



Mark Elchardus

VOORBIJ
HET NARRATIEF
VAN NEERGANG

LANNOO
CAMPUS

Online bijlage 2

Het meten van de mediavorkeur

1 Inleiding

In de vragenlijst werd gevraagd naar hoe graag men kijkt (op televisie of online) naar een tiental televisieziezers. Er werd specifiek gepeild naar hoe graag (van 1 – helemaal niet graag, tot 5 – heel graag) men kijkt naar een vijftal Nederlandstalige en een vijftal Franstalige televisieziezers. Hetzelfde werd gevraagd voor acht kranten (4 Nederlands- en 4 Franstalige). Op basis van deze items is de mediavorkeur geconstrueerd.

Er is voor gekozen om de analyses per taalgroep uit te voeren omdat het medialandschap sterk verschilt tussen de landsdelen. Voor de analyses is gebruik gemaakt van principale componentenanalyse. Cases met missings zijn listwise verwijderd. Voor de Nederlandstaligen bleken er zich twee componenten af te tekenen in de mediavorkeur. (zie tabel 2.1). Voor Franstaligen was er 1 component waarvan de eigenwaarde ruim 2 keer groter is dan de overige componenten, waardoor er voor Franstaligen is besloten om één component te behouden (zie tabel 2.2).

2 De mediavorkeur van Nederlandstaligen

In de mediavorkeur van de Nederlandstaligen tekenen zich twee componenten af. De eerste geeft de voorkeur voor de meer elitaire media aan, de tweede voor de meer populaire media. Beide schalen hebben een goede interne consistentie (Cronbach's Alpha = ,80 en ,72). Een hoge score betekent, afhankelijk van de component, een voorkeur voor een meer elitaire mediavorkeur of een meer populaire mediavorkeur. Tussen de twee voorkeuren bestaat geen tegenstelling. Zij zijn nagenoeg onafhankelijk van elkaar ($r = ,03$). Dat betekent dat men tegelijk de elitaire en de populaire media kan afwijzen of goed vinden. Een dergelijk patroon komt overeen met wat de onderzoekers van cultuurparticipatie omnivoriteit noemen: het gegeven dat heel wat mensen in hun smaakpakket nu mengen tussen wat voorheen "hoge" en "lage" cultuur werd geacht. Het gegeven dat de twee dimensies – elitaire en populaire mediavorkeur – als onafhankelijke dimensies kunnen worden beschouwd, betekent geenszins dat iedereen ze evenzeer waardeert.

Er kan wel degelijk een groot verschil zijn in de mate waarin specifieke individuen de elitaire dan wel de populaire media waarderen en gebruiken. De onafhankelijkheid van de dimensies betekent enkel dat over de onderzochte bevolkingsgroep in zijn geheel, er geen noemenswaardige samenhang is tussen de mate waarin de elitaire en de populaire media worden gewaardeerd. Het opmerkelijke is wel dat in de perceptie van de Nederlandstaligen het medialandschap multidimensionaal is; dat zij sommige media percipiëren als van een andere soort dan andere media.

Tabel 2.1: Principale componentenanalyse naar mediavorkeur van Nederlandstaligen in de steekproef (N=924)

Variabelen	Elitair	Populair
De Standaard (1-5)	,819	-,168
Canvas (1-5)	,807	,061
De Morgen (1-5)	,795	-,100
Eén (1-5)	,681	,268
VIER (1-5)	,079	,780
2BE (1-5)	-,142	,727
VTM (1-5)	-,303	,687
Het Laatste Nieuws / De Nieuwe Gazet (1-5)	,120	,650
Het Nieuwsblad / De Gentenaar (1-5)	,390	,587
Eigenwaarde	2,702	2,491
Cronbach's Alpha	,800	,715
Component Correlatie		,027

Noot: De componentladingen zijn verkregen na oblieke rotatie.

3 De mediavorkeur van de Franstaligen

Opvallend is dat een dergelijke perceptie niet bestaat in het Franstalige landsgedeelte (tabel 2.2). Daar vormen de mediavorkeuren slechts één dimensie. Ook deze schaal heeft een goede interne consistentie (Cronbach's Alpha=,82). Die dimensie geeft dan eigenlijk weer of men massamedia waardeert of niet. De mediavariabelen meten aldus iets heel verschillends in de twee landsdelen: een voorkeur voor elitaire en populaire massamedia in het Nederlandstalige landsgedeelte; een voorkeur voor massamedia in het Franstalige landsgedeelte. De basis van dat verschil ligt misschien in de media zelf. Het verschil tussen meer elitaire en meer populaire media is denkkelijk meer uitgesproken in de Nederlandstalige dan in de Franstalige media.

Tabel 2.2: Principale componentenanalyse naar mediavorkeur van Franstaligen in de steekproef (N=608)

	Componentladingen
L'Avenir (1-5)	,731
La Deux (1-5)	,723
La Une (1-5)	,709
La Libre Belgique (1-5)	,685
Le Soir (1-5)	,663
TF1 (1-5)	,629
RTL-TVI (1-5)	,619
La Dernière Heure / Les Sports (1-5)	,616
Eigenwaarde	3,628
Cronbach's Alpha	,823

4 Opmerkingen over het gebruik van de mediavorkeur in de analyses

Omdat de variabelen per taalgroep zijn uitgevoerd, hebben Nederlandstaligen per definitie een missing op de Franstalige mediacomponent. Franstaligen hebben missings op de twee Nederlandstalige componenten. In de analyses worden de daardoor ontbrekende scores gelijk gesteld aan 0, het gemiddelde op de factorscores.

Uit verkennende analyses blijkt dat de mediavorkeur voor de Franstaligen - wellicht door de structuur van die voorkeur - nooit effect heeft op de in het boek centraal staande toekomstverwachtingen, politieke houdingen of het geluk. Vandaar dat er aan de mediavorkeur van Franstaligen slechts in heel beperkte mate aandacht geschonken wordt.