

PDF hosted at the Radboud Repository of the Radboud University Nijmegen

The following full text is a publisher's version.

For additional information about this publication click this link.

<http://hdl.handle.net/2066/56763>

Please be advised that this information was generated on 2019-09-17 and may be subject to change.

Mediagebruik, arbeids- participatie en positie in het arbeidsproces: een verkennende studie naar de samenhang tussen mediagebruik en deelna- me aan het arbeidsproces

In deze bijdrage wordt verslag gedaan van een verkennend onderzoek naar de samenhang tussen de deelname aan het arbeidsproces en verschillende patronen van mediagebruik, die voor velen beide een belangrijk onderdeel vormen van de alledaagse leefwereld.

Aanleiding

Jaren geleden al wees Denis McQuail (1969) erop dat mediagebruik voor moderne westerse samenlevingen een veel 'normaler' fenomeen is dan bijvoorbeeld het uitoefenen van een beroep en de deelname aan het arbeidsproces. Vrijwel iedereen maakt immers nagenoeg continu gebruik van de media, hun boodschappen en diensten (Huysmans et al., 2004), terwijl maar een fractie van de populatie – en dan ook maar voor een bepaalde fase in het leven – ook een beroep uitoefent en zodoende aan het arbeidsproces deelneemt.

Maar hoe gaan mensen die beroepsmatig participeren in het arbeidsproces met de media¹ om? Hoe zijn deelnemers aan het arbeidsproces uitgerust met media, welke inhoudelijke voorkeuren hebben zij en welke patronen van mediagebruik hebben zij ontwikkeld? Is bijvoorbeeld de positie die men in het arbeidsproces inneemt van belang? En andersom: hoe zijn diegenen met media uitgerust die – vrijwillig of genoodzaakt – niet aan het arbeidsproces deelnemen of in in lagere posities terecht zijn gekomen? Welke soorten mediaal aangeboden inhouden genieten hun voorkeur en welke patronen van mediagebruik, bijvoorbeeld in het omgaan met nieuws en nieuwsmedia, laten zich bij hen registreren?

Paul Nelissen, Ruben Konig en Karsten Renckstorf zijn verbonden aan de Radboud Universiteit Nijmegen. Correspondentie: Paul Nelissen, Postbus 9104, 6500 he Nijmegen. E-mail: p.nelissen@maw.ru.nl

Verschillen in media-uitrusting, mediagebruik en voorkeur voor media-inhouden tussen deelnemers aan het arbeidsproces – bijvoorbeeld tussen ‘actieven’ en ‘niet-actieven’, ‘leidinggevendenden’ en ‘niet-leidinggevendenden’ – kunnen zeker in tijden van werkloosheid belangrijke maatschappelijke gevolgen hebben voor de toestand en de ontwikkeling van moderne westerse samenlevingen, waar vraagstukken zoals cohesie en (des)integratie, het ontstaan en overbruggen van *social* en/of *informational inequalities* (zoals informatie- en kenniskloven) tussen bevolkingsgroepen in het centrum van maatschappelijke debatten staan.²

Theoretische uitgangspunten

In het volgende worden eerst de theoretische uitgangspunten toegelicht die ten grondslag lagen aan de structurering van de te onderzoeken empirische samenhang tussen *media-uitrusting*, *mediagebruik* en *arbeidsparticipatie*. Het onderzoek zelf werd uitgevoerd aan de hand van empirische data uit Nederland, anno 2000 (Konig et al., 2005). De hier gehanteerde uitgangspunten betreffen het *handelingstheoretisch perspectief* op mediagebruik, de theoretische noties van Schelsky (1965) en Habermas (1989) met betrekking tot het *private* dan wel *publieke domein* waarin mensen verkeren en de vaak aangehaalde noties van Bourdieu (1985) omtrent het *sociale kapitaal* van mensen.

De sociale inbedding van mediagebruik

Inmiddels is het *common sense* in de communicatiewetenschap dat mediagebruik als subjectief zinvol *sociaal handelen* van zelfbewuste actoren kan worden opgevat (vgl. onder meer Anderson & Meyer, 1988, Blumler, Katz & Gurevitch, 1974; Renckstorf & McQuail, 1996). Daarbij geldt dat mediagebruik geen geïsoleerde, puur individuele activiteit is, maar is ingebed in de sociale context van mensen. Volgens de ‘mediagebruik als sociaal handelen’-benadering (vgl. Renckstorf & Wester, 2004) zijn in de alledaagse leefwereld van mensen sociale interacties en mediagebruik nauw met elkaar verbonden. Deze benadering benadrukt enerzijds het individuele karakter van het mediagebruik als sociaal handelen op basis van subjectieve definities van concrete situaties. Anderzijds heeft het mediagebruik ook een sociaal karakter, aangezien het plaatsvindt binnen een met anderen gedeelde sociale context met gedeelde definities, normen en waarden, enzovoort. Sociale interacties en sociale verbanden kunnen zowel de *oorzaak* en inspiratiebron zijn voor de selectie en het gebruik van media en media-inhouden alsook het *gevolg* van mediagebruik dat door mensen juist wordt ingezet om sociale interacties en sociale verbanden vorm te geven of in stand te houden.

Tegen de achtergrond van een handelingstheoretisch perspectief kan een tweetal verdere relevante invalshoeken worden genoemd waardoor verschillen in media-uitrusting en -gebruik op basis van respectievelijk *deelname aan* en *positie in het arbeidsproces* kunnen worden verwacht.

Ten eerste brengt de *deelname aan het arbeidsproces* voor daadwerkelijk participerende mensen met zich mee dat zij zich niet langer louter en alleen bewegen in de *private wereld* van gezin, vriendschapsrelaties en andere primaire verbanden. Deelnemers aan het arbeidsproces begeven zich noodza-

kelijkerwijs ook en meer in het *publieke domein*, wat – vermoedelijk – consequenties heeft voor interesse in thema's die tot dat domein behoren en meer aandacht voor media-inhouden over deze thema's (vgl. Schelsky, 1965; Habermas, 1989).

Ten tweede vormen de *organisaties* waarin de mensen werken complexe sociale omgevingen, inclusief additionele communicatienetwerken. Toegang tot en deelname aan deze organisationele netwerken kan in de geest van Bourdieu (1985) het *publiek sociaal kapitaal* van mensen worden genoemd. Parallel daaraan kunnen de toegang tot en de deelname aan communicatienetwerken die men in de vrije tijd opbouwt als het *privaat sociaal kapitaal* worden opgevat.

Arbeidsparticipatie en het private en het publieke domein

De uitoefening van een beroep is een belangrijk onderdeel van het sociale handelen in de alledaagse leefwereld en vindt doorgaans plaats binnen een organisatie. Organisaties vormen een onderdeel van de met anderen gedeelde sociaal culturele context, waarbinnen het sociale handelen en het mediagebruik plaatsvinden en vorm krijgen. We volgen hierbij Schelsky (1965), die de scheiding tussen en de relatieve onafhankelijkheid van de *beroepswereld* en de *private wereld* in de moderne westerse samenleving benadrukt: 'In der modernen Zivilisation sind... die Lebensbereiche des Menschen so aufgeteilt und voneinander so verhältnismäßig *unabhängig* und *selbständig* geworden, das ich in jedem eine selbstständige Rolle spielen kann.' (Schelsky, 1965: 239).

We nemen aan dat deze verschillende werelden en de daarmee samenhangende verschillende rollen verschillende mediavoorkeuren met zich meebrengen. Het uitoefenen van een beroep speelt zich meer af in het *publieke domein*, terwijl degenen die niet deelnemen aan het arbeidsproces zich meer in het *private domein* begeven. Dit onderscheid tussen het publieke en het private domein sluit ook enigszins aan bij Habermas (1989). De deelname aan het publieke domein vraagt om interesse en aandacht voor publieke thema's. Het nieuws op tv, radio en in dagbladen vormt een weerspiegeling van het publieke domein en het thema 'politiek' is daarin een belangrijk item. Te verwachten valt dat participanten aan het arbeidsproces, de *actieven*, in vergelijking met de nog niet (of niet meer) aan het arbeidsproces participierenden, de *niet-actieven*, een grotere kans maken in aanraking te komen met thema's die behoren tot het publieke domein, zoals 'politiek'. Dat wil uiteraard niet zeggen dat niet-actieven het publieke domein niet betreden. Ook zij vormen onderdeel van sociale netwerken, vaak dezelfde netwerken waarvan actieven buiten hun arbeidsorganisatie ook onderdeel zijn. Niet-actieven zullen naar verwachting echter vaker kunnen volstaan met aandacht voor thema's die deel uitmaken van het private domein, zoals gezondheid. We verwachten dan ook dat actieven meer aandacht hebben voor thema's uit het publieke domein dan niet-actieven. Deze aandacht zou tot uitdrukking moeten komen in de toeschrijving van een grotere relevantie en interesse in *politiek* en de omvangrijkere blootstelling aan politieke media-inhouden. Ook verwachten we onder actieven een grotere consumptie van *nieuws*, dat als actuele samenvatting van het publieke domein kan worden aangezien. Niet-actieven zullen – naar verwachting – meer interesse en aandacht hebben voor thema's uit het private domein

zoals *gezondheid* en zich daarom meer blootstellen aan media-inhouden die gezondheid thematiseren.³

Arbeidsparticipatie, het private en het publieke sociaal kapitaal

In de recentere literatuur worden *organisaties* doorgaans als *communicatienetwerken* geconceptualiseerd: 'Kenmerkend voor organiseren en communiceren als proces van betekenisverlening zijn de interacties en interpretaties van mensen die samenwerken in een netwerk. Ze nemen gebeurtenissen waar, praten daarover en geven betekenis aan ambigue situaties. Door middel van communicatie wisselen ze beelden uit, vertellen ze verhalen en creëren ze werkelijkheidsbelevingen. Er is sprake van een voortdurende dialoog en betekenisgeving bij het organiseren en communiceren' (Boonstra, 2005: 51).

Bij de toegang tot en de deelname aan sociale netwerken zowel binnen als ook buiten organisaties wordt in de literatuur vaak gesproken over de centrale rol van het *sociaal kapitaal* (Bourdieu, 1985; Coleman, 1999; Franzen & Freitag, 2007; Paldam, 2000; Portes, 1998; Putnam, 1995; Walker, Kogut & Shan, 1997). In navolging van Bourdieu (1985) wordt de omvang van het sociale netwerk van mensen vaak met sociaal kapitaal aangeduid: 'Social capital is the sum of resources, actual or virtual, that accrue to an individual or a group by virtue of possessing a durable network or more or less institutionalized relationship of mutual acquaintance and recognition' (Bourdieu & Wacquant, 1992: 119).

Sociaal kapitaal wordt in deze studie niet alleen gebruikt om verschillen in media-uitrusting en mediagebruik tussen *actieven* en *niet-actieven* te beschrijven en te verklaren, maar ook en vooral om verschillen tussen actieven onderling – op grond van hun *positie in het arbeidsproces* – te kunnen opsporen. Door de sociale inbedding van het mediagebruik kunnen verschillende posities in de netwerken van organisaties leiden tot verschillen in mediagebruik en aandacht voor thema's uit het publieke domein. We denken daarbij aan verschillen tussen leidinggevend en niet-leidinggevend, omvang van de arbeidstijd en verschillen in culturele en economische beroepsstatus. Parallel met de termen *publiek* en *privaat domein* spreken we in dit kader van *publiek* en *privaat sociaal kapitaal*. In beide gevallen gaat het om de subjectieve perceptie van omvang en betekenis van *sociale relaties*. Bijvoorbeeld: leidinggevend en niet-leidinggevend hebben wellicht meer interesse en aandacht voor het thema 'politiek'. Mensen die in het private domein een relatief omvangrijk sociaal netwerk hebben, tonen wellicht meer aandacht voor het thema gezondheid. Op grond van het voorgaande luiden de drie onderzoeksvragen als volgt:

RQ1: Leidt het wel of niet participeren aan het arbeidsproces tot verschillen in media-uitrusting en verschillende patronen in het mediagebruik?

RQ2: Zorgt het wel of niet uitoefenen van een beroep tot verschillen in aandacht voor en opvattingen over thema's uit het publieke domein, zoals politiek enerzijds en thema's uit het private domein, zoals gezondheid anderzijds?

RQ3: Welke rol speelt het publieke respectievelijk het private sociaal kapitaal bij de aandacht voor en de blootstelling aan thema's als politiek en gezondheid?

Methode

Voor de verkenning van de samenhang tussen mediagebruik en deelname aan het arbeidsproces werd gebruikgemaakt van de empirische data van het *Media use in the Netherlands 2000*-onderzoek (Konig et al., 2005), een voor de bevolking van Nederland in beginsel representatieve kwantitatieve survey (N=825).

Data

In dit onderzoek is een gestratificeerde en getrapte *at random* steekproef van de Nederlandse bevolking anno 2000 gehanteerd: allereerst is het land in een viertal regio's ingedeeld, waarna hieruit op toevalsbasis 74 gemeenten zijn geselecteerd die samen een goede afspiegeling moesten vormen van de bevolking in de regio qua stedelijkheidsgraad; 64 gemeenten bleken bereid hun medewerking aan het onderzoek te verlenen. Vervolgens is uit alle inwoners tussen de 18 en 75 jaar door de coöpererende gemeenten een aselechte steekproef getrokken (Konig et al., 2005).

De *response-rate* bedroeg 35,3 procent. In totaal zijn er 2339 mensen benaderd en 825 interviews afgenomen. De respondenten werden bij hen thuis ondervraagd door een van 56 interviewers, die de vragen voorlezen van een laptopscherm en de antwoorden meteen in de computer invoerde. Opgemerkt dient te worden dat de kenmerken huwelijks staat en leeftijd in de steekproef significant afweken van de verdeling binnen de populatie. Zowel getrouwde mensen als mensen van middelbare leeftijd zijn enigszins oververtegenwoordigd. Wat geslacht betreft was de verdeling wel gelijk aan die binnen de Nederlandse populatie (Konig et al., 2005).

Meetinstrumenten

Media-uitrusting hebben we gemeten door te vragen hoeveel *televisietoestellen* in het huishouden van de respondenten in gebruik waren en hoeveel *dagbladen* ten minste drie maal per week in huis kwamen. Daarnaast is uit de titels van deze kranten afgeleid of de respondenten alleen regionale dagbladen lasen, zowel regionale als landelijke dagbladen of alleen landelijke dagbladen. Deze driedeling hebben we vervolgens opgevat als een maat voor de 'landelijkheid' van de gelezen dagbladen. Ten slotte hebben we ook gevraagd of er een *pc* en *internetaansluiting* aanwezig waren in het huishouden van de respondenten. Daaruit hebben we een maat voor *ICT-uitrusting* geconstrueerd. Geen pc en internet scoort daarbij het laagst, alleen een pc scoort hoger en een pc en internet scoort het hoogst.

Patronen van mediagebruik zijn gemeten door te vragen naar de hoeveelheid *tijd* die gemiddeld per week werd besteed aan *televisie*, *radio*, *dagblad* en *internet* (zie voor exacte vraagformuleringen Konig et al., 2005). Bovendien is gemeten hoe vaak per week mensen naar televisienieuws keken (*idem*) en is hoe aandachtig en gericht dat gebeurde. Voor dat laatste zijn van de respondenten oordelen gevraagd over de beweringen die in tabel 1 worden

weergegeven.⁴ Op deze vragen is een factoranalyse uitgevoerd, waarbij *listwise deletion* van ontbrekende gegevens is toegepast (Little's MCAR-test: $\chi^2 = 3,76$; $df = 5$; $p = 0,59$). Op basis van de eigenwaarde van de factoren en de *scree-plot* bleken er twee dimensies te onderscheiden. De eerste dimensie kan geïnterpreteerd worden als de aandacht waarmee naar het nieuws wordt gekeken. De tweede dimensie interpreteren we als de gerichtheid op televisienieuws. Voor beide concepten is een schaal geconstrueerd door de antwoorden bij de hoog ladende beweringen (in tabel 1 vetgedrukt) op te tellen op dusdanige wijze dat een hoge score op de schaal een hoge score voor het concept representeert. De betrouwbaarheid van deze schalen is geschat door Cronbachs alfa te berekenen. Deze is 0,71 voor de aandacht waarmee naar televisienieuws wordt gekeken en 0,80 voor de gerichtheid op televisienieuws. Bij de nu volgende andere concepten zijn de factor- en betrouwbaarheidsanalyse op vergelijkbare wijze uitgevoerd en zijn op vergelijkbare wijze schaalcores berekend.

*Blootstelling aan media-inhouden over politiek en gezondheid is gemeten met behulp van de vragen in tabel 2.*⁵ Bij de factoranalyse is *listwise deletion* van ontbrekende gegevens toegepast (Little's MCAR-test: $\chi^2 = 8,60$; $df = 10$; $p = 0,57$). Vraag 11 is uit de analyse verwijderd omdat deze vraag een te lage communaliteit had ($<0,20$). De eerste dimensie kan geïnterpreteerd worden als de blootstelling aan politieke media-inhouden en de tweede dimensie als de blootstelling aan media-inhouden over gezondheid en medische zaken. De betrouwbaarheid van blootstelling aan media-inhouden over politiek is 0,85 en die van blootstelling aan media-inhouden over gezondheid en medische zaken is die 0,72.

Tabel 1
Factoranalyse van gerichtheid op en aandacht voor televisienieuws.

	Communaliteit	Factor 1	Factor 2
1. Tijdens het kijken naar televisienieuws dwalen mijn gedachten af.	0,47	-0,70	0,04
2. Tijdens het kijken naar televisienieuws praat ik over andere dingen.	0,36	-0,61	0,02
3. Tijdens het kijken naar televisienieuws lees ik, bijvoorbeeld de krant, een boek of en tijdschrift.	0,31	-0,56	0,02
4. Ik bekijk het televisienieuws van het begin tot het einde zeer aandachtig.	0,51	0,53	0,33
5. Ik plan mijn avond zo dat ik het televisienieuws niet mis.	0,70	-0,07	0,86
6. Ik hou de tijd in de gaten om het televisienieuws niet te missen.	0,64	0,06	0,78

Noot: Scheve rotatie; percentage verklaarde variantie = 49,8%; KMO = 0,73; correlatie tussen de factoren = 0,37; $n = 810$.

Tabel 2
Factoranalyse van blootstelling aan media-inhoud over politiek en gezondheid

	Communaliteit	Factor 1	Factor 2
1. Hoe vaak kijkt u [op televisie] naar programma's over politiek?	0,76	0,88	-0,07
2. Hoeveel keer per week kijkt u [op televisie] naar programma's die specifiek over politiek gaan, zoals Den Haag Vandaag of Buitenhof?	0,68	-0,83	0,03
3. Hoe vaak per week kijkt u [op televisie] naar actualiteitenrubrieken, zoals NOVA, Netwerk en Twee Vandaag?	0,53	-0,70	-0,14
4. Hoe vaak kijkt u [op televisie] naar actualiteitenprogramma's?	0,49	0,68	0,10
5. Hoe vaak leest u in een dagblad artikelen of rubrieken over politiek?	0,30	0,55	-0,04
6. Hoe vaak kijkt u [op televisie] naar discussieprogramma's?	0,32	0,54	0,10
7. Hoe vaak luistert u [op de radio] naar programma's over politiek	0,27	0,52	-0,13
8. Hoe vaak leest u in uw huis-aan-huis-blad artikelen of rubrieken over gezondheid en medische zaken?	0,66	-0,10	0,82
9. Hoe vaak kijkt u [op televisie] naar programma's over gezondheid en medische zaken	0,39	0,02	0,62
10. Hoe vaak leest u in een dagblad artikelen of rubrieken over gezondheid en medische zaken?	0,38	0,08	0,60
11. Hoe vaak luistert u [op de radio] naar programma's over gezondheid en medische zaken	-	-	-

Noot: Scheve rotatie; percentage verklaarde variantie = 47,8%; KMO = 0,80; correlatie tussen de factoren = 0,13; n = 824.

Opvattingen over politiek zijn gemeten met de uitspraken en vragen in tabel 3.⁶ Bij de factoranalyse kon geen listwise deletion worden toegepast, omdat de *missing values* niet als *missing completely at random* (MCAR) kunnen worden beschouwd (Little's MCAR-test: $\chi^2 = 960,23$; $df = 859$; $p = 0,01$). Daarom is in aanvulling op de gegevens van de 746 volledige cases gewerkt met volgens het EM-algoritme geïmputeerde gegevens (Pigott, 2001). De vragen 19 en 20 zijn uit de factoranalyse verwijderd vanwege een lage communaliteit (<0,20) en factorlading (<0,35). Vraag 18 is uit de factoranalyse verwijderd omdat deze op beide factoren ongeveer even hoog laadde. Factor 1 wordt geïnterpreteerd als politiek cynisme en factor 2 als de subjectief ervaren persoonlijke relevantie van de politiek. De betrouwbaarheid van politiek cynisme is 0,90 en de betrouwbaarheid van subjectief ervaren persoonlijke relevantie van de politiek is 0,72.

Tabel 3
Factoranalyse van opvattingen over politiek

	Communaliteit	Factor 1	Factor 2
1. Politici kun je eigenlijk nooit echt vertrouwen.	0,54	0,73	0,00
2. Wethouders en gemeenteraadsleden geven niets om wat de bevolking denkt.	0,50	0,72	0,06
3. Politieke partijen zijn alleen maar geïnteresseerd in stemmen van mensen, niet in hun meningen.	0,53	0,71	-0,06
4. Wethouders en gemeenteraadsleden kun je eigenlijk nooit echt vertrouwen.	0,47	0,70	0,06
5. De regering geeft niets om wat de bevolking denkt.	0,52	0,70	-0,05
6. De meeste politici zijn zakkenvullers.	0,47	0,66	-0,07
7. Kamerleden houden zich niet aan hun verkiezingsbeloften.	0,39	0,65	0,10
8. Mensen als ik hebben geen enkele invloed op wat de regering doet.	0,48	0,64	-0,15
9. Wethouders en gemeenteraadsleden houden zich niet aan hun verkiezingsbeloften.	0,37	0,63	0,13
10. Politiek is net een paardenrace: het gaat erom wie wint en wie verliest.	0,32	0,56	-0,03
11. Politici proberen de belangrijkste problemen in de samenleving op te lossen.	0,30	-0,54	0,03
12. Politici zorgen voor een eerlijke verdeling van de welvaart in de samenleving.	0,22	-0,48	-0,07
13. Door te stemmen kan ik invloed uitoefenen op wat politici beslissen over voor mij belangrijke zaken.	0,30	-0,48	0,16
14. Het gaat in de politiek vooral om de vraag welke partij het grootste wordt.	0,21	0,44	-0,06
15. In hoeverre heeft politiek uw persoonlijke belangstelling?	0,67	0,01	0,82
16. Hoe goed bent u op de hoogte van de politiek in uw gemeente?	0,40	0,07	0,65
17. In hoeverre denkt u dat informatie over politiek voor u nuttig is?	0,40	0,19	-0,56
18. Soms lijkt de politiek en wat de regering doet zo ingewikkeld dat iemand als ik er eigenlijk niets meer van begrijpt	-	-	-
19. In de politiek wordt beslist over zaken die voor mij van belang zijn.	-	-	-
20. Door naar het televisienieuws te kijken, kan ik beoordelen of politici een goed beleid voeren.	-	-	-

Noot: Scheve rotatie; percentage verklaarde variantie = 41,7%; KMO = 0,92; correlatie tussen de factoren = -0,27; n = 825 (waaronder 746 volledige cases).

Opvattingen over gezondheid zijn gemeten met de vragen en uitspraken in tabel 4.⁷ Bij de factoranalyse kon geen listwise deletion worden toegepast, omdat de missing values niet als missing completely at random kunnen worden beschouwd (Little's MCAR-test: $\chi^2 = 235,33$; $df = 192$; $p = 0,02$). Daarom is in aanvulling op de gegevens van de 815 volledige cases gewerkt met volgens het EM-algoritme geïmputeerde gegevens (Pigott, 2001). Factor 1 interpreteren we als interesse in medische informatie, factor 2 als gezondheidsfatalisme en factor 3 als handelen vanuit gezondheidsoverwegingen. Voor het construeren van de schalen zijn eerst de ranges van de vragen 1, 2 en 5 opgerekt van 1 tot 4 naar van 1 tot 5. De betrouwbaarheid van de schalen bedraagt 0,85 voor interesse in medische informatie, 0,65 voor gezondheidsfatalisme en 0,67 voor handelen vanuit gezondheidsoverwegingen. Interesse in medische informatie indiceert ons inziens de subjectief ervaren persoonlijke relevantie van informatie over gezondheid en medische zaken; informatie die we beschouwen als hoofdzakelijk relevant in het private domein. Gezondheidsfatalisme en handelen vanuit gezondheidsoverwegingen indiceren opvattingen over persoonlijke gezondheid als onderdeel van het private domein.

Tabel 4
Factoranalyse van opvattingen over gezondheid

	Communiteit	Factor 1	Factor 2	Factor 3
1. Kunt u aangeven in hoeverre u geïnteresseerd bent in informatie over medische zaken?	0,73	0,88	0,08	-0,05
2. Kunt u aangeven in hoeverre u geïnteresseerd bent in informatie over gezondheid?	0,78	0,83	0,09	0,12
3. Kunt u mij zeggen in hoeverre gezondheid en medische zaken uw persoonlijke belangstelling hebben?	0,53	0,69	-0,03	0,09
4. Televisie- en radioprogramma's over medische onderwerpen vermijd ik zo veel mogelijk.	0,33	-0,59	0,08	0,11
5. Kunt u aangeven in hoeverre u geïnteresseerd bent in informatie over hoe je gezond kunt leven?	0,59	0,55	0,02	0,37
6. Als ik gezond blijf is dat pure mazzel.	0,44	0,02	0,67	-0,08
7. Een goede gezondheid is vooral kwestie van alles mee hebben.	0,41	-0,04	0,64	0,04
8. Als je ziek wordt, heeft het lot het zo beslist.	0,31	0,04	0,56	0,04
9. Adviezen om zo gezond mogelijk te leven, volg ik altijd op.	0,56	0,03	0,08	0,73
10. Ik vermijd zo veel mogelijk alles wat mijn gezondheid kan schaden.	0,34	-0,07	0,01	0,60
11. Ik besteed veel aandacht aan mijn gezondheid.	0,42	0,14	-0,13	0,57

Noot: Scheve rotatie; percentage verklaarde variantie = 49,4%; KMO = 0,82; correlatie tussen de factoren: $r_{12} = -0,09$, $r_{13} = 0,39$, $r_{23} = 0,05$; $n = 825$ (waaronder 815 volledige cases).

Deelname aan het arbeidsproces is gemeten door de respondenten te vragen of ze op daVt moment betaald werk hadden, waarbij bijbaantjes expliciet

Tabel 5
Factoranalyse van
gepercipieerd privaat
sociaal kapitaal

	Commu- naliteit	Factor 1
1. Er zijn genoeg mensen op wie ik in geval van narigheid kan terugvallen.	0,53	0,73
2. Wanneer ik daar behoefte aan heb, kan ik altijd bij mijn vrienden terecht.	0,52	0,72
3. Ik heb veel mensen op wie ik volledig kan vertrouwen.	0,45	0,67
4. Er zijn voldoende mensen met wie ik me nauw verbonden voel.	0,38	0,62
5. Er is altijd wel iemand in mijn omgeving bij wie ik met mijn dagelijkse probleempjes terecht kan.	0,38	0,61

Noot: Percentage verklaarde variantie = 45,1%; KMO = 0,83; n = 825.

werden uitgesloten. Om ook onderscheid te kunnen maken tussen de in het arbeidsproces actieven onderling, is hun ook gevraagd of ze in hun werk leiding aan andere mensen gaven. Ze konden antwoorden met: nee; ja, aan 1 of 2 personen; ja, aan 3 tot 10 personen; en ja, aan 10 of meer personen. Bovendien is hun gevraagd hoeveel uur ze gewoonlijk per week werkten. Op basis van deze gegevens is het beroep van de respondenten gecodeerd aan de hand van de beroepenclassificatie van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS, 1984). Deze code is vervolgens omgezet in een score voor de culturele beroepsstatus en een score voor de economische beroepsstatus volgens de methode van Ganzeboom, De Graaf en Kalmijn (1987).

Subjectief gepercipieerd privaat sociaal kapitaal is gemeten met de uitspraken in tabel 5.⁸ Er waren geen ontbrekende gegevens over gepercipieerd privaat sociaal kapitaal. Factoranalyse wees op één dimensie. De betrouwbaarheid van de schaal is 0,80.

Als controlevariabelen zijn ook gemeten: hoogte opleiding, geslacht, leeftijd, huishoudomvang en netto huishoudinkomen.⁹

Analyse

Om in onze analyses de consequenties van deelname aan het arbeidsproces te verkennen, hebben we gestreefd naar zo veel mogelijk vergelijkbare groepen. De respondenten die werkzaam zijn in een beroep willen we daarom vergelijken met niet-werkzamen van vergelijkbare leeftijd. Daarom hebben we alleen met respondenten gewerkt in de leeftijd van 25 tot 65 jaar, de periode waarin pensioen wordt opgebouwd. Studenten in deze leeftijdscategorie zijn niet meegenomen, omdat zij nog niet deelnemen aan het arbeidsproces.

Om zicht te krijgen op de consequenties van deelname aan het arbeidsproces hebben we *regressieanalyses* uitgevoerd, telkens eerst voor de gehele groep en daarna alleen voor de respondenten die daadwerkelijk deelnamen aan het arbeidsproces. Daarbij hebben we volgens het EM-algoritme ontbrekende gegevens geïmputeerd, omdat Little's MCAR-test liet zien dat de ontbrekende gegevens niet als missing completely at random kunnen worden

Tabel 6
 Regressie van media-uitrusting en -gebruik op deelname aan het arbeidsproces en subjectief gepercipieerd sociaal kapitaal (gestandaardiseerde parameters)

radio	Aantal tv's			Aantal dagbladen			Verhouding dagbladen landelijk/lokaal			ICT-uitrusting			Kijktijd televisie			Luistertijd			dagbladen			internet		
	Hele groep	Actie-ven	Actie-ven	Hele groep	Actie-ven	Actie-ven	Hele groep	Actie-ven	Actie-ven	Hele groep	Actie-ven	Actie-ven	Hele groep	Actie-ven	Actie-ven	Hele groep	Actie-ven	Actie-ven	Hele groep	Actie-ven	Actie-ven	Hele groep	Actie-ven	
Actief in arbeidsproces	0,05			0,04			0,06			0,06			-0,15*			-0,14*			0,02			-0,03		
Leidingsgevend		0,05			0,05		-0,06			-0,06			-0,15*						0,02					-0,01
Arbeidstijd		0,08			-0,01		0,04			0,04			0,05						0,09					0,03
Culturele beroepsstatus		0,08			0,10		0,01			0,01			0,15*						-0,14					-0,03
Economische beroepsstatus		-0,11			-0,04		0,16*			0,16*			0,15*						0,07					-0,10
Privaat sociaal kapitaal	0,00	-0,00		-0,08	-0,13*		0,03		0,03	0,03		-0,03	-0,03		-0,04	-0,03		0,01	0,04		-0,04	-0,04		-0,08
Opleiding	-0,15*	-0,16*		0,14*	0,13*		0,28*		0,21*	0,21*		0,17*	-0,31*		-0,27*	-0,20*		-0,21*	-0,20*		0,14*	0,14*		0,21*
Geslacht: man	0,03	0,01		0,02	-0,00		0,12*		0,06	0,06		0,01	0,05		0,08	-0,04		-0,04	-0,08		0,08*	0,08*		0,06
Leeftijd	0,15*	0,16*		0,25*	0,25*		-0,04		-0,03	-0,10*		-0,07	-0,12*		-0,07	-0,02		-0,02	-0,06		0,32*	0,32*		0,27*
Omvang huishouden	0,28*	0,25*		0,07	0,06		-0,10*		-0,08	0,17*		0,16*	-0,07		-0,10*	-0,13*		-0,13*	-0,11*		-0,03	-0,03		0,01
Netto inkomen huishouden	0,11*	0,15*		0,20*	0,16*		-0,11*		-0,12*	0,19*		0,19*	-0,07		-0,02	0,09		0,06	0,06		0,12*	0,12*		0,07
R2	0,14	0,16		0,14	0,16		0,12		0,12	0,21		0,23	0,15		0,10	0,05		0,05	0,08		0,16	0,16		0,13

Noot: Voor de hele groep geldt n = 607 (waaronder 518 volledige cases) en voor de actieven geldt n = 458 (waaronder 393 volledige cases).
 * p < 0,05 (tweezijdig)

beschouwd en listwise deletion dus geen goede strategie is voor het omgaan met de ontbrekende gegevens (Little's MCAR-test gehele groep: $\chi^2 = 274,66$; $df = 93$; $p < 0,01$; deelnemers arbeidsproces: $\chi^2 = 415,33$; $df = 179$; $p < 0,01$). De variabelen deelname aan het arbeidsproces en geslacht zijn in de analyse opgenomen als dummies, waarbij respectievelijk de niet-deelnemers en de vrouwen als referentiecategorie werden genomen.

Resultaten

Uit tabel 6 blijkt dat media-uitrusting en -gebruik nauwelijks kunnen worden voorspeld met deelname aan het arbeidsproces. *Degenen die actief zijn in het arbeidsproces kijken minder televisie dan degenen die niet deelnemen aan het arbeidsproces, maar op alle andere vlakken van media-uitrusting en -gebruik verschillen de actieven niet van de niet-actieven.* De actieven onderling verschillen wel van elkaar op een aantal punten. Naarmate mensen een hogere economische beroepsstatus hebben, lezen ze in meer landelijke dagbladen en zijn ze beter uitgerust met ICT. Dat laatste geldt ook naarmate mensen een hogere culturele beroepsstatus hebben en naarmate ze aan minder mensen leidinggeven. Tenslotte blijkt dat naarmate mensen meer werken, ze minder televisie kijken. Verder heeft deelname aan het arbeidsproces geen invloed op media-uitrusting en -gebruik. Voor zover deelname aan het arbeidsproces en de positie in het arbeidsproces een indicatie vormen voor publiek sociaal kapitaal, blijkt de invloed van publiek sociaal kapitaal op media-uitrusting en -gebruik zeer bescheiden te zijn. Dat geldt overigens ook voor de invloed van subjectief gepercipiëerd privaat sociaal kapitaal. Bij de actieven is er een zwakke invloed waar te nemen op het aantal verschillende dagbladen dat ten minste drie dagen per week in huis wordt gehaald. Naarmate mensen het eigen private sociaal kapitaal groter schatten, lezen ze minder verschillende dagbladen. Bij de hele groep is dit effect niet significant. Verder heeft subjectief gepercipiëerd privaat sociaal kapitaal geen invloed. De controlevariabelen opleiding, geslacht, leeftijd, huishoudomvang en netto huishoudinkomen laten wel een flink aantal effecten op media-uitrusting en -gebruik zien, maar daarin zijn we hier in eerste instantie niet geïnteresseerd.

Een bijzondere vorm van mediagebruik is het *kijken naar televisienieuws*, dat immers onderwerpen uit het publieke domein aan de orde stelt. Daarom hebben we hiervoor specifiek aandacht in onze analyses, waarbij we overigens controleren voor de andere vormen van mediagebruik en media-uitrusting (zie tabel 7). Daarbij blijkt echter, net als bij andere vormen van mediagebruik, dat het maar zeer bescheiden voorspeld kan worden op basis van deelname aan het arbeidsproces. Alleen binnen de groep mensen die actief is in het arbeidsproces vinden we een kleine invloed. *Naarmate mensen leidinggeven aan meer mensen en mensen een hogere culturele beroepsstatus hebben, blijken ze sterker gericht te zijn op televisienieuws.* Zij plannen hun avonden zo dat ze het nieuws niet missen. Naarmate mensen een hogere economische beroepsstatus hebben, blijken ze daarentegen minder gericht te zijn op televisienieuws. Ook hier geldt dat subjectief gepercipiëerd privaat sociaal kapitaal nauwelijks voorspellende waarde heeft. Alleen in de hele groep blijkt dat naarmate mensen hun privaat sociaal kapitaal groter inschatten, ze met net iets meer aandacht naar het nieuws kijken.

Tabel 7
 Regressie van aandacht voor, gerichtheid op en blootstelling aan televisie-nieuws op deelname aan het arbeidsproces, subjectief gepercipieerd privaat sociaal kapitaal en media-gebruik en -uitrusting (gestandaardiseerde parameters)

	Aandacht voor televisienieuws		Gerichtheid op televisienieuws		Kijktijd televisienieuws	
	Hele groep	Actieven	Hele groep	Actieven	Hele groep	Actieven
Actief in arbeidsproces	-0,04		-0,09		-0,06	
Leidinggevend		0,06		0,17*		0,06
Arbeidstijd		-0,03		-0,02		-0,10
Culturele beroepsstatus		0,12		0,17*		0,08
Economische beroepsstatus		-0,13		-0,22*		-0,14
Privaat sociaal kapitaal	0,10*	0,04	0,07	0,03	0,06	0,07
Kijktijd televisie	0,04	-0,02	0,11*	0,11*	0,24*	0,24*
Luistertijd radio	0,00	-0,03	0,02	0,05	0,01	0,03
Leestijd dagblad	0,04	0,11*	0,07	0,17*	-0,01	0,09
Gebruikstijd internet	-0,03	-0,07	0,03	-0,02	0,04	0,03
Aantal tv's	-0,00	-0,02	0,01	0,01	0,06	0,06
Aantal dagbladen	-0,02	-0,05	0,03	0,00	-0,01	-0,05
Verhouding dagbladen landelijk/lokaal	-0,00	-0,01	-0,00	-0,02	-0,05	-0,03
ICT-uitrusting	0,02	0,05	-0,06	-0,01	-0,04	0,01
Opleiding	-0,02	-0,05	0,06	0,03	-0,00	-0,04
Geslacht: man	0,09*	0,09	0,02	-0,03	0,08	0,13*
Leeftijd	-0,03	-0,04	0,05	0,04	0,03	0,04
Omvang huishouden	0,02	0,02	0,01	0,02	-0,02	-0,05
Netto inkomen huishouden	-0,01	0,02	0,04	0,03	0,08	0,10*
R2	0,02	0,03	0,04	0,09	0,09	0,13

Noot: Voor de hele groep geldt n = 607 (waaronder 511 volledige cases) en voor de actieven geldt n = 458 (waaronder 390 volledige cases).

* p < 0,05 (tweezijdig)

Als we kijken naar blootstelling aan gemedieerde informatie over het publieke en private domein en hoe deze kan worden voorspeld, dan blijkt uit tabel 8 en 9 dat het onderscheid tussen actieven en niet-actieven in het arbeidsproces niet van wezenlijk belang is. Blootstelling aan politieke media-inhouden en media-inhouden over gezondheid blijkt niet te kunnen worden verklaard met het wel of niet deelnemen aan het arbeidsproces. *Bij de actieven onderling vinden we echter wel interessante verschillen.*

In tabel 8 is te zien dat *naarmate mensen aan meer mensen leidinggeven, ze zichzelf meer blootstellen aan politieke media-inhouden. Dat kan men interpreteren als de invloed van een groter publiek sociaal kapitaal op blootstelling aan media-inhouden over het publieke domein.* Naarmate mensen in hun beleving een groter privaat sociaal kapitaal hebben, stellen ze zich echter niet meer bloot aan politieke media-inhouden. Dat is beide conform onze verwachtingen. Daarnaast is in tabel 8 te zien dat *naarmate mensen een groter gepercipieerd privaat sociaal kapitaal hebben, ze zich meer blootstellen aan media-inhouden over gezondheid, die men kan interpreteren als betreffende het private domein.* Ook dat is conform onze verwachtingen. Wat betreft de invloed van de indicatoren van publiek sociaal kapitaal op media-inhouden over

Tabel 8

Regressie van blootstelling aan media-inhouden over politiek en gezondheid op deelname aan het arbeidsproces, subjectief gepercipieerd privaat sociaal kapitaal en mediagebruik en uitrusting (gestandaardiseerde parameters)

	Blootstelling aan politieke media-inhouden		Blootstelling aan media-inhouden over gezondheid	
	Hele groep	Actieven	Hele groep	Actieven
Actief in arbeidsproces	-0,01		-0,04	
Leidinggevend		0,19*		0,05
Arbeidstijd		-0,04		-0,25*
Culturele beroepsstatus		0,10		0,19*
Economische beroepsstatus		-0,13		-0,20*
Privaat sociaal kapitaal	0,03	0,01	0,16*	0,14*
Kijktijd televisie	0,08	0,07	0,09*	0,02
Luistertijd radio	0,04	0,01	0,01	0,06
Leestijd dagblad	0,15*	0,20*	0,14*	0,17*
Gebruiktijd Internet	0,02	-0,02	-0,04	-0,06
Aantal TV's	-0,00	-0,02	-0,06	-0,03
Aantal dagbladen	0,15*	0,12*	0,06	0,02
Verhouding dagbladen landelijk/lokaal	0,05	0,07	-0,13*	-0,07
ICT-uitrusting	0,00	0,03	0,01	-0,03
Opleiding	0,14*	0,07	-0,14*	-0,14*
Geslacht: man	0,10*	0,09	-0,23*	-0,10*
Leeftijd	0,13*	0,14*	-0,00	-0,04
Omvang huishouden	-0,05	-0,06	0,08*	0,05
Netto inkomen huishouden	0,07	0,10*	-0,05	-0,05
R2	0,17	0,22	0,18	0,25

Noot: Voor de hele groep geldt $n = 607$ (waaronder 518 volledige cases) en voor de actieven geldt $n = 458$ (waaronder 393 volledige cases).

* $p < 0,05$ (tweezijdig)

gezondheid is het beeld echter minder eenduidig. Naarmate mensen een hogere culturele beroepsstatus hebben, stellen ze zich meer bloot aan media-inhouden over gezondheid. Naarmate mensen meer werken en een hogere economische beroepsstatus hebben, consumeren ze juist minder media-inhouden over gezondheid. Dat is enigszins onverwacht, omdat men eigenlijk geen verband zou verwachten. Van mensen met een hogere culturele beroepsstatus kan men echter verwachten dat ze sowieso een grotere informatie-interesse hebben, dus misschien veroorzaakt dat het positieve effect. Wanneer men bovendien de mogelijkheid inruimt dat blootstelling aan media-inhouden over publieke zaken concurreert met blootstelling aan media-inhouden over private zaken, dan zouden de twee negatieve parameters ook te begrijpen zijn. Echter, de correlatie tussen blootstelling aan beide soorten media-inhouden blijkt licht positief ($r = 0,10$; $p = 0,01$; $n = 607$) te zijn, dus dat biedt geen verklaring. Een andere eventuele verklaring is de mogelijkheid dat beide vormen van sociaal kapitaal met elkaar concurreren. Hier vinden we een kleine aanwijzing voor. De correlaties tussen de indicatoren voor publiek sociaal kapitaal en het subjectief gepercipieerde privaat sociaal kapitaal zijn op één na niet significant van nul afwijkend ($p > 0,05$), maar de arbeidstijd hangt wel negatief met gepercipieerd privaat sociaal kapitaal samen. Bij de controlevariabelen in

Tabel 9
 Regressie van blootstelling aan media-inhouden op houding ten aanzien van politiek en gezondheid, deelname aan het arbeidsproces, subjectief gepercipieerd privaatsociaal kapitaal en mediagebruik en -uitrusting (gestandaardiseerde parameters)

Medische	Blootstelling Gezondheids-politieke media-inhouden		Blootstelling aan Handelen vanuit media-inhouden over gezondheid		Politiek cynisme		Persoonlijke relevantie politiek		informatie-interesse		fatalisme		gezondheids-overwegingen	
	Hele groep	Actie-ven	Hele groep	Actie-ven	Hele groep	Actie-ven	Hele groep	Actie-ven	Hele groep	Actie-ven	Hele groep	Actie-ven	Hele groep	Actie-ven
Politiek cynisme	-0,06	-0,03	0,00	0,03	-0,04	0,01	0,14*	-0,07	0,05	-0,12*	-0,12*	0,06	-0,12*	-0,03
Persoonlijke relevantie politiek	0,51*	0,49*	0,05	0,04	0,05	-0,01	-0,01	-0,24*	0,12	-0,08	-0,08	-0,08	-0,22*	-0,06
Medische informatie-interesse	0,11*	0,11*	0,61*	0,60*	-0,03	0,14	0,14	0,12	0,14	-0,08	-0,08	0,05	-0,06	0,05
Gezondheidsfatalisme	0,03	0,02	0,01	0,05	-0,01	-0,01	-0,01	-0,14	-0,14	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
Handelen vanuit gezondheidsoverwegingen	-0,05	-0,01	-0,06	-0,05	-0,11	-0,11	-0,11	-0,11	-0,11	-0,11	-0,11	-0,11	-0,11	-0,11
Actief in arbeidsproces	-0,10	0,12*	0,00	0,02	-0,04	0,01	0,14*	-0,07	0,05	-0,12*	-0,12*	0,06	-0,12*	-0,03
Leidinggevend	-0,01	-0,12*	0,02	-0,12*	0,05	-0,04	-0,01	-0,03	0,12	-0,08	-0,08	-0,08	-0,08	-0,06
Arbeidstijd	0,02	0,11*	0,11*	0,11*	-0,01	-0,01	0,14	0,14	0,12	-0,08	-0,08	0,05	-0,06	0,05
Culturele beroepsstatus	-0,08	-0,08	-0,11	-0,11	-0,11	-0,11	-0,11	-0,11	-0,11	-0,11	-0,11	-0,11	-0,11	-0,11
Economische beroepsstatus	0,00	-0,02	0,09	0,06	-0,13*	0,03	0,02	0,12*	0,14*	-0,05	-0,05	-0,00	0,07	0,10*
Privaatsociaal kapitaal	0,08*	0,07	0,09*	0,04	0,07	-0,10*	0,01	-0,02	-0,06	0,10*	0,10*	0,09	-0,06	-0,15*
Kijktijd televisie	0,00	-0,03	0,01	0,01	0,03	0,02	0,07	-0,02	0,07	0,02	0,01	0,01	-0,05	-0,02
Luistertijd radio	0,08*	0,11*	0,14*	0,16*	-0,01	-0,03	0,15*	0,20*	0,01	-0,08	-0,06	0,03	0,06	0,06
Leestijd dagblad	-0,01	-0,03	-0,02	-0,03	-0,02	0,01	0,06	0,03	-0,04	-0,05	-0,07	-0,08	-0,06	-0,05
Gebruikstijd Internet	0,02	-0,01	-0,06	-0,02	0,12*	0,07	-0,04	-0,03	-0,02	0,04	0,04	0,04	-0,03	0,01
Aantal TV's	0,07	0,07	0,03	0,01	-0,00	0,06	0,14*	0,09	0,03	0,02	0,10*	0,11*	-0,10*	-0,09
Aantal dagbladen	0,08*	0,10*	-0,07*	-0,04	-0,06	-0,05	-0,05	-0,04	-0,08	-0,14*	-0,17*	-0,17*	0,02	0,03
Verhouding dagbladen landelijk/lokaal	-0,02	0,02	-0,01	-0,02	-0,11*	-0,07	0,03	0,02	0,02	-0,08	-0,08	-0,05	-0,02	-0,09
ICT-uitrusting	0,03	0,01	-0,07	-0,08	-0,19*	0,22*	0,15*	-0,11*	-0,09	-0,09	-0,09	-0,05	0,01	0,06
Opleiding	0,05	0,04	-0,13*	-0,05	-0,01	0,01	0,13*	-0,18*	-0,10	0,00	0,04	0,04	-0,05	-0,01
Geslacht: man	0,11*	0,11*	0,02	-0,03	0,04	0,01	0,07	-0,04	-0,01	0,03	0,07	0,07	0,06	0,06
Leeftijd	-0,08*	-0,08*	0,06	0,04	-0,04	-0,04	0,04	0,04	0,00	-0,01	-0,05	0,01	-0,05	-0,05
Omvang huishouden	0,03	0,06	-0,04	-0,04	-0,11*	-0,08	0,07	-0,01	-0,01	-0,07	-0,10*	0,00	0,00	0,01
Netto inkomen huishouden	0,40	0,43	0,49	0,53	0,19	0,15	0,20	0,20	0,16	0,14	0,12	0,12	0,05	0,10
R ₂														

Noot: Voor de hele groep geldt n = 607 (waaronder 518 volledige cases) en voor de actieven geldt n = 458 (waaronder 393 volledige cases).
 * p < 0,05 (tweezijdig)

tabel 8 valt op dat naarmate mensen de krant meer lezen, of meerdere kranten lezen, dat ze ook meer kennis nemen van media-inhouden over zowel politiek als gezondheid.

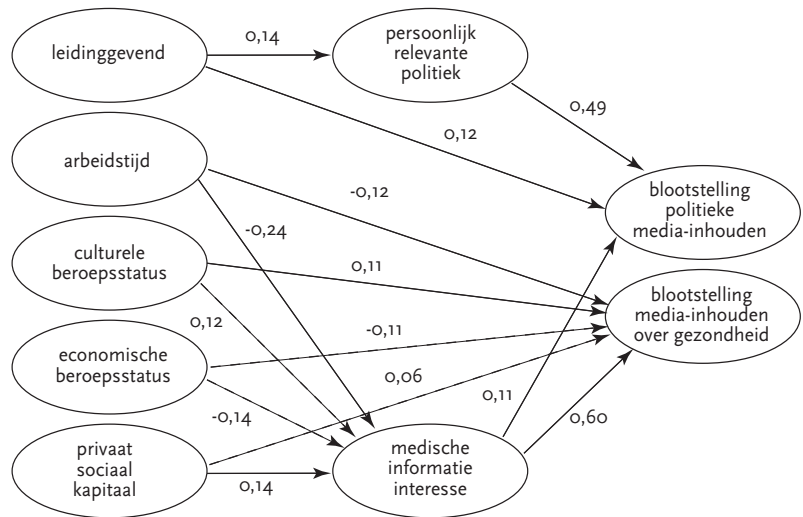
Uit tabel 9 komt hetzelfde beeld naar voren als uit tabel 8. In tabel 9 is echter te zien dat de relaties zoals die in tabel 8 worden gerapporteerd, geïnterpreteerd kunnen worden met *persoonlijk ervaren relevantie* van politiek en medische *informatie interesse*. De invloed van leidinggeven op blootstelling aan politieke media-inhouden neemt af van 0,19 naar 0,12. Daarnaast vinden we in tabel 9 een indirect effect van leidinggeven op blootstelling aan media-inhouden over politiek via persoonlijke relevantie van politiek. Ook de effecten van arbeidstijd (van -0,25 naar -0,12), culturele beroepsstatus (van 0,19 naar 0,11), economische beroepsstatus (van -0,20 naar -0,11) en gepercipieerd privaat sociaal kapitaal (van 0,16 en 0,14 naar respectievelijk 0,09 en 0,06) nemen af. En hoewel niet alle parameters significant zijn, kan van al deze predictoren een indirect effect waargenomen worden op blootstelling aan media-inhouden over gezondheid via interesse in medische informatie. Dit beschouwen we als een ondersteuning van onze redenering dat *publiek sociaal kapitaal de interesse in het publieke domein doet toenemen en dat privaat sociaal kapitaal de interesse in het private domein doet toenemen*. Daardoor neemt ook de blootstelling aan media-inhouden over het publieke respectievelijk private domein toe. Een klein onverwacht resultaat is dat naarmate mensen sterker geïnteresseerd zijn in medische informatie, ze zich vaker blootstellen aan media-inhouden over politiek.

Discussie en conclusies

We zijn deze studie begonnen met de constatering dat mediagebruik geen geïsoleerde, individuele activiteit is, maar is ingebed in de alledaagse leefwereld. Sociale interacties en mediagebruik zijn nauw met elkaar verbonden. Deelname aan het arbeidsproces vormt voor velen een belangrijk onderdeel van de alledaagse leefwereld. Vanuit twee theoretische invalshoeken verwachtten we verschillen ten aanzien van verschillende aspecten van het mediagebruik op grond van de arbeidsparticipatie en de positie in het arbeidsproces. De onderzoeksvragen zijn beantwoord aan de hand van empirische data uit de *Media Use in The Netherlands 2000* survey. De centrale onderzoeksresultaten zijn voor de duidelijkheid nog eens weergegeven in figuur 1.

Kijkend naar de resultaten hebben we, duidelijk anders dan verwacht, géén noemenswaardige verschillen gevonden tussen actieven en niet-actieven met betrekking tot media-uitrusting en hun mediagebruik. *De niet-actieven gedragen zich wat uitrusting en gebruik van media, maar ook wat de thematische voorkeuren betreft, niet anders dan de actieven*. Dat geldt zowel voor de uitrusting met de media tv, kranten en internet, alsook voor de blootstelling aan deze verschillende media en aan *tv-nieuws*. Ook de specifieke belangstelling voor het thema politiek uit het *publieke* respectievelijk voor het thema gezondheid uit het *private domein* laten geen verschillen tussen actieven en niet-actieven zien. Deels kunnen we dit aannemelijk maken door de veronderstelling dat er onder de niet-actieven sprake is van een groep 'niet-meer'-actieven en van een groep 'nog-niet'-actieven. De 'niet-

Figuur 1
 Interpretatie van relatie
 tussen blootstelling aan
 media-inhouden en ken-
 merken van actieven in het
 arbeidsproces met persoon-
 lijke relevantie politiek en
 medische informatie-inte-
 resse (significante parame-
 ters: doorgetrokken lijnen;
 niet-significante parame-
 ters: stippellijnen; zie
 Tabel 9)



meer'-actieven hebben wellicht hun geroutiniseerde mediagebruikspatronen en de aandacht voor het publieke domein (nog) niet losgelaten. De 'nog-niet'-actieven anticiperen waarschijnlijk alvast op hun arbeidsparticipatie door zich ook te oriënteren op het publieke domein. Het zou uiteraard ook zo kunnen zijn dat de scheiding tussen private wereld en de beroepswereld zoals Schelsky (1965) die postuleerde, en de daarbij behorende onderscheiden rollen, nooit heeft bestaan of tenminste – onder meer als gevolg van veranderingen op het gebied van arbeidsorganisatie en met betrekking tot de kwantiteit en kwaliteit (vorm en inhoud) van mediale, openbare communicatie – tegenwoordig niet meer bestaat. In ieder geval is het wel of niet hebben van een baan ofwel de *objectieve participatie* in het arbeidsproces geen relevante verklarende factor voor verschillen in het mediagebruik en de onderscheiden aspecten daarvan.

Wel zien we dat de *positie in het arbeidsproces* een goede voorspeller is voor de aandacht voor het *publieke domein*. Leidinggevendens stellen zich conform de verwachting wel vaker bloot aan politieke media-inhouden: naarmate aan meer mensen leiding wordt gegeven, tonen leidinggevendens een hogere persoonlijke relevantie voor politiek en een hogere blootstelling aan politieke media-inhouden. Aangezien het aantal personen aan wie leiding wordt gegeven gezien kan worden als een indicatie voor het publieke sociaal kapitaal, vinden we hier vooral een ondersteuning voor de aanname van de sociale inbedding van mediagebruik. Deze sociale inbedding is ook terug te vinden bij de aandacht voor het thema gezondheid. Het (*gepercipiëerde*) *private sociaal kapitaal* blijkt een voorspeller voor de aandacht voor dit thema. Zowel voor de gehele groep als voor de actieven onderling blijkt er een significante invloed van *privaat sociaal kapitaal* op de blootstelling aan media inhoud over gezondheid te bestaan. Beide resultaten beschouwen we als een ondersteuning van onze redenering dat *publiek sociaal kapitaal* de interesse in het publieke domein doet toenemen en dat *privaat sociaal kapitaal* de interesse in het private domein doet toenemen.

Alhoewel de data geen ondersteuning voor alle verwachtingen hebben opgeleverd, liggen de resultaten over het geheel genomen wel in lijn met de uitgangspunten van de 'mediagebruik als sociaal handelen' benadering. Deze benadering gaat uit van denkende mensen die zelfbewust handelen en dus ook hun mediagebruik zelf vormgeven. Kijkend naar media-uitrusting en mediablootstelling in het algemeen en blootstelling aan media-inhouden over politiek en gezondheid in het bijzonder (vgl. tabel 6 en 9) zien we dat *objectieve sociaalstructurele kenmerken*, waaronder arbeidsparticipatie, geen doorslaggevende rol spelen. Van groter belang zijn gegevens die de *subjectieve en situationele percepties* indiceren. Persoonlijke *relevantie en interesse in informatie* ten aanzien van politiek en gezondheid zijn veruit de beste voorspellers van mediagebruik. De subjectieve percepties van het private en het publieke sociale kapitaal vormen eveneens een verklaring voor het mediagebruik.

Bij deze resultaten moet een aantal tekortkomingen van onze studie worden genoemd. Een eerste punt van discussie is de operationalisatie van thema's behorend tot het private respectievelijk tot het publieke domein. In deze studie is gekozen voor politiek behorend tot het publieke domein en gezondheid behorend tot het private domein. Deels is deze operationalisatie ingegeven door de beschikbare data. Deze thema's maakten een vergelijkbare analyse mogelijk van opvattingen en blootstelling aan media-inhouden over respectievelijk politiek en gezondheid. We pretenderen zeker niet met deze thema's het private respectievelijk publieke domein volledig te representeren. Welke thema's verder tot de verschillende domeinen behoren, is onderwerp van nader onderzoek.

Verder is door het veranderde media- en ICT-landschap de dataset uit 2000 niet geheel vergelijkbaar en representatief voor de huidige situatie. Daar staat tegenover dat we niet zozeer een representatief en actueel beeld willen geven van verschillen tussen actieven in het arbeidsproces en niet-actieven, maar in een verkennende studie, een theoretische redenering over de sociale inbedding van mediagebruik willen toetsen aan de empirie. Dat neemt niet weg dat de verschillen tussen actieven en niet-actieven ten aanzien van verschillende aspecten van hun mediagebruik aan de hand van actuele gegevens interessant zou kunnen zijn. Ook een internationale vergelijking zou het inzicht kunnen verdiepen.

Wat de maatschappelijke relevantie betreft, hebben we aan de hand van de empirische data uit 2000 (Konig et al., 2005) geen kloof gevonden tussen actieven en niet-actieven als het gaat om aandacht voor politiek. Aangezien *politieke interesse* en *blootstelling aan nieuws* en *politieke informatie* niet verschillen tussen deze groepen, kunnen we ons afvragen of enkel het hebben van een baan voldoende bijdraagt aan maatschappelijke integratie. Het zonder meer stimuleren van het hebben van een baan in het kader van bijvoorbeeld het bevorderen van integratie en cohesie in de samenleving schiet wellicht tekort. Als er al een *kloof* bestaat op grond van arbeidsparticipatie, dan is dat die tussen leidinggevenden (oftewel: management) en niet-leidinggevende (medewerkers) van organisaties.

Ten slotte willen we ook het maatschappelijk belang van de aandacht voor arbeidsparticipatie en mediagebruik nu en in de toekomst benadrukken. Veranderingen in de uitoefening van het beroep in arbeidsorganisaties zal naar verwachting de door Schelsky (1965) geschetste scheiding tussen

beroepswereld en *private wereld* wellicht verder wijzigen. Nieuwe informatie- en communicatietechnologieën maken het immers mogelijk op afstand met elkaar samen te werken, waardoor het alledaagse leven van een werkende niet meer zo verschilt van dat van een niet-werkende. Daarmee worden de noodzakelijke aandacht voor thema's uit het publieke domein en de opbouw van publiek sociaal kapitaal subjectief wellicht minder evident.

Noten

- 1 Onder media worden hier zowel de traditionele massamedia alsook de zogeheten 'nieuwe' media (ICT, internet) verstaan, aangezien deze moderne middelen van *mediated communication* deel uitmaken van de alledaagse leefwereld van burgers in moderne westerse samenlevingen, waarop McQuail doelde.
- 2 Vaak wordt gesproken over een sociale kloof tussen werkenden en niet-werkenden (Manssens, 2000), met gevolgen voor maatschappelijke betrokkenheid en participatie veroorzaakt door *social inequalities*, zoals inkomensongelijkheid, verschillen in scholing en kansen op de arbeidsmarkt.
- 3 De blootstelling aan media-inhouden over politiek en gezondheid zijn niet noodzakelijk de sterkst onderscheidende en meest karakteristieke representatie van betrokkenheid op respectievelijk het publieke en het private domein, maar gezien de beperkingen van onze data zijn dit wel de meest geschikte media-inhouden om in dit kader te bestuderen.
- 4 Antwoordcategorieën: helemaal niet op mij van toepassing; niet op mij van toepassing; gedeeltelijk op mij van toepassing; op mij van toepassing en helemaal op mij van toepassing.
- 5 De respondenten konden antwoorden: nooit; soms; regelmatig; vaak of bijna altijd. Bij vraag 2 en 3 in tabel 2 konden de respondenten antwoorden: dagelijks; bijna dagelijks; een aantal malen per week; af en toe of zelden of nooit.
- 6 De respondenten konden op de uitspraken 1 tot en met 14 en 18 tot en met 20 in tabel 3 reageren in de categorieën: helemaal niet mee eens; niet mee eens; niet mee eens, maar ook niet mee oneens; mee eens; en helemaal mee eens. Antwoordcategorieën vraag 15: geen belangstelling; weinig belangstelling; niet weinig, niet veel belangstelling; veel belangstelling; erg veel belangstelling. Antwoordcategorieën vraag 16: ik weet er niets van; ik weet er maar weinig van; ik weet er wel iets van, maar niet zo veel; ik weet er veel van; ik weet er heel veel van. Antwoordcategorieën vraag 17: erg nuttig; nuttig; niet nuttig, maar ook niet nutteloos; nutteloos; erg nutteloos.
- 7 Bij de vragen 1, 2 en 5 in tabel 4 konden de respondenten kiezen uit vier antwoorden: niet in geïnteresseerd; weinig in geïnteresseerd; tamelijk in geïnteresseerd en zeer in geïnteresseerd. De uitspraken 4 en 6 tot en met 11 konden de respondenten beoordelen met de vijf mogelijkheden: helemaal niet mee eens; niet mee eens; niet mee eens, maar ook niet mee oneens; mee eens; en helemaal mee eens. De antwoorden bij vraag 3 in tabel 4: geen belangstelling; weinig belangstelling; niet weinig, niet veel belangstelling; veel belangstelling; of erg veel belangstelling.
- 8 De respondenten konden op vijf manieren reageren op deze uitspraken: nee!; nee; min-of-meer; ja en ja!.
- 9 Inkomen had twaalf categorieën van 'geen inkomen' tot 'meer dan fl. 5000,- per maand'.

Literatuur

- Anderson, J.A. & T.P. Meyer (1988). *Mediated communication. A social action perspective*. Newbury Park, etc.: Sage.
- Blumler, J., E. Katz & M. Gurevitch (1974). *Utilization of mass communication by the*

- individual. In J. Blumler & E. Katz (red.). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research* (pp. 19-32). Beverly Hills: Sage.
- Boonstra, J.** (2005). Perspectieven op organisaties. In B. van Ruler (red.), *Communicatie-management in communicatiewetenschappelijk perspectief* (pp. 33-52). Amsterdam: Boom.
- Bourdieu, P.** (1985). Forms of Capital. In J.G. Richardson (red.), *Handbook of theory and research for Sociology of Education* (pp. 241-258). New York: Greenwood.
- Bourdieu, P. & L. Wacquant** (1992). *An invitation to reflexive sociology*. Chicago: University of Chicago Press.
- CBS (Centraal Bureau voor de Statistiek), 1984. *Beroepenclassificatie 1984*. Voorburg: CBS.
- Coleman, J.** (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
- Franzen, A. & M. Freitag** (red.) (2007). Sozialkapital. Grundlage und Anwendungen. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Sonderheft, 47.
- Ganzeboom, H., P.M. de Graaf & M. Kalmijn** (1987). De culturele en economische dimensie van beroepsstatus. *Mens en Maatschappij*, 62, 153-157.
- Habermas, J.** (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Huysmans, F., J. de Haan & A. van den Broek** (2004). *Achter de schermen. Een kwart eeuw lezen, luisteren, kijken en internetten*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau.
- Konig, R.** et al. (2005). *Media use in the Netherlands. Documentation of a national survey*. Den Haag: DANS.
- Manssens, J.** (2000). De nieuwe sociale kwestie gewikt en gewogen. Een kritische analyse van een academisch modebegrip. *Tijdschrift voor Sociologie*, 21, 159-179.
- McQuail, D.** (1969). *Towards a Sociology of Mass Communications*. Londen: Collier-Macmillan.
- Paldam, M.** (2000). Social capital: one or many? Definition and measurement. *Journal of Economic Surveys*, 14, 629-653.
- Pigott, T.D.** (2001). A review of methods for missing data. *Educational Research and Evaluation*, 7 (4), 353-383.
- Portes, A.** (1998). Social capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology. *Annual Reviews of Sociology*, 24, 1-24.
- Putnam, R.** (1995). Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America. *P.S.: Political Science and Politics*, 28, 664-683.
- Renckstorf, K. & D. McQuail** (1996). Social action perspectives in mass communication research. *Communications*, 21 (1), 5-26
- Renckstorf, K. & F. Wester** (2004). The 'media use as social action' approach: Theory, methodology, and research evidence so far. In K. Renckstorf et al. (red.). *Action theory and communication research: Recent developments in Europe* (pp. 49-81). Berlin & New York: Mouton de Gruyter [Communications Monograph, vol. 3].
- Schelsky, H.** (1965). *Auf der Suche nach Wirklichkeit. Gesammelte Aufsätze*. Düsseldorf: Eugen Diederichs.
- Walker, G., B. Kogut & W. Shan** (1997). Social capital, structural holes and the formation of an industry network. *Organization Science*, 8, 109-125.

Abstract

Paul Nelissen, Ruben Konig & Karsten Renckstorf

Media use, employment and occupational position

In this article we explore relationships between employment and different aspects of media use. For most people, media use and employment are an important part of their everyday life and we expected both phenomena to be interrelated. We expected to find differences between employed and unemployed people regarding their equipment with media, motives for media use, media exposure, and different orientations about public and private issues of everyday life. We empirically tested our expectations about these relationships with the use of data from a survey among a representative sample of the Dutch population (N=825, Konig et al., 2005). Counter to our expectations, our findings show

no considerable distinctions between the employed and unemployed. People's position within the workforce, however, does predict differences in media use. 'Executives' expose themselves more to public affairs media content like politics and report a higher perceived level of personal relevance of politics; more so when they are in charge of more employees. We interpret this as an effect of public social capital. Next, we found that perceived private social capital correlates with more attention to issues belonging to the private domain, resulting in attention and exposure to media content on the personal domain, such as health.

From our results we infer that objective social structural characteristics, like employment, do not predict media equipment and exposure to media content on politics and health, whereas variables that indicate situational and subjective perceptions of media-users do.

Keywords

employment, media use, public domain, private domain, social capital