



**Jongeren en media: van mediavreemden tot hybride meerwaardezoekers**

Tom Boonaert & Jessy Siongers  
Vakgroep Sociale Agogiek - UGent  
TOR-Groep - VUB



1

---

---

---

---

---

---

---

---

**[ Structuur ]**

- Inleiding
- Jongeren & traditionele media
- Jongeren & nieuwe media
- Jongeren als multimediale gebruikers
- Besluit

2

---

---

---

---

---

---

---

---

**[ Inleiding ]**

- Belang van media
- Inzicht verwerven in mediaconsumptie en -preferenties
- Traditionele én/of nieuwe media

3

---

---

---

---

---

---

---

---

## [ Inleiding ]

Welke functies vervullen de traditionele en nieuwe media voor welke jongeren?

Hoe worden de verschillende media samen gebruikt?

4

---



---



---



---



---



---



---



---

## [ Jongeren & Traditionele Media ]

- Peilen naar mediapreferenties bij 14-30 jarigen
- 2 gedrukte mediavormen: tijdschriften en kranten
- TV- & radiozenders

5

---



---



---



---



---



---



---



---

## [ Tijdschriften ]

	% van jongeren	% van lezers
<i>Ik lees nooit tijdschriften</i>	20.1	/
Humo	19.8	24.8
Tv-bladen (TV-story, Dag Allemaal, TeVe-blad, TV-Gids, ...)	16.6	20.7
Flair	12.1	15.1
Joepie, Fancy, ...	10.4	13.0
Sportbladen	8.5	10.6
Menzo, Ché, P-Magazine, ...	7.3	9.1
Knack	5.4	6.7
Totaal %	100.0	100.0
N	3082	2464

6

---



---



---



---



---



---

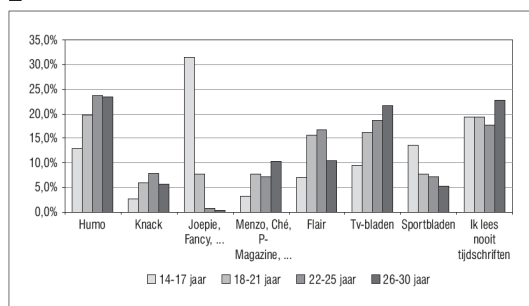


---



---

## Tijdschriften




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Kranten

	% van jongeren	% van lezers
<i>Ik lees nooit kranten</i>	23.3	/
Het Laatste Nieuws/De Nieuwe Gazet	22.4	29.2
Het Nieuwsblad/ De Gentenaar	15.8	20.6
Het Belang van Limburg	10.5	13.7
De Gazet van Antwerpen/Mechelen	8.1	10.5
De Standaard	7.5	9.8
Metro	6.9	9.0
De Morgen	5.5	7.2
Totaal %	100.0	100.0
N	3158	2423

---

---

---

---

---

---

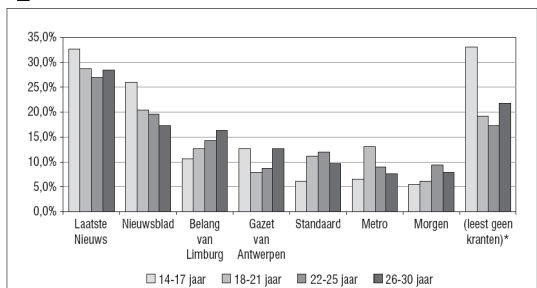
---

---

---

---

## Kranten




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Televisie

	% dat het liefst naar zender kijkt (N = 3125)	% dat het minst graag naar zender kijkt (N = 3128)
Eén	20.1	5.2
Canvas	8.2	18.1
Ketnet	.8	13.9
VTM	17.6	14.9
VT4	31.9	1.9
2BE	14.4	3.4
Regionale zender	.3	36.4
Kijkt bijna nooit tv	6.7	6.1

10

---

---

---

---

---

---

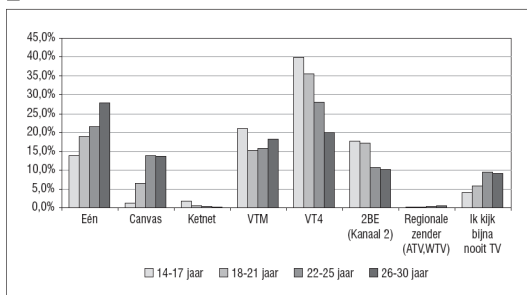
---

---

---

---

## Televisie



11

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Radio

	% dat het liefst naar zender luistert (N = 3128)	% dat het minst graag naar zender luistert (N = 3142)
Radio 1	4.2	10.1
Topradio	6.3	9.2
Klara	0.7	60.3
Studio Brussel	29.5	5.7
Radio Donna	15.4	4.5
Q-music	37.3	4.6
luistert niet naar de radio	6.7	5.5

12

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Jongeren & Nieuwe Media

- Bezit van nieuwe media
- Gebruik van internettoepassingen

13

---



---



---



---



---



---



---

## Bezit nieuwe media

	Toegang			Geen toegang
	Gedeeld bezit (met andere familieleden)	Persoonlijk bezit	Totaal	
Pc (N = 3612)	29.7	66.6	96.3	3.7
Internet (N = 3606)	46.2	46.8	93.0	7.0
Mp3 (N = 3696)	8.5	71.2	79.7	20.3
Gsm (N = 3601)	2.5	96.7	99.2	.8
Spelconsole (N = 3575)	15.4	42.5	57.9	42.1
Tv (N = 3614)	43.3	55.2	98.5	1.5

14

---



---



---



---



---



---



---

## Bezit nieuwe media

Medium	12-13 jaar	26-30 jaar
PC	98.3	92.8
Internet	97.7	86.5
MP3	94.6	78.6
GSM	98.9	99.4
Spelconsole	69.2	42.4

15

---



---



---



---



---



---



---

## Internettoepassingen

Dimensie	Toepassing	Bijna nooit	Soms	Bijna iedere dag
Ontspanning	Spelen van video- of computerspelletjes	36.6	31.8	31.6
	Pro-efpagina aanmaken/onderhouden	34.6	22.3	43.1
	Weblog of videolog bijhouden	80.8	12.7	6.5
Communicatie	Chatten	21.5	20.7	57.8
	E-mails checken en versturen	6.6	12.2	81.3
	Zoekmachines gebruiken	5.6	12.7	81.7
Informatie	Informatie opzoeken op sites van kranten, tijdschriften, enzovoort	25.0	43.8	31.1
	Informatie opzoeken op sites van scholen, bibliotheken, enzovoort	18.1	41.1	40.8
Commercieel gebruik	Webbankieren	50.4	19.4	30.2
	Online producten of tickets kopen	65.5	32.8	1.7

16

## Jongeren als multimediale gebruikers

- Traditionele en nieuwe media samen
- 5 verschillende clusters
  1. Just for fun
  2. Focus op traditionele media
  3. Hybriden met voorkeur populaire media
  4. Hybride meerwaardezoekers
  5. Mediavreemden

17

## Multimediale gebruikers

- Just for fun (29%)  
Traditionele commerciële kanalen, Joepie & Fancy, bijna nooit krant lezen, Q-music, VT4, spelletjes spelen en chatten
- Focus op traditionele media (22%)  
Enkel pragmatisch gebruik van nieuwe media, vooral TV-bladen, Het Laatste Nieuws, Q-music, één

18

**[Multimediale gebruikers]**

- **Hybriden met voorkeur populaire media (21%)**  
internetgebruik ruimer dan just for fun, TV-bladen, Q-music, vooral VTM & VT4
- **Hybride meerwaardezoekers (20%)**  
kanalen met kritische meerwaarde
- **Mediavreemden (9%)**  
Consumeert in beperkte mate

19

---

---

---

---

---

---

---

---

**[Multimediale gebruikers]**

- **Geslacht**  
Focus op traditionele media: meer vrouwen (60%)  
Hybride meerwaardezoekers & mediavreemden: meer mannen (56% & 60%)
- **Leeftijd**  
just for fun: jongere generatie (18j)  
focus op traditionele media (25j), hybride meerwaardezoekers (23j) & mediavreemden (23j): relatief oudere gebruikers

20

---

---

---

---

---

---

---

---

**[Multimediale gebruikers]**

- **Opleidingsniveau**  
just for fun & mediavreemden: sterke oververtegenwoordiging van laaggeschoolden  
  
Hybride meerwaardezoekers: sterke oververtegenwoordiging van hooggeschoolden

21

---

---

---

---

---

---

---

---

## [ Besluit ]

- Jeugdbeleidsplan  
Toegankelijk maken van (overheids)informatie.  
Voor welke jongeren op welke manier?
- Nood aan meer kwalitatief onderzoek  
focus op betekenissen van mediagebruik in de  
leefwereld

22

---

---

---

---

---

---

---

---

## [ Tot slot ]

- Opmerkingen, bedenkingen, vragen,...

[Tom.Boonaert@UGent.be](mailto:Tom.Boonaert@UGent.be)

[Jessy.Siongers@vub.ac.be](mailto:Jessy.Siongers@vub.ac.be)

23

---

---

---

---

---

---

---

---