'lagere' SES meer TV gekeken wordt dan in gezinnen waarbij de ouders een hogere SES hebben (vb. Cooper & Tang, 2009, p. 405). Ook wij vonden significante verschillen terug tussen de sociale klassen van de ouders en het zelfgerapporteerd aantal uur TV kijken in respectievelijk de week en het weekend. Hierbij blijken kinderen van wie de moeder arbeider is ($M=2,33$) meer TV (in aantal uren) op een weekdag te kijken dan kinderen van moeders die intermediair tewerkgesteld ($M=2,08$) of bediende ($M=1,92$) zijn ($F(3)=8,29 - p=0,00$). Ook voor aantal uur TV op een weekenddag, vonden we significante verschillen terug voor wat SES moeder betreft. Opnieuw bleek dat kinderen van moeders met een arbeidersstatus significant meer TV kijken in het weekend ($M=2,78$) dan kinderen van wie de moeder intermediair tewerkgesteld ($M=2,54$) of bediende ($M=2,41$) is ($F(3)=5,17 - p=0,001$). Ook voor de SES van de vader bemerken we dezelfde tendens. Kinderen wiens vader arbeider is, rapporteren significant hogere kijkuren in de week en het weekend ($M=2,21$ en $M=2,65$) dan kinderen wiens vader intermediair tewerkgesteld ($M=2,1$ en $M=2,57$) of bediende ($M=1,96$ en $M=2,41$) is ($F(3)=4,47 - p=0,004$) en ($F(3)=6,58 - p=0,00$). Wanneer we echter nagingen of er een correlatie bestaat tussen het aantal uren dat jongeren TV kijken en de sociaal economische status van de ouders, vonden we een significante negatief lineaire samenhang (Spearman's $Rho(1307)=-0,11 - p=0,00$) terug voor de SES van de moeder en het aantal uren TV kijken op een weekdag en het aantal uren TV kijken op een weekenddag (Spearman's $Rho(1307)=-0,07 - p=0,009$). Ook voor de SES van de vader en TV attendance in week en weekend vonden we significant negatieve correlaties terug (Spearman's $Rho(1322)=-0,086 - p=0,002$ en Spearman's $Rho(1322)=0,066 - p=0,002$). Deze verbanden zijn echter zwak (Tabel 9 en 10).

			sociale klasse moeder, vijf categorieën	aantal uren tv kijken op maandag tot en met vrijdag
Spearman's rho	sociale klasse moeder, vijf categorieën	Correlation Coefficient	1,000	-,114**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	1307	1275
	aantal uren tv kijken op maandag tot en met vrijdag	Correlation Coefficient	-,114**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	1275	1275

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 9: Spearman's Rho correlatie: TV frequentie – SES moeder

			aantal uren tv kijken op maandag tot en met vrijdag	sociale klasse vader in vijf categorieën
Spearman's rho	aantal uren tv kijken op maandag tot en met vrijdag	Correlation Coefficient	1,000	-,086**
		Sig. (2-tailed)	.	,002
		N	1292	1292
	sociale klasse vader in vijf categorieën	Correlation Coefficient	-,086**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,002	.
		N	1292	1322

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 10: Spearman's Rho correlatie: TV frequentie – SES vader

Naast het berekenen van de correlaties tussen SES vader en moeder en aantal uur TV kijken, voerden we ook een regressieanalyse uit. We toetsten hierbij een aantal onafhankelijke variabelen die in de literatuur als verklarende variabelen van de afhankelijke variabele 'TV attendance' (gemeten aan de hand van 'aantal uur TV kijken op een weekdag') worden aangeduid, namelijk: gender, leeftijd, SES ouders, onderwijstype en etniciteit (generatie autochtoon-allochtoon). Enkel onderwijstype (*Pearson R*(DF)=0,205 - $p=0,00$) en leeftijd (*Pearson R*(DF)=-0,10 - $p=0,00$) bleken een significant verband te tonen met 'aantal uren TV kijken'. Hierbij vinden we een zwak tot matig verband tussen onderwijstype en TV attendance, en een negatief zwak verband tussen leeftijd en TV attendance wat erop wijst dat naarmate de leeftijd toeneemt, het aantal uren TV kijken afneemt. Deze dalende trend kan verklaard worden door een veranderend vrijetijdsbestedingspatroon naarmate de leeftijd stijgt: oudere tieners nemen vaker deel aan activiteiten buiten het huis (vb. op café gaan, naar de cinema met vrienden...).

Het regressiemodel is significant ($F(6)=17,81$ – $p=0,00$) wat erop wijst dat de onafhankelijke variabelen de afhankelijke variabele TV attendance in de week voorspellen. De R square geeft echter wel aan dat ons model (de onafhankelijke variabelen) slechts 6,2% van de verklaarde variantie bepaalt ($R^2=0,062$), 93,8% van de variantie blijft dus onverklaard (Tabel 11).

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	128,689	6	21,448	17,813	,000 ^a
	Residual	1818,682	1510	1,204		
	Total	1947,370	1516			

a. Predictors: (Constant), generatie1en2, gender, Leeftijd in jaren in 2009, moment van afname, sociale klasse vader in vijf categorieën, welke onderwijstype volg je?, sociale klasse moeder, vijf categorieën

b. Dependent Variable: aantal uren tv kijken op maandag tot en met vrijdag

Tabel 11: Regressiemodel TV attendance

Uit de coëfficiëntenanalyse blijkt dat alleen leeftijd in jaren en onderwijstype TV attendance kunnen voorspellen, de andere opgenomen onafhankelijke variabelen hebben geen significante voorspellende waarde. De Bèta coëfficiënten (gestandaardiseerde B's- onderling vergelijkbaar) geven aan dat naarmate de leeftijd toeneemt (x), het aantal uren TV kijken afneemt (y) (Beta= -0,15), dit causaal verband is significant ($p=0,00$). Verder geeft de Bèta ook aan dat in ons model, de voorspeller 'leeftijd' 15,3% van ons model verklaart. Onderwijstype blijkt een hogere voorspellende waarde voor aantal uren TV kijken te hebben dan leeftijd, namelijk 23,9%. Dit verband is eveneens significant ($p=0,00$).

Zaterdag en zondag

In tegenstelling tot 2,09 uur TV kijken in de week, geven Vlaamse jongeren aan gemiddeld 2,56 uur/dag in het weekend naar TV te kijken. Ook hier werden geen significante genderverschillen vastgesteld. Voor TV kijken in het weekend is onderwijstype wél een bepalende factor: ook hier kijken jongeren uit het BSO significant meer dan leerlingen uit het ASO (gemiddeld 2,82 versus 2,50) en TSO (gemiddeld 2,82 versus 2,46).

Het kijkgedrag van jongeren verschilt eveneens qua leeftijd. Ook in het weekend gaat onze voorgaande vaststelling op: hoe ouder men wordt, hoe minder Vlaamse jongeren naar TV kijken ($F(5)=6,40$ – $p=0,00$). Net zoals voor TV kijken in de week, zijn er ook geen significante verschillen merkbaar tussen allochtone en autochtone jongeren voor wat betreft TV kijken in het weekend. Voor SES van de ouders vonden we wel significante verschillen (cf. supra).

4.2.4 Uses & Gratifications: Kijkmotieven in de 21^{ste} eeuw

De Uses & Gratifications theorie herprofileerde zich in de jaren 1970 als een reactie op het traditionele massamedia communicatie onderzoek dat de nadruk legt op de effecten tussen zender, boodschap en ontvanger. De U&G benadering benadrukt een actieve, doelgerichte mediagebruiker en vertrekt van het idee dat mediagebruikers bepaalde media raadplegen om specifieke psychologische of sociale gratificaties te bevredigen. Verder biedt de theorie een verklarend kader voor de relatie tussen motivaties, individuele kenmerken, mediavorkeur en mediagedrag (Katz, Gurevitch & Haas, 1973; Katz, Blumler & Gurevitch, 1974; Rosengren, 1974; Cooper & Tang Tang, 2009: 401). In deze context onderscheidde Katz et al. (1974) vijf brede gratificatiecategorieën om mediagebruik te verklaren namelijk: cognitieve, affectieve, persoonlijke integratie, sociale integratie en spanningsreducerende noden. Hedendaags onderzoek toonde aan dat televisie nog steeds de belangrijkste keuze is bij jongeren voor het vervullen van hun noden (Roe & Minnebo, 2007). Wat relevant is in het kader van dit onderzoek is dat de U&G theorie individuele publiekskenmerken zoals gender, leeftijd en SES als belangrijke determinanten van mediagebruik- en gedrag erkent (Cohen, 2002; Rubin, 1994; Cooper & Tang Tang, 2009).

Desalniettemin leggen studies uit deze empirische traditie te veel de nadruk op individuele determinanten van mediagebruik en negeren ze het feit dat TV gebruik niet volledig vrij is van beperkingen op structureel of contextueel vlak (vb. toegang en beschikbaarheid van TV, programmatiefactoren, bewustzijn van inhoudsopties,...) (Cooper & Tang Tang, 2009: 401). Bovendien benadrukt Ruggiero (2000: 3, 29) dat de traditionele U&G tools en typologieën moeten uitgebreid en aangepast worden, willen ze in het 21^{ste} eeuwse medialandschap nuttig blijven voor onderzoek. Volgens hem moeten academici de U&G blijven gebruiken voor toekomstig communicatiewetenschappelijk onderzoek maar moeten ze hierbij wel gebruik maken van holistische methodologieën om interpersoonlijke en kwalitatieve aspecten van gemediatiseerde communicatie te onderzoeken, zoals de plaats van media in sociale en ruimtelijke context (waar en met wie wordt naar TV gekeken, communicatie rond het medium,...).

Omdat we ons bewust zijn van de beperkingen, kozen we ervoor om de U&G typologieën (Katz, 1974) niet te gebruiken als verklarend theoretisch kader, maar wel als startpunt voor verder onderzoek naar de interpersoonlijke en sociale context van televisie kijken. Daarenboven biedt de U&G benadering ons de mogelijkheid om bepaalde publiekskenmerken zoals gender, leeftijd, SES,... in onze analyses op te nemen (Tabel 12).

Statistics												
		Ik kijk TV om: iets bij te leren over de wereld	Ik kijk TV om: om andere culturen te leren kennen	Ik kijk TV om: om mijn problemen te vergeten	Ik kijk TV om: om te ontspannen	Ik kijk TV om: om mijn humeur te veranderen	Ik kijk TV om: om programma's te zien waar iedereen over praat	Ik kijk TV om omdat het gezellig is om samen met anderen te kijken	Ik kijk TV om: omdat mijn vrienden graag over programma's praten	Ik kijk TV om om me in te leven in problemen van personen op tv	Ik kijk TV om om mn leven te vergelijken met dat van tv personages	Ik kijk TV om: om iets bij te leren over mezelf
N	Valid	1549	1547	1545	1543	1542	1545	1543	1545	1547	1547	1540
	Missing	10	11	13	16	16	13	15	13	11	11	18
Mean		1,9474	1,6029	1,5925	3,4787	2,1707	1,3612	2,5140	1,0535	,9906	,8073	1,0185
Median		2,0000	2,0000	2,0000	4,0000	2,0000	1,0000	3,0000	1,0000	1,0000	,0000	1,0000

Statistics										
		Ik kijk TV om: om iets bij te leren over mezelf	Ik kijk TV om om mij te amuseren	Ik kijk TV om uit verveling	Ik kijk TV om: omdat het spannend is	Ik kijk TV om: om op te gaan in verhalen	Ik kijk TV om: om bepaalde programma's te zien	Ik kijk TV om het werk van bepaalde tvmaker te zien	Ik kijk TV om bepaalde acteurs aan het werk te zien	Ik kijk TV om: om bij mijn ouders te zijn
N	Valid	1540	1542	1534	1526	1530	1539	1545	1539	1546
	Missing	18	16	24	33	28	19	13	19	12
Mean		1,0185	3,1411	2,7282	2,6405	2,0048	2,9147	1,0203	1,6771	1,0063
Median		1,0000	3,0000	3,0000	3,0000	2,0000	3,0000	1,0000	2,0000	1,0000

Tabel 12: Kijkmotieven volgens U&G benadering

Factoranalyse: vijf kijkmotieven

Aan de hand van 19 stellingen aangaande 'waarom iemand televisie' kijkt, probeerden we een zicht te krijgen op de kijkmotieven van jongeren. Deze stellingen konden beantwoord worden aan de hand van een vijfpunten schaal, geordend van helemaal niet akkoord tot helemaal akkoord.

Algemeen gesteld zijn de belangrijkste kijkmotieven: om te ontspannen, om samen met anderen te zijn, om zich te amuseren, uit verveling, omdat het spannend is en om bepaalde programma's te zien (zie gemiddelden in Tabel 13).

Deze stellingen werden achteraf aan de hand van een principal components factoranalyse (PCA) in combinatie met een orthogonale Varimax rotatie gereduceerd tot vijf factoren waar 13 (van de 19) items op ingepast worden: **exploratie, amusement, kennis, sociale inclusie en escapisme** (cf. Katz et al., 1974). Alle factoren hebben een Eigenvalue die één overschrijdt. Zowel de KMO (0,74) en de Bartlett's Test of Sphericity ($\chi^2(78) = 4829$, $p < 0,001$) geven aan dat de data geschikt zijn voor factoranalyse. Een totaal van vijf componenten werd bekomen, elk met een eigenvalue boven één. De geroteerde oplossing (zie tabel 14) telt voor 68% van de verklaarde variantie van de initiële item pool.

De betrouwbaarheidsschattingen van de factoren zijn gelijk aan of groter dan 0,60, daarom werden de respectievelijke items gecodeerd in de volgende samengestelde variabelen: exploratie (M=1,94 - SD =0,87), amusement (M=4,04 - SD=0,65), kennis (M=2,78 - SD=0,97), escapisme (M=2,88 – SD=1) en sociale inclusie (M=2,21 - SD=0,91). Hoewel een α -waarde van 0,70 meestal als minimum criterium beschouwd wordt, is 0,60 in dit onderzoek verantwoord omdat het aantal items beperkt is. Bovendien liggen de structuur van de bekomen factoren en inhoud in lijn met de U&G traditie (Katz et al., 1974). Hierna vergelijken we de 'kijkmotiefscores' voor gender en leeftijd. Hiervoor maken we gebruik van een General Linear Model (GLM) analyse.

Het belangrijkste kijkmotief bij jongeren is, zoals het in literatuur aangegeven wordt, amusement. Dit wordt gevolgd door kennis, escapisme, sociale inclusie en tenslotte exploratie (zie Tabel 13 en 14).

Statistics

	Motief 1: exploratie	Motief 2: amusement	Motief 3: kennis	Motief 4: sociale inclusie	Motief 5: escapisme
N Valid	1537	1505	1547	1541	1539
Missing	21	53	11	18	19
Mean	,9403	3,0438	1,7756	1,2088	1,8831
Std. Deviation	,85608	,64596	,97186	,91162	1,00135
Variance	,733	,417	,945	,831	1,003

Tabel 13: Vijf kijkmotieven: exploratie, amusement, kennis, sociale inclusie en escapisme

Factor	'I watch TV...'	F1	F2	F3	F4	F5
F1 Exploration	to compare my life with those of TV characters	.87				
	to empathize with people on TV's problems	.84				
	to learn about myself	.74				
F2 Amusement	to amuse myself		.78			
	to relax		.73			
	to see specific programs		.67			
	because it is exciting		.65			
F3 Knowledge	to learn about the world			.90		
	to get to know other cultures			.89		
F4 Escapism	to forget about my problems				-.79	
	to change my mood				-.79	
F5 Social inclusion	to see programs that everyone is talking about					.88
	because my friends like to talk about TV programs					.86
	R ²	.26	.14	.12	.08	.08
	Coefficient α	.77	.65	.78	.70	.60

Tabel 14: Factoranalyse kijkmotieven

Kijkmotieven en gender

Een two-way MANOVA werd berekend voor de vijf gratificatievariabelen. Door gebruik te maken van een Bonferroni met een aangepaste alpha van 0,01 werd een hoofdeffect van gender gevonden voor exploratie ($F(1, 1381) = 16,63, p < 0,001, \eta^2 = 0,01$), escapisme ($F(1,1381) = 16,37, p < 0,001, \eta^2 = 0,01$) en sociale inclusie ($F(1,1381) = 8,51, p < 0,005, \eta^2 = 0,01$). Meer specifiek hebben meisjes lichtjes hogere scores voor exploratie en escapisme, terwijl jongens hoger scoren voor sociale interactie.

Voor de vijf kijkmotieven vonden we met behulp van een t-test significante verschillen tussen meisjes en jongens terug voor wat betreft exploratie ($t(1535)=-4,13 - p=0,00$), sociale inclusie ($t(1539)=3,18 - p=0,00$) en escapisme ($t(1537)=-3,85 - p=0,00$). Meisjes kijken meer dan jongens TV wegens exploratieve redenen, zoals 'je leven met dat van TV personages vergelijken', om mee te leven met personages op TV en om over zichzelf te leren. Jongens blijken dan weer iets meer dan meisjes TV te kijken omwille van sociale inclusie motieven (omdat iedereen erover praat en omdat vrienden over TV programma's praten). Tenslotte kijken meisjes meer dan jongens naar TV uit escapisme, met andere woorden om de eigen problemen te vergeten en om het humeur te veranderen (zie Tabel 15).

Ik ben een			N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Motief 1: exploration	dimension1	jongen	777	,8517	,82590	,02962
		meisje	759	1,0309	,87725	,03184
Motief 2: amusement	dimension1	jongen	761	3,0256	,69151	,02507
		meisje	744	3,0623	,59566	,02184
Motief 3: kennis	dimension1	jongen	782	1,8088	1,00816	,03604
		meisje	765	1,7416	,93270	,03373
Motief 4: sociale inclusie	dimension1	jongen	780	1,2814	,93101	,03334
		meisje	761	1,1343	,88575	,03211
Motief 5: escapisme	dimension1	jongen	774	1,7859	,98449	,03539
		meisje	765	1,9814	1,00929	,03649

Tabel 15: Kijkmotieven en gender

Kijkmotieven en leeftijd

Leeftijd werd gedichotomiseerd door de mediaan van de variabele te gebruiken, die 16 jaar is. Verder werd een hoofdeffect gevonden voor leeftijd op amusement ($F(1,1381) = 8,82, p < 0,005, \eta^2 = 0,01$), kennis ($F(1,1381) = 32,13, p < 0,001, \eta^2 = 0,02$), escapisme ($F(1,1381) = 10,69, p < 0,001, \eta^2 = 0,01$) en sociale inclusie ($F(1,1381) = 12,23, p < 0,005, \eta^2 = 0,01$). Oudere tieners delen lagere scores voor amusement, sociale inclusie en escapisme, terwijl ze hoger scoren voor kennis.

Qua leeftijd vonden we significante verschillen terug voor vier van de vijf kijkmotieven: amusement ($F(1489)=5,39 - p=0,00$), kennis ($F(1531)=9,53 - p=0,00$), sociale inclusie ($F(1525)=4,90 - p=0,00$) en escapisme ($F(1523)=3,62 - p=0,00$). Naarmate de leeftijd toeneemt, daalt de gemiddelde score voor het kijkmotief amusement. Hoe jonger men is, hoe meer men televisie kijkt om amusementsredenen. 14-jarigen ($M= 3,16$) verschillen significant met 17-, 18- en 19-jarigen ($M_{17}= 3,04, M_{18}=2,86$ en $M_{19}=2,83$) wat het kijken omwille van amusementsredenen betreft. Ook 15-jarigen ($M=3,10$) verschillen van 18- en 19-jarigen, net zoals de 16-jarigen ($M=3,05$). Ook voor kennis vonden we significante verschillen tussen de leeftijden. Hieruit blijkt dat naarmate men ouder wordt, men hoger scoort op 'kennis'. Met andere woorden, hoe ouder men wordt, hoe meer men kijkt om bij te leren over de wereld en om andere culturen te leren kennen. Hier verschillen de 14- ($M=1,49$) en 15-jarige ($M=1,63$) jongeren significant van de 17- ($M=1,94$), 18- ($M=1,87$) en 19- ($M=2,20$) jarige jongeren.

Ten derde verschillen de diverse leeftijdsgroepen voor het motief sociale inclusie. 14- en 15-jarigen ($M=1,34$ - $M=1,36$) kijken het meest TV omwille van sociale inclusie redenen. Deze jongeren blijken dus gevoeliger om programma's te bekijken waar iedereen over praat en omdat vrienden over deze programma's praten. 16-, 17- en 18-jarige jongeren ($M_{16}=1,18$ - $M_{17}=1,10$ - $M_{18}=1,05$) blijken hier significant minder gevoelig voor.

Tenslotte bemerken we significante verschillen qua leeftijd voor escapisme. Jongere tieners kijken meer om escapistische redenen dan oudere tieners. Een duidelijke dalende trend met leeftijd is merkbaar. 14-jarigen ($M=2,05$) verschillen significant op de factor escapisme van de 17-, 18- en 19-jarigen ($M_{17}=1,80$ - $M_{18}=1,68$ - $M_{19}=1,69$), de 15- jarigen ($M=1,91$) van de 18-en 19-jarigen, de 16-jarigen ($M=1,96$) van de 17-, 18- en 19-jarigen (Tabel 16).

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Motief 1: exploration	Between Groups	4,351	5	,870	1,187	,313
	Within Groups	1112,479	1517	,733		
	Total	1116,830	1522			
Motief 2: amusement	Between Groups	11,028	5	2,206	5,389	,000
	Within Groups	607,333	1484	,409		
	Total	618,361	1489			
Motief 3: kennis	Between Groups	43,441	5	8,688	9,531	,000
	Within Groups	1391,008	1526	,912		
	Total	1434,448	1531			
Motief 4: sociaale inclusie	Between Groups	20,097	5	4,019	4,904	,000
	Within Groups	1245,709	1520	,820		
	Total	1265,806	1525			
Motief 5: escapisme	Between Groups	17,985	5	3,597	3,622	,003
	Within Groups	1507,449	1518	,993		
	Total	1525,434	1523			

Tabel 16: Kijkmotieven en leeftijd

Kijkmotieven en onderwijstype

Leerlingen uit het ASO ($M=3,14$) en TSO ($M=3,06$) scoren significant hoger op het kijkmotief amusement dan leerlingen uit het BSO ($M=2,88$) ($F(1503)=15,22$ - $p=0,00$). Leerlingen uit het ASO en TSO geven dus meer aan TV te kijken omdat ze zich willen amuseren of ontspannen dan leerlingen uit het BSO.

Ook voor kennis vinden we significante verschillen terug naargelang onderwijstype ($F(1546)=4,06$ - $p=0,00$). Hier verschillen ASO-jongeren ($M=1,86$) van jongeren uit het TSO ($M=1,73$) en BSO ($M=1,69$). Jongeren uit het ASO geven dus vaker aan dat ze TV kijken om iets bij te leren over de wereld of andere culturen (Tabel 17).

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Motief 1: exploration	Between Groups	2,521	3	,840	1,146	,329
	Within Groups	1122,984	1532	,733		
	Total	1125,505	1535			
Motief 2: amusement	Between Groups	18,540	3	6,180	15,223	,000
	Within Groups	608,972	1500	,406		
	Total	627,512	1503			
Motief 3: kennis	Between Groups	11,435	3	3,812	4,059	,007
	Within Groups	1448,879	1543	,939		
	Total	1460,314	1546			
Motief 4: sociale inclusie	Between Groups	4,000	3	1,333	1,606	,186
	Within Groups	1275,430	1536	,830		
	Total	1279,430	1539			
Motief 5: escapisme	Between Groups	4,025	3	1,342	1,338	,260
	Within Groups	1537,878	1534	1,003		
	Total	1541,903	1537			

Tabel 17: Kijkmotieven en onderwijstype

Kijkmotieven en generatie

Autochtone jongeren en allochtone jongeren van de tweede generatie verschillen significant van allochtone jongeren van de eerste generatie voor wat het kijkmotief 'amusement' betreft ($F(1501)=11,60$ - $p=0,00$). Autochtonen ($M=3,07$) en jongeren van de tweede generatie ($M=2,97$) scoren beduidend hoger op de amusementsfactor dan allochtonen van de eerste generatie ($M=2,68$).

Allochtone jongeren van zowel de eerste ($M=2,13$) als tweede generatie ($M=2,04$) scoren significant hoger voor het kijkmotief 'kennis' dan autochtone jongeren ($M=1,74$) ($F(1543)=9,71$ - $p=0,00$). Allochtone jongeren kijken met andere woorden meer TV omdat ze iets bij willen leren over de wereld of andere culturen dan autochtone jongeren (Tabel 18).

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Motief 1: exploration	Between Groups	3,998	2	1,999	2,732	,065
	Within Groups	1120,212	1531	,732		
	Total	1124,210	1533			
Motief 2: amusement	Between Groups	9,544	2	4,772	11,606	,000
	Within Groups	616,301	1499	,411		
	Total	625,845	1501			
Motief 3: kennis	Between Groups	18,171	2	9,085	9,712	,000
	Within Groups	1441,553	1541	,935		
	Total	1459,723	1543			
Motief 4: sociale inclusie	Between Groups	1,974	2	,987	1,186	,306
	Within Groups	1277,259	1535	,832		
	Total	1279,233	1537			
Motief 5: escapisme	Between Groups	1,530	2	,765	,762	,467
	Within Groups	1538,742	1533	1,004		
	Total	1540,272	1535			

Tabel 18: Kijkmotieven en autochtoon-allochtoon

Kijkmotieven en SES ouders

Na een three-way MANOVA vonden we geen significante hoofd- of interactie effecten tussen kijkmotieven en sociaal-economische status van de ouders terug.

4.3. Social viewing

4.3.1 Eigen TV versus 'familie' TV?

Er wordt nog altijd voornamelijk in familiecontext gekeken: 38,2% van alle jongeren geeft aan het meest naar de eigen TV te kijken, terwijl 61,8% aangeeft meest naar de TV in de woonkamer te kijken. Hierbij blijken er geen significante verschillen te zijn tussen meisjes en jongens, leeftijdscategorieën of sociale klasse van de ouders.

Verschillen zijn wel significant ($\chi^2(3)=10,9$ - $p=0,01$) voor leerlingen van verschillende onderwijstypes. Jongeren uit het BSO (41,2%) en TSO (39,7%) geven meer de voorkeur aan de eigen TV dan jongeren uit het ASO (29,1%) of KSO (20%). Opvallend is ook dat allochtonen van de tweede generatie significant meer (50,8%) aangeven het meest naar de eigen TV te kijken dan autochtonen (35,2%) of eerste generatie allochtonen (32,1%) ($\chi^2(2)=6,15$ - $p=0,046$).

4.3.2 TV kijken: met wie?

Om de sociale context van TV kijken te meten, werden de respondenten gevraagd met wie ze meestal TV kijken: alleen, met moeder, vader, broer of zus, vriend(in), lief of iemand anders. Hierbij waren telkens meerdere antwoorden mogelijk.

Jongens (60,7%) zeggen significant meer dan meisjes (49,2%) alleen naar televisie te kijken. Meisjes kijken meer dan jongens samen met hun moeder (76,2% versus 64%), zus (45% versus 36%) of lief (33,5% versus 22%) (zie Tabel 19). Samen met het lief naar televisie kijken is ook vooral aan leeftijd gerelateerd. We merken een stijgende tendens naarmate de leeftijd: hoe ouder de jongere is, hoe meer hij of zij samen met zijn of haar lief kijkt (zie Tabel 20). Ook onderwijstype blijkt hierbij een rol te spelen: leerlingen uit het KSO (40,7%) en BSO (37,5%) kijken significant meer met hun lief dan leerlingen uit het ASO (20,5%) en TSO (28,2%) ($\chi^2(3)=37,26$ - $p=0,00$). Autochtonen (29,1%) blijken significant vaker bij hun lief televisie te kijken dan eerste (13,6%) of tweede generatie (16,3%) allochtonen (zie Tabel 21). Verder vonden we significante verschillen terug tussen autochtonen en eerste en tweede generatie allochtonen voor kijken met moeder, vader en broer. 71,5% van de autochtonen, 61,5% van de eerste generatie en 57,1% van de tweede generatie geeft aan met moeder naar televisie te kijken. Eenzelfde tendens is merkbaar voor het kijken met de vader (57,2% autochtoon, 46,2% eerste generatie, 41% tweede generatie). Allochtonen van de eerste generatie (60,6%) en tweede generatie (52,4%) geven opvallend vaker aan met hun broer te kijken dan autochtonen (41,7%) (Tabel 21).

	MEISJE	JONGEN	Chi ²	Df	p=	N=
Alleen	49,2%	60,7%	20,82	1	0,00	1553
Met moeder	76,2%	64%	27,55	1	0,00	1551
Met zus	45%	36%	15,7	1	0,00	1553
Met lief	33,5%	22%	25,4	1	0,00	1551

Tabel 19: Chi² toets voor TV kijkpartner en gender

Crosstab

			Leeftijd in jaren in 2009, moment van afname						Total
			14	15	16	17	18	19	
Met wie kijk je thuis meestal TV? Lief	nee	Count	162	312	268	248	94	27	1111
		% within Met wie kijk je thuis meestal TV? Lief	14,6%	28,1%	24,1%	22,3%	8,5%	2,4%	100,0%
		% within Leeftijd in jaren in 2009, moment van afname	88,0%	83,4%	70,3%	62,8%	60,3%	57,4%	72,3%
		% of Total	10,5%	20,3%	17,4%	16,1%	6,1%	1,8%	72,3%
	ja	Count	22	62	113	147	62	20	426
		% within Met wie kijk je thuis meestal TV? Lief	5,2%	14,6%	26,5%	34,5%	14,6%	4,7%	100,0%
		% within Leeftijd in jaren in 2009, moment van afname	12,0%	16,6%	29,7%	37,2%	39,7%	42,6%	27,7%
		% of Total	1,4%	4,0%	7,4%	9,6%	4,0%	1,3%	27,7%
Total	Count		184	374	381	395	156	47	1537
	% within Met wie kijk je thuis meestal TV? Lief		12,0%	24,3%	24,8%	25,7%	10,1%	3,1%	100,0%
	% within Leeftijd in jaren in 2009, moment van afname		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total		12,0%	24,3%	24,8%	25,7%	10,1%	3,1%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	80,908 ^a	5	,000
Likelihood Ratio	85,301	5	,000
Linear-by-Linear Association	75,013	1	,000
N of Valid Cases	1537		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,03.

Tabel 20: Chi² toets voor kijkpartner en leeftijd

	Autochtoon	eerste generatie allochtoon	tweede generatie allochtoon	Chi ²	Df	p=	N=
Met moeder	71,5%	61,5%	57,1%	12,05	2	0,00	1537
Met vader	57,2%	46,2%	41%	12,89	2	0,00	1539
Met broer	41,7%	60,6%	52,4%	13,03	2	0,00	1537
Met lief	29,1%	13,6%	16,3%	14,53	2	0,00	1539

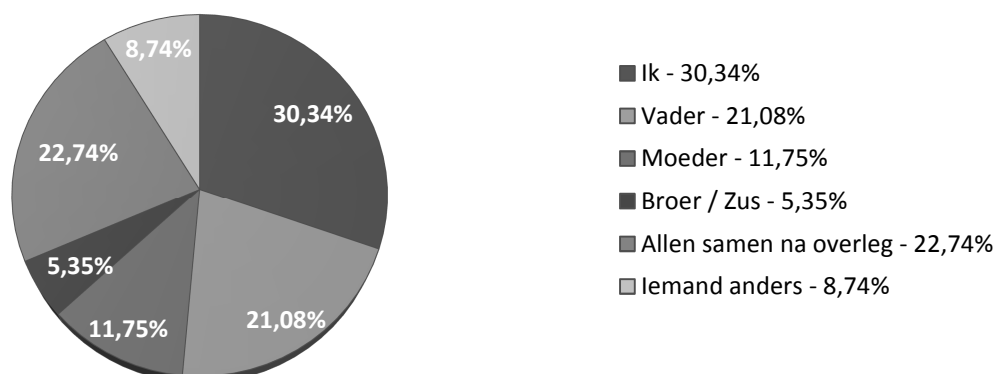
Tabel 21: Chi² toets voor kijkpartner en autochtoon-allochtoon

4.3.3 De macht over de afstandsbediening

Om beter inzicht in de sociale kijkcontext van jongeren te krijgen, is het ook relevant de gezagsrelaties binnen het gezin in relatie tot TV kijken in kaart te brengen, daarom werd gepeild naar wie thuis meestal de controle over de afstandsbediening heeft en dus beslist wat er in familiecontext bekeken wordt.

Eén derde van de jongeren (30,3%) geeft aan zelf de afstandsbediening in handen te hebben. Ongeveer één vierde (22,7%) zegt vooral samen te overleggen naar wat gekeken wordt. Iets minder dan één vijfde van de respondenten duidt vooral de vader als 'hoeder' van de afstandsbediening aan (21,1%), 11,8% de moeder. Ouders (totaal 32,9%) blijken dus nog altijd het meest te beslissen naar wat er in familiecontext gekeken wordt. Uiteraard moeten deze percentages genuanceerd worden omdat uit voorgaande cijfers reeds al bleek dat jongeren vaak een eigen TV-toestel bezitten en dus ook vaak zelf kunnen beslissen waar ze naar kijken (Figuur 4).

Als je samen met je familie TV kijkt, wie heeft er dan de afstandsbediening vast



Figuur 4: Gezag over afstandsbediening

Meer jongens (33,8%) dan meisjes (26,9%) blijken aan te geven dat zij diegene zijn die de afstandbediening in handen hebben ($Chi^2(1)=20,84$ - $p=0,00$) wanneer in familiecontext wordt gekeken. Meisjes (25,8%) geven significant vaker dan jongens (19,6%) aan dat er samen beslist en onderhandeld wordt over waar naar gekeken wordt. Meisjes (13,3% versus 10% jongens) duiden vaker de moeder aan als hoeder van de afstandsbediening, terwijl jongens vaker de vader aanduiden (23,5% versus 18,7%). Dit hangt samen met het feit dat meisjes vaker met de moeder en jongens vaker met de vader naar televisie kijken (cf. supra). Voor leeftijd, onderwijstype, generatie vonden we geen significante verschillen terug.

Significante verschillen werden wel gevonden voor sociaal-economische status moeder ($Chi^2(10)=23,14$ - $p=0,01$) en sociaal economische status vader ($Chi^2(10)=45,14$ - $p=0,00$). In gezinnen waar de vader tot de klasse van de arbeiders behoort, wordt er vaker door de moeder beslist waar naar gekeken wordt (19,6%) dan in gezinnen waar de vader intermediair tewerkgesteld (12,2%) of bediende is (7,2%). In gezinnen waar de vader arbeider (24%) of intermediair tewerkgesteld (26,2%) is, beslist de vader significant vaker over welk TV-programma bekeken wordt dan in gezinnen waar de vader bediende (17,8%) is. In gezinnen waar de vader bediende is (26,9%) wordt er vaker met het hele gezin samen overlegd naar wat gekeken wordt dan in gezinnen waar de vader als arbeider (19,2%) of intermediair tewerkgesteld (19,6%) is.

In gezinnen waar de moeder bediende is, geven jongeren vaker aan zelf ('ik') te beslissen naar wat in gezinscontext wordt gekeken (32%) dan in gezinnen waar moeder arbeidster (26,3%) is. In gezinnen waar de moeder tot de arbeidersklasse behoort, heeft de vader vaker de controle over de afstandsbediening (25,4%) dan in gezinnen waar de moeder intermediair (21,1%) is of bediende (19,5%) is. Opvallend is dat wanneer de moeder arbeider (14,4%) of intermediair tewerkgesteld (15%) is, ze zelf veel vaker beslist naar wat gekeken wordt dan wanneer de moeder bediende is (7,6%). Net zoals bij de vader, blijkt dat wanneer de moeder bediende is (26,6%), er veel vaker samen met het hele gezin onderhandeld wordt over het programma op TV dan wanneer de moeder arbeider (21,6%) of intermediair tewerkgesteld (19,8%) is.

Sociaal kijkgedrag: LCA analyse

Om de sociale context van TV kijken te begrijpen, werden de respondenten gevraagd of ze meestal met hun ouders, broers, zussen, vrienden, lief of alleen TV kijken. Verder werd gevraagd wie de controle heeft over de afstandsbediening als in gezinscontext gekeken wordt (cf. supra). De antwoorden op deze vragen werden in een latente klassen analyse (LCA) gegoten om beter inzicht te krijgen in het sociaal kijkgedrag van onze populatie. Dit is een techniek die latente structuren binnen nominale of categorische data blootlegt. Een standaardbenadering is het testen van een toenemend aantal klassen tot een aanvaardbare model fit is bereikt. In het geval van sociaal kijken, werd een insignificante $L^2(110) = 128,39$ ($p > 0,05$, $N_{par} = 49$, $BIC = 12286$) met vijf latente klassen gevonden, wat duidt op een aanvaardbare model fit. Tabel 22 vat de belangrijkste probabiliteiten (de kans dat iemand ja of nee geantwoord heeft) per klasse samen.

Item	Wald (R^2)	Response	p 1	CL 2	p 3	CL 4	p 5	CL
Alone	34*** (.26)	No	.66	.30	.02	.74	.42	
		Yes	.34	.70	.98	.26	.58	
Parents	50.11*** (.35)	No	.00	.10	.67	.39	.53	
		Yes	1.00	.90	.33	.61	.47	
Siblings	72.77*** (.43)	No	.24	.09	.69	.04	.95	
		Yes	.76	.91	.31	.96	.05	
Friends	17.99*** (.48)	No	.98	.27	.91	1.00	.71	
		Yes	.02	.73	.09	.00	.29	
Boy/girlfriend	30.53*** (.25)	No	.84	.61	.99	.73	.24	
		Yes	.16	.39	.01	.27	.76	
Remote control	52.98*** (.04)	Myself	.25	.35	.40	.22	.35	
		Parents	.43	.26	.35	.16	.32	
		Sibling(s)	.00	.06	.01	.27	.00	
		Joint decision	.29	.21	.17	.19	.22	
		Other	.04	.11	.07	.17	.12	
Age M (SD)	$F(3,1376) = 14.40, p < .001$		15.92 (1.26)	16.02 (1.32)	15.95 (1.23)	16.18 (1.27)	16.73 (1.22)	
% M, F	$\chi^2(4) = 42.44, p < .001$		47, 53	43, 57	68, 32	47, 53	41, 59	
% Education type			$\chi^2(8) = 27.44, p < .001$					
		General education	19	8	8	4	3	
		Technical education	14	6	6	4	3	
		Vocational education	10	4	4	2	5	
Time spent yesterday watching TV			$\chi^2(4) = 3.13, p > .05$					

*** $p < .001$, ** $p < .005$, * $p < .05$

Tabel 22: LCA analyse sociale klassen

Sociale kijkklasse 1 wordt gekenmerkt door TV kijken in familieverband aangezien de probabiliteiten voor het samen kijken met de ouders ($p=1,00$) en broers en zussen ($p=0,76$) zijn. Typisch voor deze kijkklasse is dat er 43% kans is dat men antwoordt dat de ouders de afstandsbediening vast hebben en 29% kans dat gemeenschappelijk beslist wordt welk TV-programma opstaat.

Sociale kijkklasse 2 bestaat uit omnibus kijkers, die hoge probabiliteiten delen voor alle mogelijke kijkpartners ($p=0,70-0,90$), behalve voor het kijken met lief.

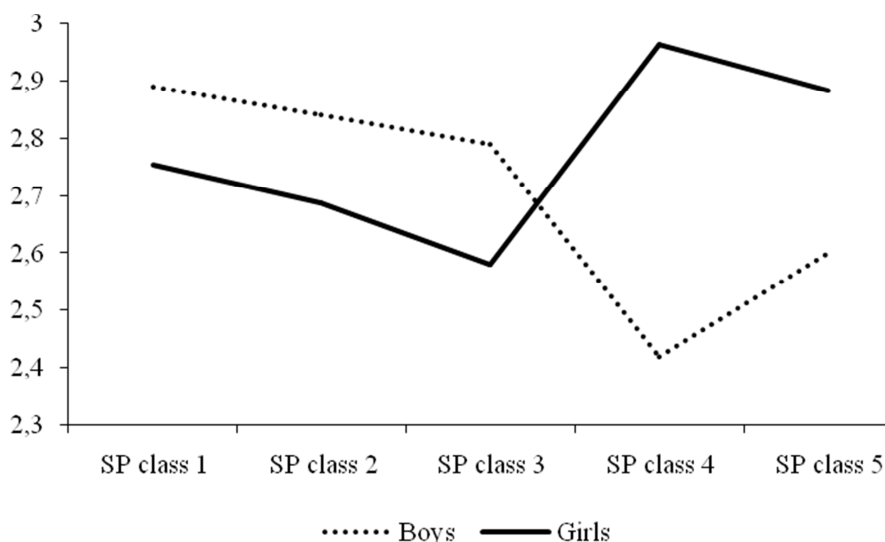
Sociale kijkklasse 3 bestaat uit solitaire kijkers: ze hebben 98% kans om alleen te kijken, terwijl de probabiliteiten voor andere kijkpartners variëren tussen 0,01 en 0,33. Bovendien hebben ze de grootste kans om zelf de macht over de afstandsbediening te hebben ($p=0,40$).

Sociale kijkklasse 4 heeft de grootste kans om TV te kijken met zijn of haar broer(s) of zus(sen). Deze broers of zussen hebben ook de grootste kans om de macht over de afstandsbediening te hebben ($p=0,27$).

Tenslotte wordt *sociale kijkklasse 5* gekenmerkt door de kleinste kansen om samen met iemand te kijken, behalve met zijn of haar lief ($p=0,76$).

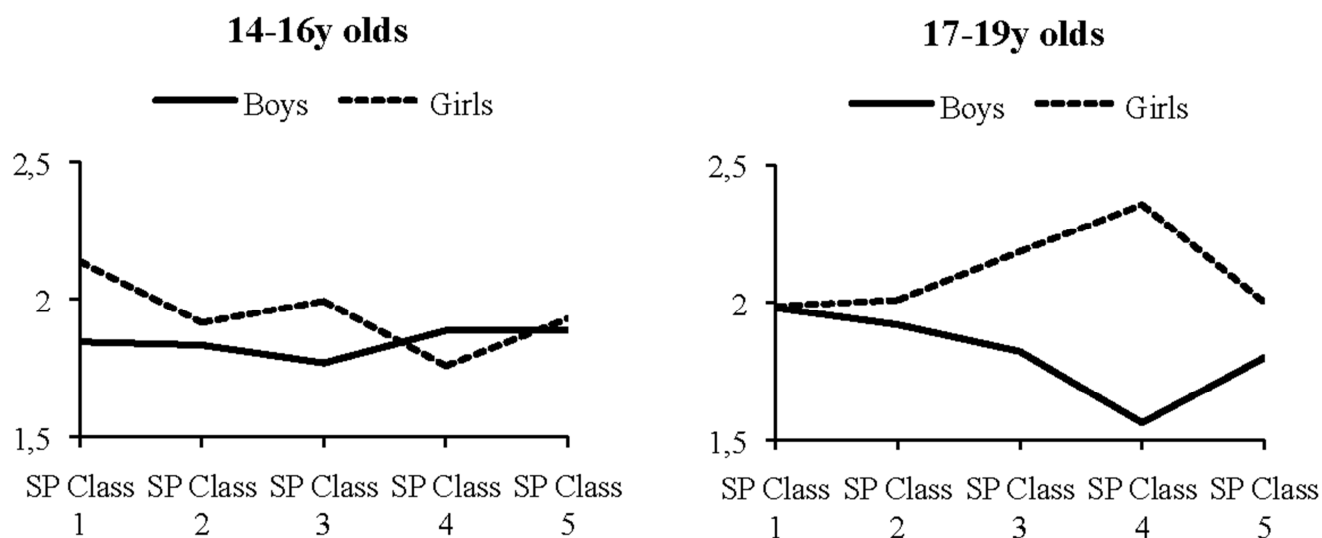
Belangrijke genderverschillen zijn ook op te merken binnen de sociale kijkklassen. De eerste twee kijkklassen die gekenmerkt worden door een hoog sociaal kijkprofiel, bestaan voor het grootste deel uit meisjes. Kijkklassen 3 tot 5, gekenmerkt door een meer solitaire kijkprofiel, bestaan voor het grootste deel uit jongens. Dit hangt hoogstwaarschijnlijk samen met het feit dat jongens ook vaker een eigen TV hebben en dus ook vaker alleen kijken.

Een three-way MANOVA (gender*age*sociale presence class) toont een significant hoofdeffect aan van sociale kijkklasse voor amusement ($F(4,1209) = 3,58, p < 0,01, \eta^2 = 0,01$). Meer specifiek hebben sociale kijkklasse 2 (omnibus kijkers) en sociale kijkklasse 3 (solitaire kijkers) allebei hogere scores voor amusement dan sociale kijkklasse 5 (solitaire kijkers behalve voor lief). Ook werd een interactie effect gevonden voor kennis ($F(4,1209) = 4,69, p < 0,001, \eta^2 = 0,02$). Hoewel jongens over het algemeen hogere kennisscores hebben, toont Figuur 5 aan dat meisjes met hogere probabiliteiten voor het kijken in het gezelschap van broers en zussen (*sociale kijkklasse 4*), significant hogere scores voor kennis dan jongens.



Figuur 5: Genderverschillen binnen sociale klasse

Naast genderverschillen, werd ook een significant interactie effect van gender*leeftijd*sociale kijkklasse gevonden voor exploratie ($F(4,1209) = 3,47, p < 0,01, \eta^2 = 0,01$). Figuur 6 toont aan dat oudere, vrouwelijke tieners (17-19 jaar) uit *sociale kijkklasse 4* (TV kijken met broers en zussen) significant hogere scores hebben voor exploratie in contrast met jongere vrouwelijke tieners (14-16 jaar) en jongens uit dezelfde sociale kijkklasse.



Figuur 6: Leeftijdsverschillen binnen sociale kijkklasse

4.3.4 Binnen- of buitenhuis?

Om verder inzicht te krijgen in de sociale en ruimtelijke kijkcontext van jongeren, peilden we of ze soms ergens anders televisie gaan kijken. En indien ze buitenhuis TV kijken, waar dat dan is? Hierbij konden de respondenten kiezen tussen: bij familie, vrienden, lief, burens, op café, in het jeugdhuis, op school of ergens anders.

55,7% van de jongeren geeft aan soms buitenhuis TV te kijken, 42,3% zegt van niet. Zoals te verwachten, blijkt dat naarmate men ouder wordt, men meer buitenshuis TV gaat kijken ($\chi^2(5)=19,83$ - $p=0,01$). Een stijgende tendens naarmate leeftijd is dus zichtbaar: 14-jarigen (48,4%), 15-jarigen (49,7%), 16-jarigen (59%), 17-jarigen (62%), 18-jarigen (61%) en 19-jarigen (63,8%).

Ook qua onderwijstype zijn significante verschillen op te merken. Leerlingen uit het TSO (60,7%), BSO (63,3%) en KSO (65,4%) blijken significant meer buitenhuis TV te kijken dan leerlingen uit het ASO (49,3%) ($\chi^2(3)=25,02$ - $p=0,00$).

Voor gender en generatie afzonderlijk werden geen significante verschillen gevonden voor het al dan niet buitenhuis televisie kijken. Wat opvallend is, is dat wanneer we beide variabelen (geslacht en generatie) combineren, we wel significante verschillen terugvinden, maar enkel voor jongens. Vooral allochtone jongens van de eerste generatie kijken significant meer (65,7%) buitenshuis dan autochtone jongeren (45,4%) of tweede generatie allochtonen (41,1%) ($\chi^2(2)=6,05$ - $p=0,05$). Dit voorbeeld toont onder andere aan hoe belangrijk het is 'allochtonen' niet als een homogene groep te beschouwen.

TV bij vrienden

Als jongeren buitenhuis TV gaan kijken, doen ze dit voornamelijk bij vrienden (63,5%), familie (45,2%) of hun lief (43,8%). Slechts 13,2% van de jongeren kijkt TV op café, 4,7% in het jeugdhuis. Voor het TV kijken bij vrienden vonden we enkel significante verschillen voor wat betreft leeftijd ($\chi^2(5)=11,96$ - $p=0,04$). Een dalende trend is hierbij opvallend: hoe ouder men wordt, hoe minder men aangeeft bij vrienden te gaan kijken. Wat betreft het buitenshuis TV kijken bij vrienden, geeft 72,1% van de 14-jarigen aan dit te doen, voor de 15-jarigen is dat 68,1%, voor de 16-jarigen 63%, voor de 17-jarigen 60%, voor de 18-jarigen 50,5% en voor de 19-jarigen 61,3%.

TV bij lief

Meisjes (51%) geven significant meer aan bij hun lief te gaan kijken dan jongens (36,3%) ($\chi^2(1)=19,03$ - $p=0,00$). Naast genderverschillen vonden we, zoals verwacht, significante leeftijdsverschillen: hoe ouder men is, hoe meer samen met het lief TV gekeken wordt ($\chi^2(5)=47,26$ - $p=0,00$). Dit kan uiteraard ook te maken hebben met het feit dat oudere jongeren ook al vaker een lief hebben of dat oudere jongeren ook vaker de toestemming krijgen van de ouders om bij hun lief te zijn. Als we leeftijd en geslacht combineren, blijkt dat meisjes op jongere leeftijd significant meer bij hun lief gaan kijken dan jongens. 34,1% van de 14-jarige meisjes bijvoorbeeld versus 11,6% van de 14-jarige jongens kijkt bij haar of zijn lief TV. Uiteraard kan dit misschien verklaard worden door het feit dat meisjes op jongere leeftijd reeds een lief hebben in vergelijking met jongens.

Allochtone jongeren van de eerste en tweede generatie (20,5% en 23,2%) gaan significant minder bij hun lief kijken dan autochtone jongeren (46,3%) ($\chi^2(2)=20,23$ - $p=0,00$). Dit verschil blijkt enkel significant voor allochtone meisjes, allochtone jongens verschillen niet van autochtone jongens voor wat betreft het TV kijken bij het lief. Van de autochtone meisjes geeft 54% aan bij hun lief TV te kijken waar dit slechts voor 27,8% van de eerste generatie allochtone meisjes en 16,8% van de tweede generatie allochtone meisjes geldt ($\chi^2(5)=47,36$ - $p=0,00$). Op de vraag waarom allochtone meisjes minder vaak bij hun lief gaan kijken, kan in deze kwantitatieve verkennende context geen antwoord gegeven worden.

Tenslotte blijkt dat jongeren uit het KSO (58,8%) en BSO (52,8%) vaker aanduiden bij hun lief TV te kijken dan jongeren uit het TSO (42,9%). Jongeren uit het ASO (36,5%) kijken het minst bij hun lief TV (36,5%) ($\chi^2(3)=16,70$ - $p=0,00$).

TV op café?

Hoewel slechts 13,4% van alle respondenten aangeeft op café TV te kijken, blijkt dit vooral een mannelijke aangelegenheid te zijn. 81,4 % van de jongens versus 18,6% van de meisjes kijkt TV op café ($\chi^2(1)=60,56$ - $p=0,00$). Verder vonden we ook significante verschillen voor leeftijd: hoe ouder men is, hoe vaker men aangeeft TV te kijken op café. Een verklaring voor dit gegendered buitenhuis TV kijken kan zijn dat op café voornamelijk sportwedstrijden (bvb. voetbalmatchen) worden uitgezonden.

4.3.5 TV Talk?

Als we over de sociale kijkcontext van jongeren praten, is het relevant na te gaan of TV-programma's een gespreksonderwerp zijn onder vrienden of binnen het gezin. Dit werd gemeten met de vraag *'Praat je over televisieprogramma's met: vrienden, moeder, vader, broers of zussen, stiefouders, opvoeder of voogd en je lief'*. Respondenten konden antwoorden op een vijfpunten likertschaal (nooit, zelden, soms, meestal, altijd, niet van toepassing). Verder vroegen we ook naar waarover er dan gepraat wordt als het over TV-programma's gaat. Respondenten konden meerdere antwoorden aankruisen: *'wat er in de voorbije aflevering is gebeurd'*, *'wat er in de volgende aflevering kan gebeuren'*, *'de personages'*, *'de acteurs'*, *'de kledij van de personages'*, *'bepaalde uitspraken, grapjes'*, *'programmamaker, regisseur'* of *'andere'*.

TV en TV-programma's zijn een gespreksonderwerp onder jongeren. Favoriete gesprekspartners hiervoor zijn voornamelijk hun lief ($M=2,13$), gevolgd door de stiefouders, opvoeder of voogd ($M=1,95$) en vrienden ($M=1,9$). In het gezin wordt soms met broers en zussen over TV gepraat ($M=1,65$). Met de ouders wordt het minst over TV gepraat, jongeren geven aan 'zelden' met respectievelijk moeder ($M=1,3$) of vader ($M=1,1$) te praten (zie Tabel 23).

	Praat je over TV-programma's met? Vrienden	Praat je over TV-programma's met? Moeder	Praat je over TV-programma's met? Vader	Praat je over TV-programma's met? broers/zussen	Praat je over TV-programma's met? Stiefouders, opvoeder, voogd	Praat je over TV-programma's met? Lief
N Valid	1543	1527	1524	1519	1473	1510
Missing	16	31	34	39	85	48
Mean	1,9319	1,3778	1,1100	1,6566	1,9522	2,1313
Std. Deviation	,78702	,91632	1,04246	1,27972	2,25384	1,81219
Variance	,619	,840	1,087	1,638	5,080	3,284

Tabel 23: TV talk- gemiddelde scores op vijfpuntenschaal

Over het algemeen scoren leerlingen uit het ASO hoger op de TV-talk schaal, ze geven dus gemiddeld vaker aan over TV-programma's te praten dan leerlingen uit het TSO, BSO of KSO. We vinden significante verschillen tussen leerlingen van het ASO ($M=2,03$ - $SD=0,71$) en leerlingen uit het BSO ($M=1,8$ - $SD=0,93$) voor wat het praten met vrienden betreft ($F(1543)=7,13$ - $p=0,00$). Leerlingen uit het ASO ($M=1,46$ - $SD=0,84$) verschillen ook van leerlingen uit het TSO ($M=1,30$ - $SD=0,89$) voor wat betreft het praten met de moeder ($F(1527)=3,44$ - $p=0,01$). Leerlingen uit het ASO ($M=1,23$ - $SD=1,04$) praten significant meer met de vader dan leerlingen uit het TSO ($M=1,03$ - $SD=0,99$), BSO ($M=1,03$ - $SD=1,04$) of KSO ($M=1,09$ - $SD=1,04$) ($F(1527)=4,23$ - $p=0,00$). Dezelfde verschillen zien we voor praten met broers en zussen en lief.

Ook hier zijn genderverschillen duidelijk. Over het algemeen praten meisjes meer en vaker dan jongens over televisie. Meisjes ($M=1,56$ - $SD=0,88$) praten significant meer met hun moeder over TV-programma's dan jongens ($M=1,19$ - $SD=0,91$) ($t(1525)=-7,96$ - $p=0,00$). Deze bevinding kan gekoppeld worden aan het feit dat meisjes ook meer samen met hun moeder naar televisie kijken dan jongens (cf. supra). Hetzelfde kan gezegd worden voor het praten met broers en zussen, stiefouders en het lief. Meisjes gingen sowieso al meer bij hun lief kijken dan jongens en blijken nu ook veel vaker met hun lief te praten ($M=2,31$ - $SD=1,70$) over TV dan jongens ($M=1,95$ - $SD=1,81$) ($t(1508)=-3,91$ - $p=0,00$).

Tweede generatie allochtone jongeren ($M=0,82$ - $SD=0,90$) blijken significant minder met de vader over TV te praten dan eerste generatie allochtonen ($M=1,11$ - $SD=1,19$) of autochtonen ($M=1,13$ - $SD=1,04$) ($F(1509)=4,22$ - $p=0,02$). Net zoals bleek dat autochtonen veel vaker bij hun lief TV gingen kijken dan tweede generatie allochtonen, blijkt dat autochtone tieners veel vaker met hun lief over TV ($M=2,19$ - $SD=1,81$) praten dan tweede generatie allochtonen ($M=1,63$ - $SD=1,69$) ($F(1494)=4,60$ - $p=0,01$). Voor de eerste generatie waren geen significante verschillen merkbaar.

Als jongeren over TV-programma's praten gaat het vooral over wat er in de voorbije aflevering is gebeurd (85%). Verder praat men over bepaalde uitspraken en grapjes (69%) gevolgd door de personages (39,2%), wat er in de volgende aflevering kan gebeuren (35,8%), de acteurs (24,5%) en de kledij (13,3%). Slechts 3% praat over de programmamaker of regisseur en dit blijken bovendien voornamelijk jongens uit het KSO (14,8% versus 2,5% ASO, 2,6% TSO, 3,3% BSO) te zijn ($\chi^2(3)=13,96$ - $p=0,00$). Ook hier valt het weer op dat meisjes meer dan jongens over TV praten. Meisjes praten significant meer dan jongens over wat er in de voorbije aflevering is gebeurd (89,4% versus 80,7%), wat er in de volgende aflevering zal gebeuren (42,7% versus 29,1%), over de personages (43,8% versus 34,9%), over de acteurs (33,2% versus 16%) en de kledij (20,8% versus 6%) (zie Tabel 24).

	MEISJE	JONGEN	Chi ²	Df	p=	N=
Voorbije aflevering	89,4%	80,7%	23,07	1	0,00	1554
Volgende aflevering	42,7%	29,1%	31,19	1	0,00	1554
Personages	43,8%	34,9%	12,87	1	0,00	1554
Acteurs	33,2%	16%	61,90	1	0,00	1554
Kledij	20,8%	6%	74,28	1	0,00	1554

Tabel 24: Chi² toets voor TV talk onderwerp en gender

Latente Klasse Analyse (LCA)

Om beter inzicht te krijgen in de TV-gerelateerde sociale interactie, werd een latente klasse analyse (LCA) uitgevoerd, gebaseerd op zes dichotome variabelen die meten of tieners met vrienden, moeder, vader, broers en zussen, stiefouders, opvoeder of voogd en lief over TV programma's praten. Er werd een gepast model gevonden met vier latente klassen ($L^2(36)=47,47$ - $p > 0,05$, $N_{par}=27$, $BIC=8215$) (zie Tabel 25).

Communicatie klasse 1 bestaat uit een meerderheid van tieners die opmerkelijk communicatief zijn over wat ze hebben gezien op TV. Ze delen probabiliteiten van 0,81 tot 0,99 om met vrienden, ouders, broers en zussen en lief te praten.

Communicatie klasse 2 lijkt sterk op klasse 1, maar jongeren uit deze klasse hebben tegenovergestelde kansen voor wat het praten met lief betreft ($p=0,04$).

Communicatie klasse 3 bevat jongeren die minder met hun moeder ($p=0,36$) en vader ($p=0,04$) praten. Aan de andere kant hebben ze heel veel kans om met vrienden te praten ($p=0,97$) over wat ze op TV gezien hebben.

Communicatie klasse 4 omvat een kleine minderheid tieners die niet communiceren over wat ze op TV gezien hebben ($p=0,01$ - $0,33$).

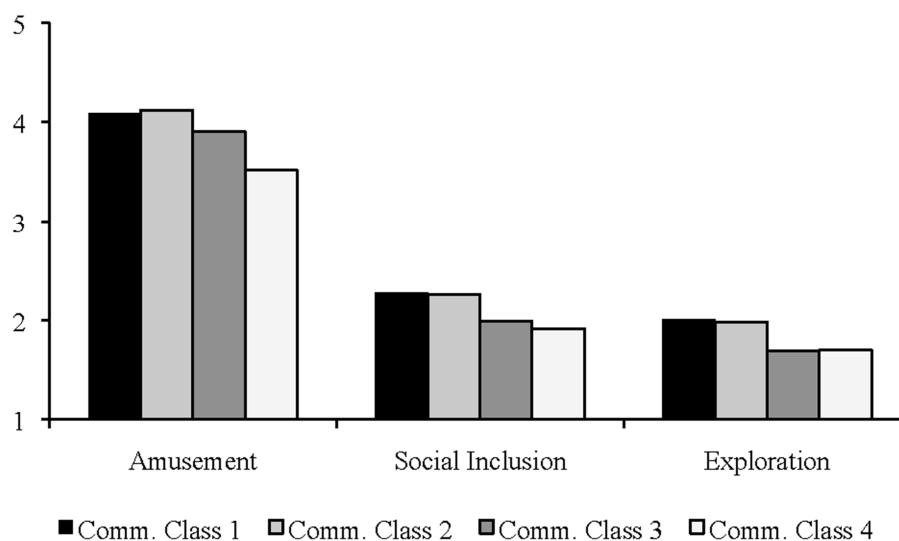
Item	Wald (R ²)	Response	p class 1 (46%)	p class 2 (32%)	p class 3 (17%)	p class 4 (6%)
Talk with friends	39.99*** (.43)	No	.01	.03	.03	.67
		Yes	.99	.97	.97	.33
Talk with mother	126.40*** (.54)	No	.04	.04	.64	.94
		Yes	.96	.96	.36	.06
Talk with father	17.73*** (.55)	No	.16	.14	.99	1.00
		Yes	.84	.86	.01	.00
Talk with siblings	54.48*** (.21)	No	.19	.17	.53	.92
		Yes	.81	.83	.47	.08
Talk with step-parents/guardian	32.87*** (.07)	No	.71	.87	.95	.99
		Yes	.29	.13	.05	.01
Talk with boy or girlfriend	14.71*** (.65)	No	.07	.96	.50	.91
		Yes	.93	.04	.50	.09
Age M (SD)	$F(3,1420) = 8.55, p < .001$		16.23 (1.24)	15.84 (1.25)	16.07 (1.38)	16.05 (1.37)
% M, F	$\chi^2(3) = 18.88, p < .001$		47, 53	49, 51	59, 41	68, 32
% Education type			$\chi^2(6) = 57.76, p < .001$			
		General education	19	18	5	6
		Technical education	14	11	7	1
		Vocational education	11	6	5	2
Time spent yesterday watching TV			$\chi^2(3) = 16.66, p < .001$			

*** $p < .001$, ** $p < .005$, * $p < .05$

Tabel 25: LCA analyse communicatie klassen

Zoals bij de klassen rond sociale aanwezigheid en kijkpartner, verschillen de communicatiepatronen ook voor jongens en meisjes. *Communicatie klasse 1 en 2* (hoog-communicatieve profielen), bestaan voor het grootste deel uit meisjes, terwijl minder communicatieve klassen (voornamelijk *klasse 3 en 4*) uit jongens bestaan. Verder verschillen deze klassen significant voor wat betreft het aantal uren dat ze de dag voordien TV keken. Vooral klasse 4 is gekenmerkt door een lagere frequentie van TV kijken. Verder werden significante associaties ($p < 0,005$) gevonden tussen communicatie en sociale aanwezigheid. *Sociale klasse 1*, die bestaat uit familie kijkers, is positief gelinkt met *communicatie klasse 1* ($\phi = 0,17$, $p < 0,001$) en negatief geassocieerd met minder communicatieve klassen 3 ($\phi = -0,12$, $p < 0,001$) en 4 ($\phi = -0,08$, $p < 0,005$). Solitair kijken (*sociale klasse 3*) is negatief geassocieerd met *communicatie klasse 1* ($\phi = -0,13$, $p < 0,001$) en positief gerelateerd aan de klassen van tieners die weinig interageren over TV (*sociale klasse 4*; ($\phi = 0,12$, $p < 0,001$)). *Sociale klasse 5* (samen kijken met lief) is positief gelinkt aan *communicatie klasse 1* ($\phi = 0,18$, $p < 0,001$) maar negatief gerelateerd aan de andere *communicatie klasse 2* ($\phi = -0,26$, $p < 0,001$). Dit is logisch aangezien beide communicatie klassen verschillen qua probabiliteiten voor het kijken met lief.

Een three-way MANOVA (gender*leeftijd*communicatie klasse) toont een hoofdeffect van communicatiepartner voor amusement ($F(3,1262)=16,66$, $p < 0,001$, $\eta^2 = 0,04$), sociale inclusie ($F(3,1262)=8,89$, $p < 0,001$, $\eta^2 = 0,02$) en exploratie ($F(3,1262)=11,69$, $p < 0,001$, $\eta^2 = 0,03$) (Figuur 7). Post hoc analyses wijzen erop dat de gemiddelden voor amusement verschillen voor alle klassen, behalve voor *communicatie klasse 1 en 2*. Deze klassen verschillen echter enkel in de kans voor het praten met het lief. Voor escapisme scoren *klasse 1 en 2* significant hoger dan de minder *communicatieve klassen 3 en 4*. Wat betreft exploratie, verschilt *klasse 1* van *klassen 3 en 4* en *klasse 2* verschilt van *klasse 3*.



Figuur 7: Hoofdeffecten op kijkmotieven van gender*communicatie klasse

Verder werd een derde LCA analyse uitgevoerd op een set van vijf dichotome variabelen die het onderwerp van TV-gerelateerde communicatie zijn. Deze analyse genereert een model fit met vier klassen ($L^2(8)=11,48$, $p > 0,05$, Npar = 23, BIC = 9011) (Tabel 26). *Subject klasse 1* heeft hoge probabiliteiten ($p = 0,93$) voor het praten over wat er in de vorige aflevering van het TV-programma is gebeurd en een matige kans om te praten over quotes of grapjes ($p = 0,59$). *Subject klasse 2* is eigenlijk bijna gelijklopend, maar er is een hogere kans voor het praten over quotes en grapjes ($p = 0,82$) en een heel kleine kans om te praten over de volgende aflevering ($p = 0,08$). *Subject klasse 3*, bestaande uit een meerderheid jongens, heeft over de hele lijn kleine kansen om over TV-programma's te praten met uitzondering

van de vorige aflevering en sommige quotes ($p=0,62-0,65$). Bovendien kijkt deze klasse significant minder TV dan de andere klassen. *Subject klasse 4*, die vooral uit een meerderheid meisjes bestaat, is gekenmerkt door hoge probabiliteiten voor het praten over elk mogelijk onderwerp ($p=0,61-1,00$).

Item	Wald (R^2)	Response	p class 1 (57%)	p class 2 (18%)	p class 3 (15%)	p class 4 (9%)
Talk about previous episode	6.80 (.12)	No	.07	.18	.38	.00
		Yes	.93	.81	.62	1.00
Talk about next episode	5.08 (.37)	No	.50	.92	.95	.04
		Yes	.50	.08	.05	.96
Talk about TV characters	9.66* (.36)	No	.74	.30	.99	.03
		Yes	.26	.70	.01	.97
Talk about actors	31.78*** (.12)	No	.82	.66	.92	.39
		Yes	.18	.34	.08	.61
Talk about TV quotes and jokes	16.33*** (.06)	No	.41	.18	.35	.13
		Yes	.59	.82	.65	.87
Age M (SD)	$F(3,1543) = 1.35, p > .05$		16.01 (1.31)	16.17 (1.27)	16.12 (1.33)	16.11 (1.18)
% M, F	$\chi^2(3) = 47.81, p < .001$		49, 51	52, 48	75, 25	38, 62
% Education type			$\chi^2(6) = 7.62, p > .05$			
		General education	24	9	4	6
		Technical education	19	6	3	5
		Vocational education	15	4	3	3
Time spent yesterday watching TV			$\chi^2(3) = 15.91, p < .001$			

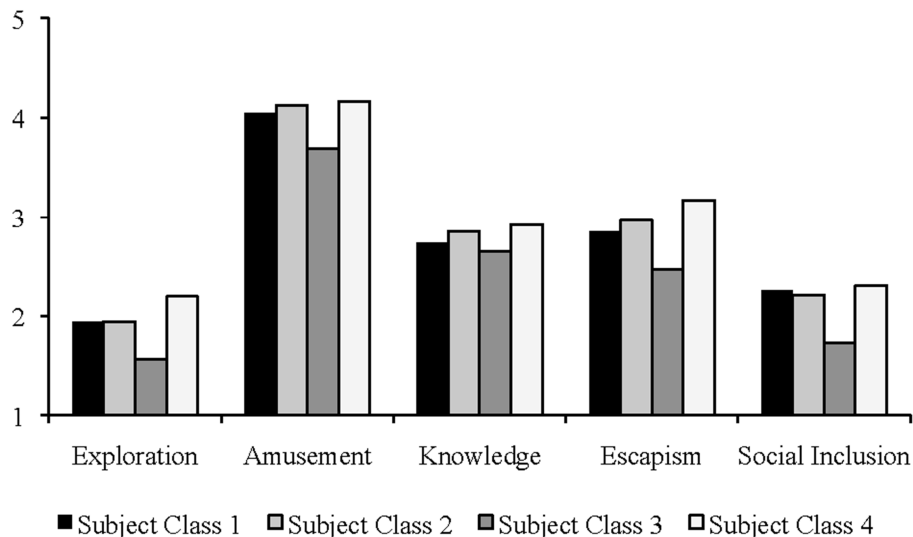
*** $p < .001$, ** $p < .005$, * $p < .05$

Tabel 26: LCA analyse subject klassen

Daarenboven vonden we bewijs voor verbanden tussen de communicatiepartner en het onderwerp waarover men praat. *Subject klasse 3*, die de laagste kansen heeft om te praten over verschillende onderwerpen, is negatief geassocieerd met de meer communicatieve klassen (*communication klasse 1*, $\phi = -0,13, p < 0,001$ and *klasse 2*, $\phi = -0,07, p < 0,05$). Daarentegen werden positieve relaties gevonden met minder communicatieve klassen (*communication klasse 3*, $\phi = 0,10, p < 0,001$ and *klasse 4*, $\phi = 0,29, p < 0,001$).

Een three-way MANOVA (gender*leeftijd*subject klasse) vertoonde geen significante interactie effecten. Wel werd een hoofdeffect van subject klasse gevonden voor alle vijf de gratificatiescores: exploratie ($F(3,1357)=11,58, p < 0,001, \eta^2 = 0,03$), amusement ($F(3,1357)=15,82, p < 0,001, \eta^2 = 0,04$), kennis ($F(3,1357)=4,39, p < 0,001, \eta^2 = 0,01$), escapisme ($F(3,1357)=12,46, p < 0,001, \eta^2 = 0,03$) and sociale inclusie ($F(3,1357)=12,08, p < 0,001, \eta^2 = 0,03$).

Post hoc testen onthulden dat aan de ene kant *subject klasse 4*, bestaande uit tieners die hoge probabiliteiten delen voor het communiceren over alle mogelijk onderwerpen, hoger scoren voor gratificatie scores (met uitzondering van 'kennis'). Aan de andere kant heeft *subject klasse 3*, die de laagste kansen hebben om te praten over verschillende onderwerpen, de laagste gratificatiescores (opnieuw, uitgezonderd voor 'kennis'). *Subject klasse 1* en *2* zijn tussenin te situeren, terwijl *klasse 2* hogere gratificatie scores heeft dan *klasse 3* (uitgezonderd voor 'kennis'). Concluderend geven deze resultaten aan dat hoe meer men over TV praat, hoe hoger de gratificatiescores zullen zijn (Figuur 8).



Figuur 8: Hoofdeffecten op kijkmotieven voor gender*subject klasse

4.3.6 Stiekem kijken?

Om inzicht te verwerven in de machtspositie die ouders hebben in het bepalen van het kijkgedrag van hun tieners, werd gepeild of er binnen de gezinscontext 'verboden' programma's zijn? Zijn er met andere woorden programma's waar tieners niet naar mogen kijken? En waarom? Respondenten werden aan de hand van een ja/nee-vraag gevraagd of er programma's zijn waar ze niet naar mogen kijken. Aan de hand van een open vraag konden ze aangeven welke programma's dit vooral zijn. Daarna werd gepeild waarom deze programma's verboden zijn: omwille van het uur van uitzending, te griezelig, te gewelddadig, te bloot, onbeleefde, vulgaire taal of mama, papa, broer of zus wil naar iets anders kijken. Meerdere antwoorden waren mogelijk. Daarna werd gevraagd of de verboden programma's stiekem toch bekeken worden.

15,2% van de respondenten zegt dat er 'verboden' programma's zijn, 84,8% zegt van niet. De meeste jongeren geven aan dat vooral erotische en pornografische programma's, programma's met een 16+ of 18+ label verboden zijn. 'Sexcetera' op 2BE wordt vaak als voorbeeld aangehaald. Naast seksueel expliciete programma's blijkt vooral reality-TV tegen de borst van de ouders te stoten (vb. *Big Brother*, *Temptation Island*,...). Verder geven sommige jongeren aan niet naar de telenovela *David*, de soaps *Familie* of de animatieserie *South Park* te mogen kijken.

Van de 15,2% jongeren die niet naar bepaalde programma's mag kijken, geeft 62,4% 'te bloot' als reden aan. 31,6% zegt dat de vulgaire taal de reden is, 26,5% het uur van uitzending, 19,1% het gewelddadig karakter en 13% het horrorgehalte verantwoordelijk zijn voor het niet mogen kijken naar bepaalde programma's. 55,9% van de jongens en 45,6% van de meisjes geven aan stiekem toch naar verboden programma's te kijken, dit verschil is niet significant.

Jongens (17,5%) geven significant meer aan dan meisjes (13%) dat ze bepaalde programma's niet mogen bekijken ($\chi^2(1)=6,16 - p=0,00$). 68,5% van de jongens geeft aan dat hij niet mag kijken naar deze programma's omdat ze 'te bloot' zijn versus 52% van de meisjes ($\chi^2(1)=4,38 - p=0,02$). Jongeren uit het ASO (20%) geven het vaakst (TSO 14%, BSO 9,7%, KSO 7,4%) aan dat er programma's zijn waar ze niet mogen naar kijken van hun ouders. Dit verschil is significant ($\chi^2(3)=21,92 - p=0,00$).

Vooraf jongere tieners (14-en 15-jarigen) geven aan dat ze bepaalde programma's niet mogen bekijken. Hoe ouder ze zijn, hoe minder programma's verboden zijn ($\chi^2(5)=37,99$ - $p=0,00$). Opvallend is dat tieners van 14 jaar veel vaker (50%) dan oudere tieners aangeven niet naar programma's te mogen kijken omdat ze te gewelddadig zijn ($\chi^2(5)=28,03$ - $p=0,00$).

Jongeren van allochtone afkomst, zowel de eerste (35,9%) als tweede generatie (21,2%), geven significant vaker aan dat ze een programma niet mogen bekijken van hun ouders dan autochtone jongeren (13,8%) ($\chi^2(3)=26,05$ - $p=0,00$). Er zijn geen significante verschillen voor wat de redenen betreft.

Voor wat de sociaal economische status van de ouders betreft, vonden we geen significante verschillen voor verboden programma's.

4.3.7 Favoriete TV-zenders

Aan de hand van een open vraag (*Wat zijn je 3 favoriete TV-zenders? Vul in*) bekwamen we informatie over welke zenders de voorkeur genieten van Vlaamse jongeren. De top vijf van alle jongeren ziet er als volgt uit:

1. VT4 (20,9%)
2. 2BE (17,7%)
3. VTM (14,9%)
4. Eén (8,3%)
5. TMF (7,3%)

Muziekzenders vertegenwoordigen 18,4% en TMF wordt hierbij het meest genoemd. Als we de muziekzenders niet opnemen in de groep 'commerciële zenders', vertegenwoordigen VT4, 2BE, VTM en VIJFtv samen 57,3% van de voorkeurstemmen van de Vlaamse jongeren. Tellen we hier de muziekzenders bij, dan zitten we aan meer dan 75%. Het valt op dat de openbare omroep het niet goed doet: Eén, CANVAS en Ketnet zijn samen goed voor slechts 9,8% van de stemmen.

Als we het onderwijstype in de analyse opnemen, blijft dezelfde top drie behouden, enkel de vierde en vijfde plaats variëren. Bij de leerlingen van het BSO valt op dat de openbare omroepen het bijzonder slecht doen: Eén komt niet voor in hun top vijf. TMF en MTV nemen respectievelijk de vierde en vijfde plaats in.

De variabele leeftijd levert geen andere top drie op en ook gender brengt geen grote verschillen aan het licht. Als we de resultaten vergelijken voor de tweede generatie allochtoon en gender, bekomen we volgende top vijf (Tabel 27):

Jongen – tweede generatie	Meisje – tweede generatie
1. VT4 (22%)	1.VT4 (18,5%)
2. 2BE (14,5%)	2. VTM (12,1%)
3. VTM (10%)	3. 2BE (11,6%)
4. MTV (8,6%)	4. Kanal D (8,7%)
5. Eurosport (4,5%)	5. Show TV (6,7%)

Tabel 27: Top vijf favoriete TV-zenders allochtonen tweede generatie

Opvallend hierbij is dat vooral meisjes van de tweede generatie Turkse zenders opnemen in hun top vijf (plaats vier en vijf), naast de drie grootste commerciële omroepen van Vlaanderen.

4.3.8 Favoriete TV-programma's

Vraag 13 *Wat zijn je 3 favoriete TV-programma's? Vul in* leverde volgend overzicht op:

1. The Simpsons (VT4) – 5,4%
2. Familie (VTM) – 5 %
3. Code 37 (VTM) – 3,9%
4. House M.D. (2BE) – 3,6%
5. So you think you can dance (VTM) – 3,3%

Deze top vijf ziet er anders uit als we gender in rekening brengen (Tabel 28):

Jongens	Meisjes
1. The Simpsons (8,5%) – comedy	1. Familie (7%) - soap
2. South Park (5,1%) – comedy	2. So you think you can dance (5,8%)
3. House M.D. (3,9%)	3. Code 37 (4,9%)
4. Familie (3,2%) – soap	4. David (4,1%) - telenovela
5. Code 37 (2,9%)	5. One Tree Hill (3,8%) – teen serie

Tabel 28: Top vijf favoriete TV-programma's en gender

Animatie en comedy, de eerder typische mannelijke genres, nemen zowel de eerste als tweede plaats in, in de top vijf van Vlaamse jongens. Soaps, reality-TV, telenovelas en teenseries (de eerder vrouwelijke genres) maken dan weer de top vijf uit van Vlaamse meisjes (cf. Bonfadelli, 1993: 249; Eggermont, 2006: 757, Roe, 2000: 16).

4.3.9 DVD's?

Meer dan een op vier Vlaamse jongeren (27,5%) geeft aan naar TV-programma's op DVD te kijken. Dit werd bevraagd aan de hand van vraag 14 *Bekijk je TV-programma's op DVD? En zo ja, welke 3 TV-programma's heb je onlangs op DVD bekeken? Vul in.* Significant meer meisjes dan jongens (30,6% versus 24,6%) bekijken TV-programma's op DVD en ook onderwijstype levert significante verschillen op ($\chi^2(3)=16,49$ – $p= 0,00$) (Tabel 29). Jongeren uit het ASO kijken het meest naar DVD's (33,2%), KSO-leerlingen het minst (22,2%).

Bekijk je TV-programma's op DVD? * welke onderwijstype volg je? Crosstabulation

			welke onderwijstype volg je?				Total
			ASO	TSO	BSO	KSO	
Bekijk je TV-programma's op DVD?	nee	Count	415	384	295	21	1115
		% within Bekijk je TV-programma's op DVD?	37,2%	34,4%	26,5%	1,9%	100,0%
		% within welke onderwijstype volg je?	66,8%	76,8%	75,3%	77,8%	72,4%
		% of Total	26,9%	24,9%	19,2%	1,4%	72,4%
	ja	Count	206	116	97	6	425
		% within Bekijk je TV-programma's op DVD?	48,5%	27,3%	22,8%	1,4%	100,0%
		% within welke onderwijstype volg je?	33,2%	23,2%	24,7%	22,2%	27,6%
		% of Total	13,4%	7,5%	6,3%	,4%	27,6%
Total		Count	621	500	392	27	1540
		% within Bekijk je TV-programma's op DVD?	40,3%	32,5%	25,5%	1,8%	100,0%
		% within welke onderwijstype volg je?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	40,3%	32,5%	25,5%	1,8%	100,0%

Tabel 29: Chi² toets TV-programma's op DVD en onderwijstype

We vonden geen significante verschillen qua leeftijd, generatie allochtoon en sociaal-economische status van de moeder. De sociaal-economische status van de vader daarentegen leverde wel significante verschillen op ($Chi^2(3) = 15,90 - p=0,00$). Indien de vader een bediende-status heeft, betekent dit dat de jongeren het vaakst DVD's bekijken (33,3%), van de jongeren van wie de vader intermediair tewerkgesteld is kijkt 24% en van de jongeren van wie de vader arbeider is kijkt 23%.

De top vijf van laatst bekeken TV-programma's op DVD ziet er als volgt uit (Tabel 30):

Jongens	Meisjes
1. The Simpsons – comedy/animatie	1. One Tree Hill – teen series
2. Lost	2. Prison Break
3. South Park – comedy/animatie	3. Friends – comedy
4. Prison Break	4. Lost
5. Friends – comedy	5. FC De Kampioenen - comedy

Tabel 30: Top vijf laatst bekeken TV-programma's op DVD

We vermelden nog dat de zesde plaats bij meisjes wordt ingenomen door zowel *Gossip Girl* als *Grey's Anatomy*. Het valt hierbij op dat Amerikaanse fictie bijzonder populair is onder jongeren, althans voor het bekijken op DVD. Dit is ook niet verwonderlijk, aangezien een groot deel van het aanbod op onze Vlaamse televisiezenders bestaat uit geïmporteerde Amerikaanse content (Biltereyst, 1995; De Bens & de Smaele, 2001; Chalaby, 2006). Zoals eerder aangehaald, zijn humor en animatie wederom populair onder Vlaamse jongens (cf. supra).

4.3.10 Telenovelas en teen series

In het kader van het doctoraat van Fien Adriaens (focus op telenovelas en allochtone meisjes) en Elke Van Damme (focus op teen series en jongeren), en met het oog op verder kwalitatief onderzoek, vroegen we onze respondenten of ze volgende TV-programma's bekeken: *Gossip Girl*, *Skins*, *Dawson's Creek*, *Sara*, *Louislouse*, *W817*, *16+*, *David*, *90210*, *Melrose Place*, *One Tree Hill*, *Spring*, *Degrassi: The Next Generation* en *Amika*.

Onderstaande tabel geven eerst een globaal overzicht (Tabel 31) van het aantal jongeren dat positief antwoordde op de vraag 'Kijk/keek je naar onderstaande programma's?'. Vervolgens wordt er een onderscheid gemaakt naar gender. Nadien bespreken we elke serie/telenovela individueel en kijken we of deze verschillen al dan niet significant zijn. Opvallend zijn de cijfers voor de Vlaams geproduceerde series *Amika*, *W817*, *16+* en *Spring*. Deze teen series behoren allemaal tot de meest bekeken series, enkel *One Tree Hill* scoort ook hoog. Het is bovendien belangrijk op te merken dat programma's uitgezonden op Ketnet, de Vlaamse publieke kinder- en jeugdzender van VRT, het meest bekeken worden/werden door de Vlaamse jongeren. Enkel *16+* (Eén) en *One Tree Hill* (2BE) doen het even goed. Deze resultaten moeten echter genuanceerd worden, aangezien onze vraagstelling was *Bekijk/bekeek je deze TV-programma's? (kruis aan, meerdere antwoorden zijn mogelijk)*. We kunnen bijgevolg geen uitspraken doen over de populariteit van de programma's en de betreffende zenders. Enkel het Amerikaanse programma *One Tree Hill* stond ook in de top vijf van populairste TV-programma's bij meisjes.

	Algemeen	Meisjes	Jongens
Sara	49,3%	68,8%	29,8%
Louislouse	51,6%	66,3%	37%
David	34,7%	39,7%	29,7%
Amika	15,2%	23,4%	7,1%
Gossip Girl	10,8%	19,3%	2,4%
Skins	12,1%	13,7%	10,4%
Dawson's Creek	10,4 %	15,6%	5,1%
W817	52,1%	59%	45,3%
16+	29,3%	33,9%	24,6%
90210	1,3%	1,3%	1,3%
Melrose Place	1,0%	1,4%	0,7%
One Tree Hill	35,6%	47%	24,2%
Spring	27,3%	35,3%	19,2%
Degrassi: The Next Generation	13,4%	21,3%	5,4%

Tabel 31: Overzicht tienerseries en telenovelas volgens gender

Telenovelas (*Sara*, *LouisLouise* en *David*) worden algemeen meer door meisjes dan door jongens bekeken en significante verschillen werden ook vastgesteld voor generatie allochtoon. Tweederde (66,6%) van de autochtone respondenten geeft aan naar telenovelas te kijken, tegenover 36,9% allochtonen van de eerste generatie en 48,5% van de tweede generatie.

Sara

68,8% van de meisjes geven aan naar *Sara* te kijken/gekeken te hebben, tegenover 29,8% van de jongens. Deze verschillen zijn significant ($\chi^2(1) = 231,6 - p = 0,00$). Ook onderwijstype, generatie allochtoon en leeftijd leverden significante verschillen op. Zo kijken vooral leerlingen uit het BSO (55,4%) naar *Sara*, gevolgd door ASO-leerlingen (48,4%), TSO (46,4%) en KSO (37%). Eerste generatie allochtonen kijken het minst, autochtonen het

meest. Jongeren van de tweede generatie geven in 34% van de gevallen aan naar *Sara* te kijken. Wat betreft leeftijd zien we een piek bij 15-jarigen (56,5%), om nadien in dalende lijn te gaan naarmate de jongeren ouder worden (vb. 19-jarigen: 39,1%).

Louislouise

Identieke bevindingen kunnen vastgesteld worden voor de telenovela *Louislouise* met één uitzondering: we stelden geen significante verschillen vast voor de variabele onderwijstype. De percentages van het aantal kijkers zijn echter wel hoog (ASO 49,3% - TSO 51,1% - BSO 55,8% - KSO 55,6%).

David

Minder respondenten gaven aan naar *David* te kijken (cf. kijkcijfers), maar significante verschillen zijn opnieuw vastgesteld voor de vier variabelen gender, onderwijstype, generatie allochtoon en leeftijd. 39,7% van de meisjes kijkt/keek naar *David* tegenover 29,7% van de jongens. Vooral leerlingen uit het TSO en BSO volgden *David*, autochtonen meer dan allochtonen en ook deze telenovela is het populairst bij de vijftienjarigen.

Jongens kijken significant minder naar teen series dan meisjes ($M=0,13$ versus $M=0,25$) wat bevestigt dat dit genre vooral onder de Vlaamse meisjes populair is. Ze kijken namelijk naar 25% van de 11 opgesomde tienerseries. Ook leeftijd, onderwijstype en generatie leveren significante verschillen op. Tot de leeftijd van 17 jaar kijken jongeren naar meer teen series en een daling in de interesse naar dit soort programma's is vastgesteld vanaf 17 jaar. De significante verschillen voor onderwijstype ($F(3)=10,50 - p=0,00$) situeren zich tussen leerlingen van het ASO ($M=0,21$) versus TSO ($M=0,19$) en BSO ($M=0,16$). Significante verschillen vonden we ook terug tussen leerlingen uit het TSO en BSO. Voor de variabele generatie werden significante verschillen teruggevonden tussen autochtonen ($M=0,19$) en allochtonen van de tweede generatie ($M=0,15$) en tussen allochtonen van de eerste ($M=0,19$) en tweede generatie.

Amika

Significante verschillen werden gevonden voor gender, generatie en leeftijd. Jongens kijken significant minder naar *Amika* en autochtone jongeren kijken het meest (16,3% versus 7,7% eerste generatie en 7,8% tweede generatie). Hoe ouder men wordt, hoe minder Vlaamse jongeren naar *Amika* kijken. Veertienjarigen scoren het hoogst (23,2%) maar we stellen een dalende lijn vast naarmate de respondenten ouder worden (vb. 19-jarigen 2,2%).

Gossip Girl

Meisjes kijken significant ($Chi^2(1)=114,01 - p=0,00$) meer naar de Amerikaanse serie *Gossip Girl* dan jongens (19,3% versus 2,4%). Leerlingen uit het ASO en KSO kijken significant meer naar de serie dan leerlingen uit TSO en BSO en een andere opmerkelijke vaststelling is dat er significante verschillen zijn voor generatie allochtoon. In tegenstelling tot de telenovelas kijken jongeren van de eerste generatie het meest naar *Gossip Girl* (23,1%), gevolgd door allochtonen van de tweede generatie (10,7%) en autochtonen (10,1%). Er zijn dus geen significante verschillen tussen autochtonen en allochtonen van de tweede generatie. Leeftijd leverde evenmin significante verschillen op. De serie nam eveneens de zesde plaats in bij laatst bekeken TV-programma's op DVD van Vlaamse meisjes.

Skins

10,4% van de jongens kijkt/keek naar *Skins*, tegenover 13,7% van de Vlaamse meisjes. Deze verschillen zijn significant ($Chi^2(1)= 4,14 - p= 0,04$). Onderwijstype en leeftijd leverden

geen significante verschillen op, generatie wel. Zo wordt de Britse serie bekeken door 21,5% van de eerste generatie tegenover 12,2% en 5,8% van de autochtonen en tweede generatie.

Dawson's Creek

Ook *Dawson's Creek* wordt significant meer door meisjes dan jongens bekeken. Vooral leerlingen uit het KSO geven aan deze serie te bekijken of bekeken te hebben (25% versus ASO 11,4% - TSO 8,7% - BSO 9,8%). Leeftijd blijkt voor deze series wél een bepalende factor te zijn: vooral 17- en 18-jarigen kijken naar de serie (16,2% en 13,7%). Generatie daarentegen levert geen significante verschillen op.

W817

We vonden significante verschillen voor alle variabelen behalve voor leeftijd. 59% van de Vlaamse meisjes versus 45,3% van de jongens kijkt naar *W817*, en bovendien vooral leerlingen van het ASO (58,6% - TSO 52,8% - BSO 40,8% - KSO 51,9%). De serie wordt vooral door autochtonen bekeken (54%), gevolgd door jongeren uit de eerste generatie (40%) en vervolgens de tweede generatie (37,3%).

16+

Zowel gender, generatie als leeftijd leverden significante verschillen op. Meer meisjes dan jongens bekeken de Vlaamse serie (uitgezonderd op Eén), autochtonen (30,6%) significant meer dan allochtonen (eerste generatie 16,9% - tweede generatie 21,4%). Vooral bij 14-, 15- en 16-jarigen blijkt de serie populair te zijn (respectievelijk 31,1%, 33,6% en 30,9%).

90210

Er werden geen significante verschillen vastgesteld voor onze vier variabelen gender, onderwijstype, generatie en leeftijd. Zowel 1,3% van de Vlaamse meisjes als jongens kijkt naar *90210*.

Melrose Place

Ook voor deze Amerikaanse serie werden geen significante verschillen gevonden voor de vier variabelen. 1,4% van de meisjes kijkt naar dit programma, tegenover 0,7% van de jongens.

One Tree Hill

Enkel de variabele gender levert significante ($\chi^2(1) = 86,75 - p=0,00$) verschillen op: 47% van de Vlaamse meisjes kijkt naar deze Amerikaanse serie, tegenover 24,2% van de jongens. Deze serie nam de vijfde plaats in, in de top 5 van meest favoriete TV-programma's van meisjes, en stond op de eerste plaats van laatst bekeken TV-programma op DVD, wederom van Vlaamse meisjes.

Spring

Significante verschillen werden gevonden voor alle variabelen, behalve generatie. Ook voor deze serie is het zo dat meisjes meer kijken dan jongens. Leerlingen uit het BSO kijken het minst (20,1%), gevolgd door ASO-leerlingen (28,9%), TSO (30,6%) en KSO (32,1%). *Spring* is vooral populair bij 14- tot 17-jarigen (respectievelijk 28,2%, 28,5%, 27,5% en 30,9%), en kan de 18- en 19-jarigen opmerkelijk minder bekoren (18,3% en 17,4%).

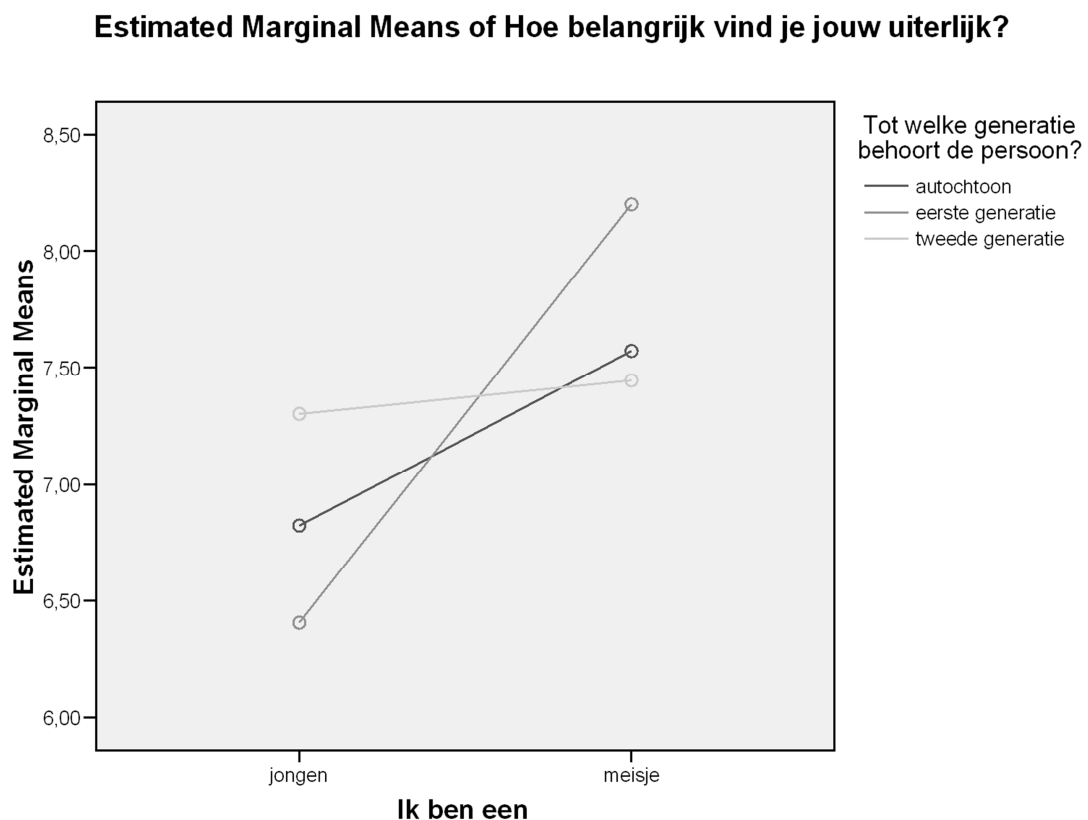
Degrassi: The Next Generation

Dezelfde variabelen (gender, onderwijstype en leeftijd) leveren significante verschillen op. Meisjes kijken meer dan jongens (21,3% versus 5,4%) en vooral leerlingen uit het ASO (18,2%) en KSO (25,9%) bekijken deze Canadese serie. *Degrassi* is bovendien het populairst onder 16- en 17-jarigen (respectievelijk 17,8% en 15,4%).

4.4 Mijn lichaam en ik

4.4.1 Belang uiterlijk

Op de vraag *Hoe belangrijk vind je jouw uiterlijk?* (tienpuntschaal: 0= helemaal niet belangrijk, 5= tussen de twee, 10 = super belangrijk) antwoorden Vlaamse jongeren gemiddeld 7,2 (SD=1,82). Gender speelt hierbij een belangrijke verklarende variabele en de gevonden verschillen zijn bijgevolg significant. Meisjes geven een waarde van 7,6 aan voor het belang van hun uiterlijk, jongens daarentegen 6,8 ($t(1540)=-8,55 - p=0,00$). Meisjes vinden hun uiterlijk dus belangrijker dan jongens. Voor de variabele leeftijd zijn geen significante verschillen op te merken ($F(5)=1,13 - p=0,34$), idem voor opleiding ($F(3)= 0,424 - p=0,74$) en generatie ($F(1)= 0,577 - p= 0,56$). Als we de variabelen gender en leeftijd samen in de analyse opnemen, bekomen we wederom geen significante verschillen ($F(5)=10,215 - p=0,67$). Dat is wel zo voor de combinatie gender en generatie ($F(2)=24,72 - p=0,02$). Onderstaand model (Figuur 9) illustreert deze bevindingen. Het valt op dat er weinig verschillen zijn tussen jongens en meisjes van de tweede generatie en het belang dat ze hechten aan hun uiterlijk, dit in tegenstelling tot jongens en meisjes van de eerste generatie en autochtonen.



Figuur 9: Belang uiterlijk en autochtoon/allochtoon

4.4.2 Tevredenheid lichaam

Aan de hand van dertien stellingen over uiterlijke schoonheid (vijfpuntschaal) werd gepeild naar de tevredenheid over het eigen lichaam en hoeveel belang jongeren hechten aan hun uiterlijk. Als we deze 13 stellingen individueel gaan bekijken voor de variabele gender, zien we voor elke individuele stelling significante genderverschillen opduiken. Jongens zijn meer tevreden over hun eigen lichaam dan meisjes en ze vinden significant ($F(1538)=21,61 - p=0,00$) meer dat ze er mooi uitzien (jongens gemiddeld 2,27 versus meisjes 1,90). Deze

resultaten gaan ook op voor de stelling *Ik vind dat ik er sexy uitzie, ik vind dat ik er gespierd uitzie* en *Ik ben tevreden over mijn gewicht*. Meisjes kijken significant meer hoe ze eruit zien, voor ze de deur uitgaan, dan jongens. Ze dragen ook meer kleren waar ze er goed in uitzien, controleren hun uiterlijk in de spiegel significant meer dan jongens en ze geven aan veel tijd nodig te hebben om zich klaar te maken voor een feestje ($M=2,50$ versus $M=1,46$). Vlaamse meisjes vinden het belangrijk er goed uit te zien, alsook wat andere mensen van hun uiterlijk vinden. Ze besteden significant meer aandacht aan hun kapsel dan jongens en proberen hun uiterlijk te verbeteren, meer dan jongens.

Als we de variabele leeftijd, uitgedrukt in graden, in rekening nemen, merken we volgende interessante verschillen op (Tabel 32):

- Leerlingen uit de tweede graad zijn gemiddeld gezien het minst tevreden over het eigen lichaam, geven het meest aan veel tijd nodig te hebben om zich klaar te maken voor een feestje en proberen hun uiterlijk het meest te verbeteren (in vergelijking met de leerlingen uit de eerste en derde graad).
- Hoe hoger de graad waarin de Vlaamse jongere zich bevindt, hoe mooier men zichzelf vindt. Dit geldt eveneens voor de stelling 'ik vind dat ik er sexy uit zie'. We merken ook op dat hoe ouder iemand wordt/hoe hoger de graad, hoe vaker de jongere controleert hoe er uit te zien voor de deur wordt uitgegaan of hoe vaker men het uiterlijk controleert in de spiegel.

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Ik ben tevreden over mijn eigen lichaam	Between Groups	9,802	2	4,901	5,045	,007
	Within Groups	1442,460	1485	,971		
	Total	1452,261	1487			
ik vind dat ik er mooi uit zie	Between Groups	16,788	2	8,394	9,719	,000
	Within Groups	1275,574	1477	,864		
	Total	1292,361	1479			
ik vind dat er sexy uit zie	Between Groups	25,287	2	12,643	11,022	,000
	Within Groups	1688,571	1472	1,147		
	Total	1713,858	1474			
ik vind dat ik er gespierd uit zie	Between Groups	2,892	2	1,446	1,028	,358
	Within Groups	2085,411	1482	1,407		
	Total	2088,303	1484			
ik ben tevreden over mijn gewicht	Between Groups	8,154	2	4,077	2,256	,105
	Within Groups	2671,329	1478	1,807		
	Total	2679,482	1480			
Voor ik de deur uit ga, kijk ik hoe ik er uit zie	Between Groups	9,103	2	4,551	3,109	,045
	Within Groups	2176,753	1487	1,464		
	Total	2185,855	1489			
ik draag kleren waar ik er goed in uit zie	Between Groups	,635	2	,318	,417	,659
	Within Groups	1131,397	1486	,761		
	Total	1132,032	1488			
ik controleer mijn uiterlijk in de spiegel	Between Groups	10,052	2	5,026	4,059	,017
	Within Groups	1845,150	1490	1,238		
	Total	1855,202	1492			
ik heb veel tijd nodig om me klaar te maken als ik naar een feestje ga	Between Groups	18,558	2	9,279	5,416	,005
	Within Groups	2545,715	1486	1,713		
	Total	2564,273	1488			
het is belangrijk dat ik er goed uit zie	Between Groups	2,659	2	1,329	1,306	,271
	Within Groups	1510,183	1483	1,018		
	Total	1512,842	1485			
ik vind het belangrijk wat mensen van mijn uiterlijk vinden	Between Groups	1,821	2	,911	,630	,533
	Within Groups	2150,815	1488	1,445		
	Total	2152,637	1490			
ik besteed aandacht aan mijn kapsel	Between Groups	8,307	2	4,154	2,879	,056
	Within Groups	2140,797	1484	1,443		
	Total	2149,104	1486			
ik probeer mijn uiterlijk te verbeteren	Between Groups	13,944	2	6,972	5,346	,005
	Within Groups	1938,094	1486	1,304		
	Total	1952,038	1488			

Tabel 32: Anova analyse: tevredenheid uiterlijk en onderwijstype

De variabele opleiding brengt naar voor dat leerlingen uit het ASO meer tevreden zijn over het eigen lichaam dan leerlingen uit andere opleidingen. Als we kijken naar de individuele stellingen, kom volgende significante verschillen aan het licht:

- Ik vind dat ik er mooi uit zie: ASO (M=2,16) versus BSO (M=2,00)
- Ik vind dat ik er gespierd uit zie: ASO (M=1,87) versus BSO (M=1,23), ASO versus KSO (M=0,71) en TSO (M=1,37) versus KSO. We merken hier echter op dat onze

groep KSO-leerlingen enkel bestaat uit vrouwelijke respondenten en onze respondenten uit het technisch- en beroepsonderwijs vooral uit mannelijke respondenten bestaat. Het is voor jongens, meer dan voor meisjes, maatschappelijk aanvaard en verwacht gespierd te zijn.

- Ik heb veel tijd nodig om me klaar te maken als ik naar een feestje ga: ASO ($M=1,88$) versus BSO ($M=2,14$) en TSO ($M=1,96$) versus BSO. Leerlingen van het BSO besteden dus het meest tijd om zich klaar te maken, voordat ze naar een feestje gaan; ASO-leerlingen het minst.

Generatie opnemen in de analyse levert voor volgende vier stellingen een significant verschil op:

- Ik ben tevreden over mijn eigen lichaam: significante verschillen tussen autochtonen en mensen van de tweede generatie. Deze laatste zijn significant meer tevreden over het eigen lichaam dan autochtone jongeren ($F(2)=3,34 - p= 0,036$).
- ik vind dat ik er mooi uit zie: Vlaamse autochtone jongeren voelen zich significant minder vaak mooi dan jongeren uit de eerste en tweede generatie ($F(2)=10,23 - p=0,00$).
- ik vind dat ik er sexy uitzie: jongeren van de eerste en tweede generatie voelen zich significant vaker sexy dan autochtone jongeren ($F(2)=8,19 - p=0,00$).
- Voor ik de deur uitga, kijk ik hoe ik er uit zie: autochtone jongeren kijken significant minder vaak voor ze de deur uitgaan, hoe ze eruit zien ($F(2)=3,07 - p=0,047$).

4.4.3 Seksuele oriëntatie

49,4% van de Vlaamse jongeren geeft aan op meisjes te vallen, 46,3% valt op jongens, 2,9% op beiden en 1,0% weet het nog niet zo goed. Een half procent antwoordt liever niet op deze vraag.

Als we gender in de analyse opnemen (Tabel 33), komen we tot volgende bevindingen:

Gender	Meisje	Jongen
Lesbisch/homo	2,7%	2,9%
Hetero	90,7%	94,9%
Biseksueel	4,3%	1,5%
Onbepaald	2,3%	0,7%

Tabel 33: Seksuele oriëntatie en gender

We kunnen geen uitspraken door voor generatie en seksuele geaardheid jongens/meisjes aangezien de cellen lesbisch/homo, biseksueel en onbepaald minder dan 5 respondenten bevat voor eerste en tweede generatie. Zelfs na het samennemen van beide generaties, blijft hetzelfde probleem van kracht.

4.4.4 Seksuele ervaring

We vroegen onze respondenten te antwoorden op volgende zes vragen:

- Ben je al eens verliefd geweest?
- Heb je een lief (gehad)?
- Heb je wel al eens met iemand getongzoend?
- Heb je al eens gestreeld of gevoeld?
- Heb je wel al eens seks gehad?
- Heb je wel al eens seks gehad met iemand zonder dat hij/zij je lief was?

De ondervraagde jongeren hadden de mogelijkheid om op bovenstaande vragen positief, negatief of 'zeg ik liever niet' te antwoorden. Aan de hand van deze vragen peilden we naar de seksuele ervaring van Vlaamse jongeren. Door gebruik te maken van een latente

clusteranalyse (LCA, $L^2(677)=609,6069 - p=0,97$) waren we in staat om vier clusters te onderscheiden. Deze clusters zijn:

1. *De seksueel ervaren jongeren*: 42,8% van de totale populatie behoort hiertoe. Deze groep jongeren heeft in 96,3% van de gevallen al seks gehad en 43,0% heeft bovendien al seks gehad met iemand die niet zijn/haar lief was.
2. *Middelmatig seksueel ervaren jongeren*: 39,6% van de totale populatie. Deze groep geeft aan nauwelijks al seks gehad te hebben maar 57,0% heeft al iemand gestreeld en 75,5% geeft aan al getongzoend te hebben.
3. *Tegenstrijdig seksueel ervaren jongeren*: 12,5% van de totale populatie. Leden van deze groep geven aan nauwelijks al een lief gehad of gezoend te hebben maar ruim 24% heeft wel al seks gehad en meer dan 34% geeft aan seks gehad te hebben met iemand die niet zijn/haar lief was. Naar alle waarschijnlijkheid kunnen we stellen dat de jongeren die tot deze cluster behoren de vraag niet ernstig ingevuld hebben. Ondanks deze bevindingen, hebben we er toch voor gekozen om dit model op te nemen aangezien de eerste twee clusters verantwoordelijk zijn voor 83% van de sample en, net als cluster 4, consistente antwoorden gaven. Voor de verdere analyse zullen we echter deze cluster niet opnemen in de analyse, net omwille van de inconsistentie in hun antwoordcategorieën.
4. *Zeggen hier liever niets over*: 5,1% van onze populatie. Deze groep van jongeren kruiste vooral de antwoordcategorie 'zeg ik liever niet' aan bij de vragen die peilden over zoenen, strelen, seks en seks zonder lief.

Na het doorvoeren van deze latente clusteranalyse kwamen we tot volgende bevindingen:

- Significante verschillen zijn merkbaar voor seksuele ervaring en de variabele leeftijd ($Chi^2(10)=224,91 - p=0,00$): we vinden meer seksueel ervaren jongeren en minder seksueel onervaren jongeren in de oudere leeftijdsgroepen. De groep die hier liever niets over zegt, bestaat vooral uit 14-jarigen.
- Geen significante verschillen werden gevonden voor gender en seksuele ervaring ($Chi^2(2)=1,39 - p=0,50$).
- Seksuele ervaring en onderwijstype leverden wel significante verschillen op ($Chi^2(6)=88,59 - p=0,00$). De seksueel ervaren jongeren bestaan vooral uit leerlingen uit het KSO (70,8%) en BSO (64,5%). Leerlingen uit het TSO en ASO zijn het minst vertegenwoordigd, met respectievelijk 47% en 38,5%. ASO-leerlingen vertegenwoordigen meer dan de helft (58,8%) van de groep middelmatig ervaren jongeren, TSO-leerlingen 47,2%, tegenover BSO- en KSO-leerlingen die respectievelijk 28,2% en 20,8% voor hun rekening nemen in deze groep. Zowel 8,3% van de KSO- als 7,3% van de BSO-leerlingen antwoordde liever niet op deze vragen, tegenover 5,9% van de leerlingen uit het TSO en 2,7% leerlingen uit het ASO.
- Ook generatie bleek significante verschillen op te leveren ($Chi^2(4)=28,10 - p=0,00$) voor het aantal seksueel ervaren autochtonen en de eerste en tweede generatie allochtonen. Allochtonen van de eerste generatie vormen de grootste groep van de seksueel ervaren jongeren, gevolgd door autochtonen en allochtonen van de tweede generatie. De middelmatig seksueel ervaren jongeren bestaan vooral uit autochtonen en allochtonen van de tweede generatie en vooral allochtonen (eerste en tweede generatie) wensen niet te antwoorden op deze vragen (Tabel 34).

clusterzonderdrie * Tot welke generatie behoort de persoon? Crosstabulation

			Tot welke generatie behoort de persoon?			Total
			autochtoon	eerste generatie	tweede generatie	
clusterzonderdrie	1,00	Count	578	30	39	647
		% within clusterzonderdrie	89,3%	4,6%	6,0%	100,0%
		% within Tot welke generatie behoort de persoon?	48,8%	50,8%	44,8%	48,6%
		% of Total	43,4%	2,3%	2,9%	48,6%
	2,00	Count	557	18	41	616
		% within clusterzonderdrie	90,4%	2,9%	6,7%	100,0%
		% within Tot welke generatie behoort de persoon?	47,0%	30,5%	47,1%	46,3%
		% of Total	41,8%	1,4%	3,1%	46,3%
	4,00	Count	50	11	7	68
		% within clusterzonderdrie	73,5%	16,2%	10,3%	100,0%
		% within Tot welke generatie behoort de persoon?	4,2%	18,6%	8,0%	5,1%
		% of Total	3,8%	,8%	,5%	5,1%
Total		Count	1185	59	87	1331
		% within clusterzonderdrie	89,0%	4,4%	6,5%	100,0%
		% within Tot welke generatie behoort de persoon?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	89,0%	4,4%	6,5%	100,0%

Tabel 34: Chi² toets seksuele ervaring en autochtoon/allochtoon

- Generatie en geslacht samen opnemen in de analyse leverde geen significante resultaten op ($F(2)=1,06 - p=0,35$).

4.4.5 Informatiezoekgedrag

We vroegen de jongeren waar ze informatie over seks haalden, aan de hand van een vijfpuntenschaal. De top drie van meest geraadpleegde informatiekanalen zijn:

1. Leeftijdsgenoten/peers (soms tot meestal)
2. Internet (zelden tot soms)
3. Televisie (zelden tot soms)

Opvallende resultaten duiken op voor informatiebrochures: zij worden het minst geraadpleegd, gevolgd door broer/zus en ouders.

Na het opnemen van de variabele gender in onze analyse, kwamen voor alle informatiekanalen significante verschillen naar voren. Meisjes geven, meer dan jongens, aan de ouders, broer/zus, peers, school, tijdschriften en informatiebrochures te raadplegen. Jongens daarentegen doen vaker dan meisjes een beroep op televisie en internet. De variabele generatie brengt significante verschillen aan het licht voor de informatiekanalen

ouders, peers en school. Autochtonen informeren zich gemiddeld het meest bij de ouders maar het minst via school. Jongeren van de eerste generatie informeren zich het meest bij hun peers. De variabele leeftijd brengt volgende significante verschillen aan de oppervlakte:

- Significante verschillen voor het informeren via vriendjes (piek op 16-17 jaar) ($F(4)=2,87 - p=0,02$). Deze verschillen bevinden zich tussen 15- en 18-jarigen, 16- en 18-jarigen en 17- en 18-jarigen.
- Significante verschillen voor het informeren via school: hoe ouder men wordt, hoe minder men zich informeert via school ($F(4)=3,94 - p=0,00$). Significante verschillen werden gevonden tussen 14- en 17-, 18-jarigen; 15- en 17-, 18-jarigen; en 16- en 17-, 18-jarigen.
- Significante verschillen voor het informeren via informatiebrochures (piek rond 16 jaar, minst bij 14- en 15-jarigen) ($F(4)=2,96 - p=0,02$) tussen 14- en 16-jarigen; en 15- en 16-jarigen.

De belangrijkste significante verschillen voor opleidingsniveau zijn:

- Informeren via ouders: ASO-leerlingen ($M=1,02$) informeren zich significant meer bij de ouders dan leerlingen van het TSO ($M=0,78$) of BSO ($M=0,80$).
- Informeren via peers: leerlingen uit het BSO informeren zich significant minder bij hun peers dan ASO- en TSO-leerlingen.
- Informeren via school: ASO-leerlingen ($M=1,46$) versus TSO- ($M=1,20$) en BSO-leerlingen ($M=1,13$).
- Informeren via tijdschrift: leerlingen uit het ASO informeren zich significant meer via een tijdschrift dan BSO-leerlingen.
- Informeren via informatiebrochures: ASO-leerlingen informeren zich significant meer dan TSO- en BSO-leerlingen via informatiebrochures.
- Informeren via televisie: leerlingen uit het BSO ($M=1,04$) vertonen significante verschillen met ASO- ($M=1,24$) en TSO-leerlingen ($M=1,32$).
- Informeren via internet: leerlingen uit het TSO informeren zich significant meer via het internet dan BSO-leerlingen.

5. Besluit

“What you say about what you watch on television serves to define your identity, in terms of age and gender, but also in terms of ethnicity and cultural origin”
(de Block en Buckingham, p. 107).

Hedendaagse jongeren leven in een ‘multi-TV-set omgeving’ waarbij gemiddeld 2,54 TV-toestellen aanwezig zijn per gezin. Deze TV-toestellen zijn verspreid over de gehele woning en ook de eigen slaapkamer van onze Vlaamse jongeren bevat in bijna één op de twee gevallen een TV en dit is een stijging sinds 2001 (zie d’Haenens et al., 2001). Opvallende variabelen hierbij zijn gender en leeftijd: jongens hebben meer een eigen TV dan meisjes en hoe ouder de jongeren zijn, hoe meer kans men heeft een eigen toestel ter beschikking te hebben. Deze cijfers bevestigen voorgaand onderzoek. Ook onderwijstype levert significante verschillen op: leerlingen uit het BSO hebben significant meer een eigen TV-toestel op de kamer dan leerlingen uit andere onderwijstypes. Bovendien hebben jongeren uit de eerste generatie significant meer TV-toestellen dan jongeren van de tweede generatie of autochtonen. Naast ‘oude’ media zijn ook ‘nieuwe’ media goed geïntegreerd in het dagelijks leven van hedendaagse jongeren. Veertig procent gaf namelijk aan de voorbije dag op het Internet te hebben gesurft of sociale netwerksites (zoals Facebook, Netlog,...) bezocht te hebben. Muziek beluisteren blijft een populaire bezigheid onder jongeren, en dit in tegenstelling tot het lezen van kranten, wat niet populair blijkt te zijn onder jongeren. Dit bevestigt vorig onderzoek, uitgevoerd door Roe (2000). Alhoewel Roe aangaf dat vooral jongens weinig interesse tonen in het lezen van kranten, spreken onze resultaten dit tegen. TV kijken blijft de populairste besteding van media en is geïntegreerd in het dagelijks leven van zowel jongens als meisjes. Toch is TV kijken volgens onze studie niet afhankelijk van de variabele gender. Het mediagebruik van jongeren wordt gekenmerkt door multitasken, waarbij GSMs en surfen op het Internet het meest gecombineerd worden met TV kijken. Er is zelfs een groep van 17% die aangeven hun GSM altijd te gebruiken tijdens het TV kijken. Meisjes combineren TV kijken met lezen, sociale netwerksites bezoeken en GSMs, in tegenstelling tot jongens die de voorkeur geven aan gaming tijdens het TV kijken. Dit kan ook gelinkt worden aan de kijkmotieven: meisjes hebben hogere scores voor exploratie en escapisme; jongens verkiezen sociale inclusie als de hoofdreden om TV te kijken. Leeftijd is hierbij ook van belang: oudere jongeren (17-19 jaar) vertonen lagere scores voor amusement, sociale inclusie en escapisme, maar ze hebben wel hogere scores voor kennis dan 14- tot 16-jarigen. Dit kan verklaard worden doordat oudere tieners minder TV kijken doordat ze de voorkeur geven aan andere activiteiten die zich meer buitenshuis situeren. De resultaten uit onze studie bevestigen vorig onderzoek van Sinnaeve et al. (2006): een hoofdeffect voor onderwijstype werd vastgesteld en dit geeft aan dat tieners uit het ASO hoger scoren op amusement dan jongeren uit het BSO. Tenslotte hebben autochtone en allochtone jongeren van de tweede generatie beduidend hogere amusementscores dan eerste generatie allochtonen. Een mogelijke verklaring is het feit dat allochtone jongeren van de eerste generatie de taal nog niet zo goed beheersen en de programma’s minder begrijpen. Daarentegen blijkt dat allochtone jongeren significant vaker aangeven televisie te kijken om kennis op te doen over de wereld dan autochtone jongeren.

De mediarijke slaapkamers van Vlaamse jongeren zou aanleiding kunnen geven tot meer solitair TV kijken (cf. Livingstone, 2007), maar uit onze cijfers blijkt dat 64% van de Vlaamse tieners het meest in de living naar TV kijken. Diegenen die toch de voorkeur geven aan individueel TV kijken maken deel uit van een groep jongeren die de hoogste frequentie hebben voor TV kijken. We kunnen dus besluiten dat het ter beschikking hebben van media op de eigen slaapkamer niet noodzakelijk leidt tot meer individueel mediagebruik (cf. Roe, 2000). Speciale vereisten, zoals het soort programma of een gedeelde interesse, moeten voldaan zijn om samen TV te kijken. Aan de hand van een latente klassen analyse was het mogelijk om vijf latente kijkklassen te onderscheiden in het sociaal kijkgedrag van jongeren.

De eerste kijkklasse wordt gekenmerkt door TV kijken in familieverband, de tweede kijkklasse ook maar er is weinig kans dat iemand van deze klasse samen met zijn/haar lief naar TV kijkt. De derde groep kijkt voornamelijk alleen en hebben bijgevolg ook de macht over de afstandsbediening, kijkklasse vier kijkt vooral met broer of zus en broer of zus heeft ook vaak de macht over de afstandsbediening. Groep vijf kijkt zelden met iemand samen, uitgezonderd zijn of haar lief. Het valt bij deze analyse op dat jongens vooral deel uitmaken van de individuele kijkers tegenover meisjes die duidelijk vaker in groep- of familiecontext TV kijken. Dit kan verklaard worden door het mediabezit: jongens hebben namelijk meer toegang tot een eigen TV, dan meisjes. Meer nog, meisjes kijken vaker TV om escapistische redenen, in tegenstelling tot jongens die hoger scoren op kennis op vlak van kijkmotieven. Maar meisjes die vaak TV kijken samen met broer en/of zus scoren dan weer hoger op kennis dan jongens. Dit kan mogelijk verklaard worden doordat kijken met broer en/of zus tot gevolg heeft dat de tieners minder te zeggen hebben over welk programma ze willen bekijken en dat de programma's die ze samen bekijken een eerder informatief karakter hebben. Jongeren uit het BSO prefereren meer dan jongeren uit ASO of TSO naar het eigen televisietoestel te kijken. Opvallend is ook dat allochtone jongeren van de tweede generatie significant meer aangeven naar de eigen TV te kijken dan autochtonen of eerste generatie allochtonen.

We peilden ook naar de controle over de afstandsbediening en hieruit bleek dat één derde van de jongeren aangeeft zelf de afstandsbediening in handen te hebben en ongeveer één vierde beslist samen met de andere gezinsleden waar naar gekeken wordt. In één op vijf Vlaamse huisgezinnen heeft vader of moeder de controle over de afstandsbediening. Deze cijfers moeten echter genuanceerd worden aangezien een op twee jongeren een eigen TV op de kamer heeft. Meisjes hebben minder dan jongens de afstandsbediening in handen als er in familiecontext gekeken wordt en bovendien geven meisjes vooral de moeder aan als bezitter. Dezelfde bevinding werd vastgesteld voor jongens en hun vader. Dit kan verklaard worden doordat meisjes vooral samen met de moeder naar TV kijken en jongens vaker met hun vader.

TV en TV-programma's blijken een gespreksonderwerp onder jongeren en familieleden te zijn (cf. Livingstone, 2002) en aan de hand van een klassenanalyse onderscheiden we hoog communicatieve en minder communicatieve profielen onder de jongeren. Deze communicatiepatronen verschillen voor jongens en meisjes. Zo praten meisjes frequenter dan jongens over televisie. Meisjes blijken veel vaker dan jongens met hun moeder over TV te praten, dit hangt samen met het feit dat meisjes ook vaker met hun moeder TV kijken. Een duidelijke link tussen kijkpartner en communicatiepartner is dus zichtbaar. Over het algemeen scoren leerlingen uit het ASO hoger op de TV talk schaal dan jongeren uit het TSO, KSO of BSO. Tweede generatie allochtonen blijken significant minder met hun vader over TV te praten dan eerste generatie allochtonen en autochtonen. Tenslotte hebben jongeren met een hoog communicatief profiel een hogere amusementsscore dan jongeren die minder over TV praten. Als jongeren over TV praten, gaat het meestal over wat er in de voorbije aflevering is gebeurd, gevolgd door grapjes en bepaalde uitspraken van personages, de personages zelf, wat er in de volgende aflevering kan gebeuren, de acteurs en hun kledij. Opvallend is dat er maar zelden over de programmamaker of de regisseur wordt gepraat, met uitzondering van leerlingen uit het KSO. Meisjes hebben de hoogste kansom over alle soorten TV-gerelateerde onderwerpen te praten en dit is een bevestiging van voorgaand onderzoek, uitgevoerd door d'Haenens et al. (2001). Wanneer jongeren niet kunnen meepraten over een bepaald programma, werd dit als hinderlijk en irritant ervaren (cf. Seuss et al., 1998). Concluderend kunnen we stellen dat hoe meer men over TV praat, en hoe meer verschillende onderwerpen men bespreekt, hoe hoger de gratificatiescores zullen zijn.

Om beter inzicht te verwerven in de gezagspositie van de ouders bij het kijkgedrag van Vlaamse jongeren peilden we welke programma's verboden terrein zijn. 15% van de respondenten geeft aan dat er programma's zijn waar ze niet naar mogen kijken. Dit zijn vooral erotische en pornografische programma's met een 16+ of 18+ label. Jongens geven vaker aan dat bepaalde programma's verboden zijn dan meisjes, jongeren die een ASO-opleiding volgen ook in vergelijking met leerlingen uit TSO, BSO of KSO. Logischerwijs geeft leeftijd ook significante verschillen: naarmate men ouder wordt, zijn er minder programma's verboden. Opvallend is ook dat allochtone jongeren van zowel de eerste als tweede generatie significant vaker zeggen dat ze een programma niet mogen bekijken.

Naast televisie zijn ook computers en laptops veelvuldig aanwezig in een Vlaams huisgezin. Onze studie geeft namelijk aan dat een Vlaams gezin anno 2009 2,66 computers ter beschikking heeft. Ze bezitten dus gemiddeld meer computers en laptops dan televisietoestellen. Leerlingen uit het beroepssecundair onderwijs hebben beduidend minder toegang tot een PC, net als allochtonen. Zes op tien Vlaamse jongeren heeft een eigen PC op de slaapkamer en meisjes hebben significant minder een eigen PC dan jongens. Hoe ouder men wordt, hoe meer toegang tot een eigen PC op de kamer. Een internetverbinding is bij 93% van de Vlaamse jongeren aanwezig, al valt het op dat leerlingen uit het BSO het meest een internetverbinding hebben en dit ondanks het feit dat ze het minst aantal computers thuis hebben. Jongeren die een eigen PC op de slaapkamer hebben, hebben in 88% van de gevallen ook een internetaansluiting voor deze computer en ook hier levert gender significante verschillen op: jongens hebben meer een PC met internet dan meisjes.

Jongeren surfen het meest naar Youtube, Netlog en Facebook en hierbij valt het belang van sociale netwerksites in het leven van jongeren op. Het valt ook op dat meisjes veel meer bezig zijn met sociale netwerksites (36,8% versus 26,1%) dan jongens, idem voor het verzenden van e-mails (15,6% versus 9,4%).

We kunnen besluiten dat het 'oude' medium televisie nog steeds een prominente plaats inneemt in het leven van jonge mensen. In het verlengde van onderzoek, gevoerd door Bovill en Livingstone (2001) kunnen we stellen dat media –en meer bepaald visuele media- een zeer belangrijke rol spelen in de privé slaapkamer van jongeren. Maar ondanks deze tendens tot privatisering van mediabezit, verkiezen jongeren toch nog steeds gezamenlijk TV kijken boven TV kijken in de eigen slaapkamer. Het gezamenlijk naar TV kijken geeft ook de mogelijkheid aan jongeren en familieleden om interactie aan te gaan en te communiceren over televisie en televisieprogramma's.

Referenties

- Adriaens, F., Van Damme, E., & Courtois, C. (forthcoming). The spatial and social context of television-viewing adolescents. *Poetics*, 39.3.
- Biltereyst, D. (1995). *Hollywood in het Avondland: over de afhankelijkheid en de impact van Amerikaanse televisie in Europa*. Brussel: VUB Press.
- Blumler, J.T. & Katz, E. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Bonfadelli, H. (1993). Adolescent media use in a changing media environment. *European journal of communication*, 8.2: 225-256.
- Bovill, M. & Livingstone, S. (2001). Bedroom culture and the privatization of media use. In: S. Livingstone & M. Bovill (Eds.) *Children and their changing media environment. A European comparative study* (pp. 179-200), Lawrence Erlbaum Associates, Inc.: New Jersey.
- Braun-Courville, D.K. & Rojas, M. (2009). Exposure to sexually explicit web sites and adolescent sexual attitudes and behaviors. *Journal of adolescent health*, 45.2: 156-162.
- Chalaby, J. K. American cultural primacy in a new media order: a European perspective. *International Communication Gazette*, 68.1 (2006): 33-51.
- Clycq, N., Michielsen, M. & Timmerman, C. (2003). *Allochtonen en Nieuwsgaring*. Antwerpen: Steunpunt gelijke kansen beleid.
- Cooper, R. & Tang, T. (2009). Predicting audience exposure to television in today's media environment: an empirical integration of active-audience and structural theories. *Journal of broadcasting & electronic media*, 53.3: 400-418.
- De Bens, E. & de Smaele, H. (2001). The inflow of American television fiction on European broadcasting channels revisited." *European journal of communication*, 16.1: 51-76.
- de Block, L. & Buckingham, D. (2007). *Global children, global media. Migration, media and childhood*. Palgrave Macmillan: Hampshire.
- Devroe, I., Driesen, D. & Saeys, F. (2005). *Beschikbaarheid en gebruik van traditionele en nieuwe media bij allochtone jongeren in Vlaanderen*. Antwerpen: Steunpunt Gelijke kansenbeleid.
- d'Haenens, L., van Summeren, C., Saeys, F. & Koeman, J. (2004). *Integratie of identiteit? Mediamenu's van Turkse en Marokkaanse jongeren*. Amsterdam: Boom.
- d'Haenens, L., Kokhuis, M. & van Summeren, C. (2001). *Kijken of surfen? Mediagebruik van kinderen en adolescenten*. Acco: Leuven.
- d'Haenens, L., van Summeren, C., Kokhuis, M. & Beentjes, J.W. (2002). Ownership and use of 'old' and 'new' media among ethnic minority youth in the Netherlands. The role of ethno-cultural position. *Communications*, 27.3: 365-393.
- Eggermont, S. (2006). Developmental changes in adolescents' television viewing habits: longitudinal trajectories in a three-wave panel study. *Journal of broadcasting & electronic media*, 50.4: 742-761.
- Erikson, R., & Goldthorpe, J. H. (1993). *The constant flux: A study of class mobility in industrial societies*. Oxford: Clarendon Press.
- Ganzeboom, H.B.G. (1996). Internationally comparable measures of occupational status for the 1988 International Standard Classification of Occupations. *Social science research*, 25: 201-239.
- Johnsson-Smaragdi, U., d'Haenens, L., Krotz, F. & Hasebrink, U. (1998). Patterns of old and new media use among young people in Flanders, Germany and Sweden. *European journal of communication*, 13.4: 479-501.
- Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communication: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19-34). Beverly Hills CA: Sage.
- Katz, E., Gurevitch, M. & Haas, H. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological review*, 38.2: 164-181.

- Kubey, R. & Donovan, B. W. (2001). Media and the family. In: D.G. Singer & J. Singer (Eds.) *Handbook of children and the media* (pp. 323-340), Sage publications, Inc.: Thousand Oaks.
- L'Engle, K.L., Brown, J.D. & Kenneavy, K. (2006). The mass media are an important context for adolescents' sexual behavior. *Journal of adolescent health*, 38.4: 186-192.
- Livingstone, S. (2002). *Young people and new media*. Londen: Sage.
- Livingstone, S. (2007). From family television to bedroom culture: young people's media at home. In: E. Devereux (Ed.) *Media studies. Key issues & debates* (pp. 302-321), Londen: Sage.
- Marshall, S. J., Gorely, T. & Biddle, S. J. (2006). A descriptive epidemiology of screen-based media use in youth: a review and critique. *Journal of adolescence*, 29.3: 333-49.
- Mastronardi, M. (2003). Adolescence and media. *Journal of language and social psychology*, 22.1: 83-93.
- Milikowski, M. (2000). Exploring a model of de-ethnicisation: The case of the Turkish television in the Netherlands. *European journal of communication*, 15.4: 443-468.
- Morgan, D.L. & Krueger, R.A. (1999). *The focus group kit*. Londen: Sage.
- Pasquier, D., Buzzi, C., d'Haenens, L., et al. (1998). Family lifestyles and media use patterns. *European journal of communication*, 13.4: 503-519.
- Pasquier, D. (2001). Media at home: domestic interactions and regulation. In: S. Livingstone & M. Bovill (Eds.) *Children and their changing media environment. A European comparative study* (pp. 161-178), New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Roberts, D.F. (2000). Media and youth: access, exposure and privatization. *Journal of adolescent health*, 27.2: 8-14.
- Roberts, D.F. & Foehr, U.G. (2008). Trends in media use. *The future of children*, 18.1: 11-37.
- Roe, K. (2000). Adolescents' media use: a European view. *Journal of adolescent health*, 27.2: 15-21.
- Roe, K., Van den Bulck, J., De Cock, K. & Dusart, C. (2001). *Het onderwijs in een concurrentiestrijd. Een studie naar de positie van formele leerkanalen in een informele kennismaatschappij*, Leuven: K.U. Leuven, Departement Communicatiewetenschap.
- Roe, K. & Minnebo, J. (2007). Antecedents of adolescents' motives for television use. *Journal of broadcasting & electronic media*, 51.2: 305 -315.
- Rosengren, K.E. (1974). Uses and gratifications: A paradigm outlined. In J.G. Blumler & E. Katz (Eds.). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 269-284). Beverly Hills CA: Sage.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass communication & society*, 3.1: 3-37.
- Sinardet, D. & Mortelmans, D. (2006). Between Al Jazeera and CNN: Indicators of media use by Belgian ethnic minority youth. *Communications: The European journal of communication research*, 31.4, p. 425-446.
- Sinnaeve, I. & Schillemans, L. (2006). Thuis tv-kijken, voetballen of naar de jeugdbeweging!? In N. Vettenburg, M. Elchardus & L. Walgrave (red.) *Jongeren van nu en straks. Overzicht en synthese van recent jeugdonderzoek in Vlaanderen* (pp. 153-186), Lannoo Campus: Leuven.
- Stevens, F. (2006). Media in het verlengde van het eigen leven. Media in het jeugdonderzoek 2000-2005. In N. Vettenburg, M. Elchardus & L. Walgrave (red.) *Jongeren van nu en straks. Overzicht en synthese van recent jeugdonderzoek in Vlaanderen* (pp.187-220), Lannoo Campus: Leuven.
- Suess, D., Suoninen, A., Garitaonandia, C., et al. (1998). Media use and the relationships of children and teenagers with their peer groups. *European journal of communication*, 13.4: 521-538.
- Van den Broeck, W., Pierson, J. & Lievens, B. (2007). Video-on-demand: towards new viewing practices? *Observatorio (OBS*) journal*, 1.3: 23-44.
- Van Rompaey, V. & Roe, K. (2001). The home as a multimedia environment: families' conception of space and the introduction of information and communication

technologies in the home. *Communications: The European journal of communication research*, 26.4: 351-70.

Vincke, J. (2002). *Sociologie. Een klassieke en hedendaagse benadering*. Academia Press: Gent.

Bijlagen

Bijlage 1: Enquête

Bijlage 2: Overzicht scholen

Bijlage 1: Enquête



Hoi,

Hevige fan van The Simpsons? Of zit je vol spanning te wachten op de volgende aflevering van Lost of Grey's Anatomy? Ideaal! Dan is dit je kans om het ons te laten weten en een cinematicket te winnen.

We stellen je straks een aantal vragen over welke media je gebruikt in je vrije tijd, je favoriete TV-programma's en je surfgedrag. Je zal ook een aantal vragen vinden over je uiterlijk, je lief en je lichaam.

We vragen nooit je naam in deze vragenlijst, dus alle antwoorden die je geeft zijn vertrouwelijk en anoniem.

Super dat je wilt meewerken, veel plezier!

Elke & Fien
Universiteit Gent

 MIJN MEDIA & IK

1. Welke media gebruikte je GISTEREN? En hoe lang? (0,5 uur is 30 minuten)

Ik heb **gisteren...** (Kruis aan)

	NIET	0-0,5 uur	0,5-1 uur	1-1,5 uur	1,5-2 uur	2-2,5 uur	2,5-3 uur	3+ uur
Een krant gelezen								
Een tijdschrift gelezen								
Een boek of strip gelezen								
Naar de radio geluisterd								
Naar een cd geluisterd								
Naar mijn MP3, MP4, iPod... geluisterd								
TV gekeken								
Een video/DVD/Blu Ray bekeken								
Een spel op de computer gespeeld								
Op mijn Wii/ Xbox/ Playstation/... gespeeld								
Op het internet gesurft								
E-mails verstuurd								
Gechat								
Op Facebook, Netlog, Twitter... gezeten								
Sms'jes verstuurd								
Gebeld met mijn GSM								
Gebeld met de thuis telefoon								
Naar de cinema geweest								

 MIJN TV & IK

2. Hoeveel TV's hebben jullie thuis? (Kruis aan)

- ☐ 0
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ Meer dan 4

3. Heb je een **eigen** TV op je kamer?

- ☐ Ja (ga naar→ **vraag 4**)
- ☐ Nee (ga naar→ **vraag 5**)

4. Als je TV kijkt, kijk je dan meest:

- ☐ naar je eigen TV-toestel?
- ☐ naar een TV-toestel in bijvoorbeeld de woonkamer, televisiekamer,...?

5. Kruis aan:

	Ja	Nee	Weet Niet
Hebben jullie thuis kabeltelevisie? (vb. VTM, VT4, MTV...)			
Hebben jullie digitale televisie? (vb. Telenet digibox, BelgacomTV...)			
Hebben jullie een schotelantenne? (vb. Al Jazeera, Iqra, 2M,...)			

6. Als je televisie kijkt, **hoeveel uur/uren** kijk je dan gewoonlijk? (Kruis aan per dag)

	Niet	0-1 uur	1-2 uur	2-3 uur	3-4 uur	Meer dan 4 uur
Maandag						
Dinsdag						
Woensdag						
Donderdag						
Vrijdag						
Zaterdag						
Zondag						

7. Terwijl de TV op staat, ben je dan nog met **andere dingen** bezig? (Kruis aan)

	Nooit	Zelden	Soms	Meestal	Altijd
Lezen (vb. boek, tijdschrift...)					
Muziek beluisteren (vb. MP3, radio...)					
Games spelen					
Op Facebook, Netlog, Twitter... zitten					
Internet (vb. surfen, email...)					
Chatten					
Gsm'en/telefoneren					

8. **Met wie** kijk je thuis meestal TV? (Meerdere antwoorden zijn mogelijk)

- ☐ Alleen
- ☐ Moeder
- ☐ Vader
- ☐ Broer(s)
- ☐ Zus(sen)
- ☐ Vriend(in)
- ☐ Je lief

o Iemand anders:

9. Als je samen met je familie kijkt, **wie** heeft er dan de **afstandsbediening** vast? (Kruis 1 antwoord aan)

- ☐ Ik
- ☐ Vader
- ☐ Moeder
- ☐ Broer en/of zus
- ☐ Allen samen na overleg
- ☐ Iemand anders:

10. Ga je soms ergens anders (buitenshuis) televisie kijken?

- ☐ Ja (ga naar → **vraag 11**)
- ☐ Nee (ga naar → **vraag 12**)

11. Als je buitenshuis televisie gaat kijken, waar is dat dan?

- ☐ Bij familie
- ☐ Bij vrienden
- ☐ Bij je lief
- ☐ Bij bureu
- ☐ Op café
- ☐ In het jeugdhuis
- ☐ Op school
- ☐ Ergens anders:.....

MIJN FAVORIETE PROGRAMMA'S & IK

LEES EERST EVEN DIT!

Met **TV-zenders** bedoelen we bijvoorbeeld: *Één, VTM, VT4, 2M, Samanyolu, Show TV...*

Met **TV-programma's** bedoelen we bijvoorbeeld: *Sara, Flikken, Kurtlar Vadisi Pusu, CSI,...*

12. Wat zijn je **3 favoriete TV-zenders**? (Vul in)

1.
2.
3.

13. Wat zijn je **3 favoriete TV-programma's**? (Vul in)

1.
2.
3.

14. Bekijk je **TV-programma's** op DVD?

- ☐ Ja (ga naar→ **vraag 15**)
- ☐ Nee (ga naar→ **vraag 16**)

15. Welke **3 TV-programma's** heb je onlangs op **DVD** bekeken? (Vul in)

1.
2.
3.

16. Praat je over TV-programma's met: (Kruis aan)

	Nooit	Zelden	Soms	Meestal	Altijd	Niet van toepassing
Vrienden						
Moeder						
Vader						
Broer(s)/Zus(sen)						
Stiefouders/opvoeder/voogd						
Je lief						

17. Als je over TV-programma's praat, dan gaat het over? (Meerdere antwoorden zijn mogelijk)

- ☐ Wat er de voorbije aflevering gebeurd is.
- ☐ Wat er in de volgende aflevering kan gebeuren.
- ☐ De personages.
- ☐ De acteurs die deze personages spelen.
- ☐ De kledij die de personages dragen.
- ☐ Bepaalde uitspraken/grapjes.
- ☐ Programmamaker, regisseur...
- ☐ Andere:.....

18. Bekijk/bekeek je deze TV-programma's? (Kruis aan, meerdere antwoorden zijn mogelijk)

☐ Gossip Girl	☐ David
☐ Skins	☐ 90210
☐ Dawson's Creek	☐ Melrose Place
☐ Sara	☐ One Tree Hill
☐ Louislouise	☐ Spring
☐ W817	☐ Degrassi: The next generation
☐ 16+	☐ Amika

19. Zijn er TV-programma's waar je **NIET naar mag kijken van je ouders?**

- ☐ Ja (ga naar → **vraag 20**)
- ☐ Nee (ga naar → **vraag 23**)

20. Welke TV-programma's zijn verboden? Geef de naam van deze TV-programma's.

.....

21. Waarom mag je deze programma's niet bekijken? (Meerdere antwoorden zijn mogelijk)

- ☐ Uur van uitzending
- ☐ Te griezelig
- ☐ Te gewelddadig
- ☐ Te bloot
- ☐ Onbeleefde, vulgaire taal
- ☐ Mama, papa, broer of zus wil naar een ander programma kijken
- ☐ Andere:.....

22. Bekijk je deze programma's stiekem toch?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

23. Ben je het eens met de volgende uitspraak? “Ik kijk televisie...” (kruis aan)

	Helemaal niet akkoord	Eerder niet akkoord	Neutraal	Eerder akkoord	Helemaal akkoord
Om iets bij te leren over de wereld.					
Om andere culturen te leren kennen.					
Om mijn problemen te vergeten.					
Om te ontspannen.					
Om mijn humeur te veranderen.					
Om programma's te zien waar iedereen over praat.					
Omdat het gezellig is om samen met anderen te kijken.					
Omdat mijn vrienden graag over programma's praten.					
Om me in te leven in problemen van personen op TV.					
Om mijn leven te vergelijken met dat van TV-personages.					
Om iets bij te leren over mezelf.					
Om mij te amuseren.					
Uit verveling.					
Omdat het spannend is.					
Om op te gaan in verhalen.					
Om bepaalde programma's te zien.					
Om het werk van een bepaalde TV-maker te zien.					
Om bepaalde acteurs aan het werk te zien.					
Om bij mijn ouders te zijn.					



MIJN COMPUTER & IK

24. Hoeveel computers of laptops hebben jullie thuis? (Kruis aan)

- ☐ 0
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ Meer dan 3

25. Kunnen jullie thuis surfen op het internet?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

26. Heb je een eigen computer of laptop op je slaapkamer?

- ☐ Ja (ga naar → **vraag 27**)
- ☐ Nee (ga naar → **vraag 28**)

27. Kan je met je eigen computer of laptop surfen op het internet?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

28. Bekijk je wel eens clipjes van **TV-programma's op internet** (vb. clipje uit *The Simpsons* op YouTube, herbekijken van *Temptation Island* op de site van VT4) ?

- ☐ Ja (ga naar → **vraag 29**)
- ☐ Nee (ga naar → **vraag 30**)

29. **Welke** TV-programma's bekijk je wel eens op internet? (Vul in)

.....

30. **Download** je wel eens TV-programma's op je computer?

- ☐ Ja (ga naar → **vraag 31**)
- ☐ Nee (ga naar → **vraag 32**)

31. Welke TV-programma's download je wel eens? (Vul in)

.....

32. Naar welke **3 websites** surf je het meest? (vb. *Hotmail*, *Google*, *Netlog*, *Youtube*...) (Vul in)

1.
2.
3.



MIJN LICHAAM & IK

33. Kruis aan:

	Nooit	Zelden	Soms	Meestal	Altijd
Ik ben tevreden over mijn eigen lichaam					
Ik vind dat ik er mooi uit zie					
Ik vind dat ik er sexy uit zie					
Ik vind dat ik er gespierd uit zie					
Ik ben tevreden over mijn gewicht					
Voor ik de deur uitga, kijk ik hoe ik eruit zie					
Ik draag kleren waar ik er goed in uit zie					
Ik controleer mijn uiterlijk in de spiegel					
Ik heb veel tijd nodig om me klaar te maken als ik naar een feestje ga					
Het is belangrijk dat ik er goed uitzie					
Ik vind het belangrijk wat mensen van mijn uiterlijk vinden					
Ik besteed aandacht aan mijn kapsel					
Ik probeer mijn uiterlijk te verbeteren					

34. Hoe belangrijk vind je jouw uiterlijk? 0= helemaal niet belangrijk, 5= 'tussen de twee' 10= super belangrijk (Kruis aan)

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

35. Ik val op...

- ☐ Meisjes
- ☐ Jongens
- ☐ Meisjes & Jongens
- ☐ Ik weet het nog niet zo goed
- ☐ Ik zeg dit liever niet

36. Kruis aan...

	Ja	Nee	Zeg ik liever niet...
Ben je al eens verliefd geweest?			
Heb je een lief (gehad)?			
Heb je wel al eens met iemand getongzoend?			
Heb je al eens gestreeld of gevoeld?			
Heb je wel al eens seks gehad?			
Heb je wel al eens seks gehad met iemand zonder dat hij/zij je lief was?			

37. Waar haal jij informatie over seks? Kruis aan...

	Nooit	Zelden	Soms	Meestal	Altijd
Ouders/stiefouders/voogd/opvoeder					
Broer/Zus					
Vrienden					
School					
Tijdschriften					
Infobrochures					
TV					
Internet					

ALGEMENE GEGEVENS

38. Ik ben een: (Kruis aan)

- ☐ Jongen
- ☐ Meisje

39. Geboortjaar:

40. Hoofdverblijfplaats (postcode & woonplaats).....(vb. 9000 Gent)

41. Welk onderwijstype volg je?

- ☐ ASO (=Algemeen secundair onderwijs)
- ☐ TSO (= Technisch secundair onderwijs)
- ☐ BSO (= Beroeps secundair onderwijs)
- ☐ KSO (=Kunstonderwijs)
- ☐ DTO (= Deeltijds onderwijs)

42. In welk studiejaar zit je nu?

- ☐ 3^e
- ☐ 4^e
- ☐ 5^e
- ☐ 6^e
- ☐ 7^e

43. In welk land ben je geboren?.....

44. In welk land zijn je **ouders** geboren?

Vader:

Moeder:.....

45. In welk land zijn je **grootouders** geboren?

Van vaders kant:

Van moeders kant:.....

46. Heb je een Belgische identiteitskaart?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

47. Welke taal spreek je thuis? (Meerdere antwoorden zijn mogelijk)

Met je vader?

Met je moeder?

Met je stief ouders/opvoeders/voogd? (indien van toepassing)

Met je broers/zussen?

48. Geloof je?

- ☐ Ja (Ga naar → vraag 49)
- ☐ Nee

49. Tot welke godsdienst behoor je? (Vul in)

.....

50. Wat is het hoogst behaalde **DIPLOMA van je **moeder** en je **vader**?**

<u>Moeder</u>	<u>Vader</u>
☐ Geen onderwijs ☐ Lager onderwijs (tot ongeveer 12 jaar) ☐ Lager BSO (tot ongeveer 14 jaar) ☐ Lager TSO (tot ongeveer 14 jaar) ☐ Lager KSO (tot ongeveer 14 jaar) ☐ Lager ASO (tot ongeveer 14 jaar) ☐ Hoger BSO (tot ongeveer 18 jaar) ☐ Hoger TSO (tot ongeveer 18 jaar) ☐ Hoger KSO (tot ongeveer 18 jaar) ☐ Hoger ASO (tot ongeveer 18 jaar) ☐ Hoger niet-universitair onderwijs ☐ Hoger universitair onderwijs ☐ Weet ik niet	☐ Geen onderwijs ☐ Lager onderwijs (tot ongeveer 12 jaar) ☐ Lager BSO (tot ongeveer 14 jaar) ☐ Lager TSO (tot ongeveer 14 jaar) ☐ Lager KSO (tot ongeveer 14 jaar) ☐ Lager ASO (tot ongeveer 14 jaar) ☐ Hoger BSO (tot ongeveer 18 jaar) ☐ Hoger TSO (tot ongeveer 18 jaar) ☐ Hoger KSO (tot ongeveer 18 jaar) ☐ Hoger ASO (tot ongeveer 18 jaar) ☐ Hoger niet-universitair onderwijs ☐ Hoger universitair onderwijs ☐ Weet ik niet

51. Wat is **MOMENTEEL de belangrijkste **WERKSITUATIE** van je **moeder** en **vader**?**

<u>Moeder</u>	<u>Vader</u>
☐ Werkt voltijds ☐ Werkt deeltijds ☐ Huisvrouw ☐ In ziekte- of bevallingsverlof ☐ Werkloos → Hoelang al:.....jaar ☐ Gepensioneerd → Hoelang al:.....jaar ☐ Arbeidsongeschikt → Hoelang al:.....jaar ☐ Overleden → Hoelang al:.....jaar ☐ Studeert in volledig dagonderwijs	☐ Werkt voltijds ☐ Werkt deeltijds ☐ Huisman ☐ In ziekte- of bevallingsverlof ☐ Werkloos → Hoelang al:.....jaar ☐ Gepensioneerd → Hoelang al:.....jaar ☐ Arbeidsongeschikt → Hoelang al:.....jaar ☐ Overleden → Hoelang al:.....jaar ☐ Studeert in volledig dagonderwijs

52. Wat is precies het **HUIDIGE of LAATST UITGEOEFENDE beroep van je moeder en vader? En geef een zo nauwkeurig mogelijke omschrijving van dit beroep.**

<u>Moeder</u>	<u>Vader</u>
☐ Mijn moeder heeft nooit een beroep uitgeoefend	☐ Mijn vader heeft nooit een beroep uitgeoefend

Bedankt voor je deelname!

Elke Van Damme & Fien Adriaens
Universiteit Gent - Vakgroep Communicatiewetenschappen
Korte Meer 7-11
9000 Gent
FWO- Fonds Wetenschappelijk Onderzoek Vlaanderen

Bijlage 2: Overzicht deelnemende scholen

<u>PRETEST</u>	<i>Naam school</i>	<i>Onderwijsnet (G of V)</i>
<i>Provincie</i>		
West-Vlaanderen	Sint Niklaas Instituut Kortrijk	V
Oost-Vlaanderen	DvM Handels-, Technisch- en Beroepsonderwijs Aalst	V

	<i>Naam school</i>	<i>Onderwijsnet (G of V)</i>
<i>Provincie</i>		
West-Vlaanderen	Sint-Theresia Instituut Kortrijk	V
	Vrij Technisch Instituut Kortrijk (VTI)	V
	Sint-Amandscollege Noord Kortrijk	V
	Koninklijk Technisch Atheneum 1 Oostende	G
Oost-Vlaanderen	Heilig Maagdcollege-HEMACO-Dendermonde	V
	Sint-Vincentiusinstituut Dendermonde	V
	Koninklijk Atheneum Dendermonde	G
	Koninklijk Technisch Atheneum Dendermonde	G
Antwerpen	Scheppersinstituut Mechelen	V
	Heilig Pius X College Antwerpen	V
	Sint-Maria College Antwerpen	V
	KOGEKA Geel	V
Vlaams-Brabant	Koninklijk Technisch Atheneum Diest	G
	Koninklijk Atheneum Tienen	G
Limburg	Heilig Hart College Hasselt	V

Lijst tabellen

- Tabel 1:* Drie-dimensionale weging onderzoekspopulatie
Tabel 2: Verdeling gender-onderwijstype voor onderzoekspopulatie
Tabel 3: Studiejaar en onderwijstype
Tabel 4: Classificatie SES van Erikson & Goldthorpe, 1993
Tabel 5: Verdeling SES onderzoekspopulatie
Tabel 6: PC-bezit per huishouden
Tabel 7: Privébezit PC en leeftijd
Tabel 8: Top vier favoriete websites per gender
Tabel 9: Spearman's Rho correlatie: TV frequentie – SES moeder
Tabel 10: Spearman's Rho correlatie: TV frequentie – SES vader
Tabel 11: Regressiemodel TV attendance
Tabel 12: Kijkmotieven volgens U&G benadering
Tabel 13: Vijf kijkmotieven: exploratie, amusement, kennis, sociale inclusie en escapisme
Tabel 14: Factoranalyse kijkmotieven
Tabel 15: Kijkmotieven en gender
Tabel 16: Kijkmotieven en leeftijd
Tabel 17: Kijkmotieven en onderwijstype
Tabel 18: Kijkmotieven en autochtoon-allochtoon
Tabel 19: Chi² toets voor TV kijkpartner en gender
Tabel 20: Chi² toets voor kijkpartner en leeftijd
Tabel 21: Chi² toets voor kijkpartner en autochtoon-allochtoon
Tabel 22: LCA analyse sociale klassen
Tabel 23: TV talk- gemiddelde scores op vijfpuntenschaal
Tabel 24: Chi² toets voor TV talk onderwerp en gender
Tabel 25: LCA analyse communicatie klassen
Tabel 26: LCA analyse subject klassen
Tabel 27: Top vijf favoriete TV-zenders allochtonen tweede generatie
Tabel 28: Top vijf favoriete TV-programma's en gender
Tabel 29: Chi² toets TV-programma's op DVD en onderwijstype
Tabel 30: Top vijf laatst bekeken TV-programma's op DVD
Tabel 31: Overzicht tienerseries en telenovelas volgens gender
Tabel 32: Anova analyse: tevredenheid uiterlijk en onderwijstype
Tabel 33: Seksuele oriëntatie en gender
Tabel 34: Chi² toets seksuele ervaring en autochtoon/allochtoon

Lijst figuren

Figuur 1: Leeftijd in 2009

Figuur 2: Parsimonious model: TV in de context van het algemene mediagebruik

Figuur 3: Additioneel model: TV en multitasking

Figuur 4: Gezag over afstandsbediening

Figuur 5: Genderverschillen binnen sociale klasse

Figuur 6: Leeftijdsverschillen binnen sociale klasse

Figuur 7: Hoofdeffecten op kijkmotieven van gender*communicatie klasse

Figuur 8: Hoofdeffecten op kijkmotieven voor gender*subject klasse

Figuur 9: Belang uiterlijk en autochtoon/allochtoon

