



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

De invloed van partners op elkaars mediagebruik: Een tijdbestedinganalyse van huishoudens

Westerik, H.; Konig, R.; Huysmans, F.

DOI

[10.1347/tijd.35.3.183](https://doi.org/10.1347/tijd.35.3.183)

Publication date

2007

Document Version

Final published version

Published in

Tijdschrift voor Communicatiewetenschap

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Westerik, H., Konig, R., & Huysmans, F. (2007). De invloed van partners op elkaars mediagebruik: Een tijdbestedinganalyse van huishoudens. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 35(3), 183-205. <https://doi.org/10.1347/tijd.35.3.183>

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

UvA-DARE is a service provided by the library of the University of Amsterdam (<https://dare.uva.nl>)

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/2066/56764>

Please be advised that this information was generated on 2015-05-27 and may be subject to change.

Henk Westerik,
Ruben Konig en
Frank Huysmans

De invloed van partners op elkaars mediagebruik: Een tijdbestedinganalyse van huishoudens

In deze bijdrage presenteren we analyses van mediagebruik aan de hand van tijdbestedingdata. Deze bevestigen de uitkomsten van veel onderzoek in binnen- en buitenland dat de primaire sociale context van het huishouden van belang is in de verklaring van de hoeveelheid tijd die mensen voor de televisie doorbrengen.

De sociale context van mediagebruik

Mediagebruik in huishoudens

Wat mensen doen en laten, komt zoals bekend niet alleen voort uit hun eigen voorkeuren. Hun activiteiten zijn ook onderhevig aan goed- of afkeuring door hun sociale omgeving. Zo wordt het verrichten van betaald werk over het algemeen als positief gezien en werkloosheid doorgaans als ongewenst ervaren. In de vrije tijd ontkomt men evenmin aan de beoordeling door anderen. Het bezoeken van culturele instellingen zoals musea en theaters geldt, zeker onder hoger opgeleiden, als *bon ton*. En wie op avontuurlijke reizen verre oorden aandoet, weet zich achteraf verzekerd van de belangstelling voor de gemaakte foto's en opgedane ervaringen.

Ook het gebruiken van media in de vrijetijd kan op goed- of afkeuring rekenen. Velen, opnieuw in de hoger opgeleide kringen, zeggen zich 'schuldig' te voelen na een avond televisiekijken (vgl. Hagen, 1997; Höijer, 1999). Hebben ze daarentegen een goed boek gelezen, dan gaan ze voldaan naar bed. Verder bekijken ouders het consumptieve mediagebruik van hun kroost met argusogen. Kortom: hoewel mensen in de vrije tijd vrij zijn in de keuze wat te gaan doen, bestaan er (in verschillende sociale milieus uiteenlopende) noties over wat wenselijke en wat onwenselijke vrijetijdsbesteding is. Die noties maken dat de vrijetijd in feite niet zo vrij is als de naam suggereert.

De individuele vrijheid in de vrijetijdsbesteding, en in het bijzonder de mediatijdsbesteding, wordt verder beknot door het gegeven dat men (althans in meerpersoonshuishoudens) de beschikbare media met elkaar moet delen. Het eerste katern van de krant kan moeilijk tegelijkertijd door meerdere huisgenoten worden gelezen, en hoewel steeds meer gezinnen

Henk Westerik en Ruben Konig zijn verbonden aan de Radboud Universiteit Nijmegen. Frank Huysmans is werkzaam als hoogleraar Bibliotheekwetenschap aan de Universiteit van Amsterdam en bij het Sociaal en Cultureel Planbureau. Correspondentie naar de eerste auteur: Postbus 9104, 6500 HE Nijmegen. E-mail: h.westerik@maw.ru.nl.

meerdere televisies ter beschikking hebben, is het nog altijd geen uitgemakte zaak dat ieder naar datgene kijkt waarnaar hij of zij het liefst kijkt. Naast programmavoorkeuren spelen in veel gezinnen immers vaak ook overwegingen van gezelligheid een rol.

Meerdere studies hebben in het verleden laten zien dat mediagebruik geen puur individuele aangelegenheid is. De aandacht ging daarbij vooral uit naar televisiekijken. Webster en Wakshlag (1982, 1983) bespreken een aantal studies uit de jaren 1960 en 1970 waaruit naar voren kwam dat het kijken in groepsverband de verwezenlijking van individuele kijkvoorkeuren beïnvloedt. Uit hun eigen onderzoek (Webster en Wakshlag, 1982) bleek dat indien de samenstelling van de groep waarmee men kijkt verandert, het eigen kijkgedrag ook minder consistent wordt. Mutsaers, Van Snippenburg en Vierkant (1992) vonden dat de kijkvoorkeuren van gezinsleden van invloed zijn op het gerealiseerde kijkgedrag. Mutsaers (1993, 1996) kon deze bevinding bevestigen met andere gegevens.

Dat er een samenhang bestaat tussen mediagebruik van huisgenoten staat daarmee wel vast, maar hoe deze samenhang verklaard moet worden, is nog niet duidelijk. Aan een kant is het denkbaar dat congruentie in mediagebruik tussen huisgenoten iets is dat door langetermijnfactoren wordt bepaald. De gedachte is dan dat kinderen al op jeugdige leeftijd een patroon van mediagebruik wordt bijgebracht, dat lijkt op dat van de ouders, en dat andere huisgenoten al vroeg in hun relatie vergelijkbare gebruikspatronen ontwikkelen (Gunter & McAleer, 1997). Voor ouders en kinderloze partners speelt bovendien dat zij gekozen hebben voor een bepaalde partner. En aangezien personen er vaak voor kiezen om relaties aan te gaan met anderen met wie ze veel overeenkomsten hebben (Murstein, 1985) en sociale en culturele overeenkomsten als een voorwaarde voor de besteding van relaties worden gezien (Jansen, Poortman, De Graaf & Kalmijn, 1998), ligt het voor de hand dat mensen met gelijke mediavoorkeuren elkaar wat vaker zullen vinden en mogelijk ook vaker bij elkaar zullen blijven dan gemiddeld. Op deze manier zouden individuen ervoor zorgen dat hun partner ook qua mediagebruik op hen lijkt. Of dit zo is, is echter niet of nauwelijks onderzocht.

Daarnaast is uit onderzoek ook duidelijk dat individuen elkaars mediagebruik op korte termijn beïnvloeden. Morley (1986) vond in zijn onderzoek onder gezinnen uit de Engelse arbeidersklasse dat machtsverhoudingen binnen het gezin ook tot uitdrukking komen in de programmakeuze. In de door hem bestudeerde gezinnen waren het veelal de mannen/vaders die de gang van zaken bepaalden en daarmee ook naar welke (soort) programma's het gezin keek. Vrouwen hadden daar minder invloed op. Hun ondergeschoven positie bij het televisiekijken werd verder afgelezen uit het feit dat zij veel vaker dan hun echtgenoten naast het televisiekijken nog andere bezigheden verrichtten (vgl. König, Renckstorf & Wester, 2001). Meier en Peeters (1988) konden deze bevindingen voor Nederland bevestigen en Walker (1996) deed vergelijkbare bevindingen in een kwalitatief onderzoek in de Verenigde Staten. Dat wil echter niet zeggen dat mannen altijd dominant zijn. Uit een ander kleinschalig onderzoek kwam bijvoorbeeld naar voren dat in paren waarin de vrouwelijke partner dominant is als het gaat om de verdeling van huishoudelijke taken, de vrouw ook degene is die haar

kijkvoorkeuren het best kan verwezenlijken. Is er sprake van onderlinge gelijkheid tussen vrouw en man in de verdeling van de taken, dan lijkt dat ook te gelden voor het televisiekijken (Brehm, 1994).

Niet alleen de dominantie van partners, maar ook de wijze waarop huisgenoten met de tijd omgaan, is van invloed op het kijkgedrag (zie voor een overzicht Huysmans, 2001). Daarbij dienen huisgenoten in de planning van hun activiteiten tot op zekere hoogte rekening met elkaar te houden om op gezette tijden dingen samen te kunnen doen, zoals eten, met elkaar praten en spelletjes doen (zie Daly, 1996). Hoe beter men dingen gezamenlijk van tevoren plant, hoe ordelijker het huiselijke leven verloopt (Bryce, 1987). Men zou daarom van een tijdcultuur kunnen spreken die deels individueel en deels binnen het huishouden tot stand komt (Neverla, 1992; Huysmans, 1996; Silverstone, 1993). Deze tijdcultuur omvat het hele palet aan bezigheden van huisgenoten thuis en buitenshuis, zo ook het mediagebruik en in het bijzonder het televisiekijken. Hoe meer huisgenoten erop zijn gericht dingen samen te doen, hoe meer ook hun televisiekijkgedrag gezamenlijk of in elk geval gelijktijdig plaatsvindt. Huysmans (2001, pp. 254-265) vond een duidelijke samenhang in de tijdstippen waarop huisgenoten kijken. In het weekend blijkt die samenhang sterker te zijn dan door de week. Een verklaring voor die samenhang werd gevonden in de wederzijdse invloed van huisgenoten op elkaars 'timing'. Mannen beïnvloeden vrouwen, maar ook het omgekeerde is het geval. Naast deze wederzijdse invloed op het tijdstip waarop partners kijken, vonden Konig, Kraaykamp en Westerik (2003) soortgelijke invloeden met betrekking tot kijkduur.

Niet alleen waarnaar, wanneer en hoe lang men kijkt, is een zaak van het huishouden. Meer in het algemeen blijkt dat televisiekijken in gezinnen een sociaal karakter heeft. Kleinschalig kwalitatief onderzoek in diverse landen heeft laten zien dat televisie de aandacht op bepaalde thema's richt. Aangezien het televisiescherm in gezinnen een plek is waar men samenkomt, beïnvloedt de televisieprogrammering waarnaar wordt gekeken en daarmee tevens de communicatie binnen het gezin (Lull, 1988, p. 17). Televisie is, met andere woorden, onderdeel van de gezamenlijke constructie van de gezinsidentiteit.

Door te praten over wat er op het scherm is, en bijvoorbeeld het gedrag van fictieve personages te veroordelen of juist te imiteren, wordt het vooral voor opgroeiende kinderen duidelijker wat de gezinsnormen en -waarden zijn (Dorr & Rabin, 1995) en hoe deze zich verhouden tot die in de omringende samenleving (Morley & Silverstone, 1990). Kinderen worden, zeker als ze nog jong zijn, door hun ouders – meestal de moeder – 'begeleid' bij het kijken (Dorr, Kovaric & Doubleday, 1989; Pasquier, 2001). Als ze ouder worden, verdwijnt deze begeleiding geleidelijk (Lin & Atkin, 1989; National Institute for Mental Health, 1982). Hieruit komt de culturele betekenis van de televisie naar voren, namelijk als een integraal onderdeel van de socialisatie van kinderen.

Nu kan men verwachten dat in een samenleving met een doorzettende huishoudensverduunning gecombineerd met een nog altijd groeiend aantal huishoudens met meerdere televisietoestellen (zie Huysmans, De Haan & Van den Broek, 2004) de gezamenlijke gerichtheid op een televisietoestel en de programma's die daarop worden vertoond, afneemt. Maar het tegendeel is het geval. Uit een persbericht van de Stichting KijkOnderzoek

(2004) blijkt dat tussen 1997 en 2003 het aandeel samen kijken juist sterk is gestegen. Blijkbaar is de veronderstelling dat huisgenoten steeds meer hun eigen gang gaan, niet juist.

Onderzoeksvraag

Onbekend is vooral nog in hoeverre de voor televisie vastgestelde wederzijdse beïnvloeding van huisgenoten ook opgaat voor de tijd besteed aan andere media zoals radio en krant. In dit artikel wordt nagegaan of bij Nederlandse partners de *hoeveelheid tijd* die zij besteden aan televisiekijken, naar de radio luisteren en in de krant lezen, onderling samenhangt, en zo ja, of dat terug te voeren is op beïnvloeding van de vrouw door de man (mannelijke dominantie), omgekeerd (vrouwelijke dominantie) of dat er sprake is van een symmetrische relatie. Ten opzichte van eerder onderzoek (bijv. Mutsaers e.a., 1992) betekent dat een beperking: alleen de tijd die men aan deze media besteedt, wordt hier aan analyse onderworpen en niet aan welke genres die tijd wordt besteed. Anderzijds betekent het ook een verbreding. Zoals hierboven bleek, heeft bij onderzoek naar mediagebruik in huishoudens tot dusverre het televisiekijken centraal gestaan. Of ook de andere vormen van mediagebruik door het mediagebruik van huisgenoten worden beïnvloed, en zo ja, in welke mate, is voor zover ons bekend niet in samenhang onderzocht.

Mediagebruik van partners: het NiCoR-tijdbestedingsonderzoek

Methode

Wil men de invloed van huisgenoten op elkaars mediagebruik gedetailleerd kunnen vaststellen, dan is men aangewezen op onderzoek in huishoudens. Alle huisgenoten vanaf een zekere leeftijd vullen dan een soortgelijke enquête en/of een tijdbestedingsdagboek in. De onderzoeken waarover Huysmans (2001) rapporteert, waren op deze wijze opgezet.¹

In de eerste maanden van 2000 voerde het Nijmegen Institute for Communication Research (NiCoR) van de Radboud Universiteit Nijmegen een persoonsgericht onderzoek uit onder de Nederlandse bevolking. Hieraan was een tijdbestedingsonderzoek verbonden voor het huishouden waartoe de respondenten behoorden. Een belangrijk deel van het onderzoek had betrekking op mediagebruik en dit is dan ook gedetailleerd in kaart gebracht. Op basis van deze gegevens kan worden nagegaan in welke mate huisgenoten anno 2000 in hun mediagebruik op elkaar waren gericht.

Dit zal gebeuren door simultaan het mediagebruik van partners te verklaren uit huishoudenskenmerken (bijvoorbeeld gezinsgrootte) en kenmerken van de man en de vrouw. Het mediagebruik van mannelijke partners (bijvoorbeeld: tijd besteed aan televisie door de man) zal daarbij niet alleen worden verkaart op basis van eigen kenmerken (bijvoorbeeld: opleidingsniveau man) en huishoudenskenmerken, maar ook op basis van kenmerken van de vrouw (bijvoorbeeld: opleidingsniveau vrouw, maar ook: tijd besteed aan televisie door de vrouw). Omgekeerd zal ook het mediagebruik van vrouwelijke partners worden verklaard uit zowel eigen kenmerken, als huishoudenskenmerken, als kenmerken van de man.

In deze paragraaf wordt een toelichting gegeven op de onderzoeksgegevens. In de daaropvolgende paragrafen wordt op steeds eendere wijze de tijdsbesteding van vrouwelijke en mannelijke partners aan televisie, radio en dagblad in statistische zin verklaard vanuit achtergrondkenmerken van de partners. Bij deze verklaring neemt de term 'dominantie' een centrale plaats in. Als uit onze analyse naar voren komt dat achtergrondkenmerken en mediagebruik van mannen betere verklarende factoren zijn van vrouwelijk mediagebruik dan omgekeerd, dan zal hieruit worden geconcludeerd dat mannen qua mediagebruik dominant zijn.

Data

In de eerste maanden van 2000 is onder de titel *Mediagebruik 2000* een grootschalig veldonderzoek verricht onder een naar sekse representatieve steekproef van 825 Nederlanders van 18 tot 75 jaar² (Konig, Jacobs, Hendriks Vettehen, Renckstorf & Beentjes, 2005). In aansluiting hierop werd respondenten en hun huisgenoten van 10 jaar en ouder gevraagd mee te doen aan een schriftelijke enquête. Daarin werden zij ondervraagd over achtergrondkenmerken (zoals opleiding, sekse en leeftijd); over hun algemene activiteitenpatroon (waaronder participatie in werk, cultuur, uitgaan, sport, vrijwilligerswerk en mediagebruik); over programma- en leesvoorkeuren; en over waarden en interesses. Aan de respondenten en huisgenoten werd verder gevraagd of zij voor drie dagen – een doordeweekse dag, een zaterdag en een zondag – hun tijdsbesteding wilden bijhouden in een dagboekje. Daarbij werd hen niet alleen gevraagd per kwartier in eigen woorden aan te geven wat zij deden (Wat was u aan het doen? Deed u tegelijkertijd nog iets anders?), maar ook werd hun gevraagd aan te kruisen waar zij waren, met wie zij waren (alleen, met kinderen, met andere huisgenoten en/of met andere bekenden) en welke media zij raadpleegden (welk televisiekanaal, welk radiostation, welke lectuur).

Aangezien het bij het tijdsbestedingsonderzoek ging om een toevoeging aan het eigenlijke onderzoek (een mondeling afgenomen enquête), was het vooraf niet de verwachting dat alle huishoudens zouden participeren. Uiteindelijk namen 415 huishoudens geheel of gedeeltelijk deel aan het tijdsbestedingsonderzoek (oftewel de huishoudens van 50,3% van de deelnemers aan de enquête). Van 7 huishoudens was de precieze huishoudensamenstelling niet bekend, zodat er voor analyse 408 huishoudens resteerden. Deze respons bleek, ondanks de dubbele zelfselectie die had plaatsgevonden (wel of niet toestemmen in deelname aan de enquête en vervolgens het dagboekonderzoek), na correctie voor ongelijke selectiekans niet vertekend naar huishoudensgrootte en -type (Huysmans, 2005).

Van de 408 huishoudens was de respons van 287 volledig: alle huisgenoten vanaf 10 jaar hadden een dagboek ingevuld. Deze groep huishoudens week naar grootte niet significant af. Naar type deed ze dit wel: procentueel omvat de steekproef te veel tweepersoons- en te weinig eenpersoonshuishoudens (Huysmans, 2005).³ Omdat het hier niet om de eenpersoonshuishoudens te doen is, is dit een overkomelijk bezwaar. Het betekent wel dat paren zonder kinderen ten opzichte van die met kinderen wat zijn oververtegenwoordigd. 77 van de 287 huishoudens waren eenpersoonshuishoudens, zodat 210 meerpersoonshuishoudens overbleven. In deze huishoudens bevonden zich 206 man-vrouwparen (en geen paren van gelijk geslacht), van wie de tijdsbesteding voor dit hoofdstuk is geanalyseerd.

Mediatijdbesteding van partners in samenhang

In tabel 1 is te zien dat mannen die relatief veel tijd besteden aan een van de drie onderzochte media, niet meer of minder tijd besteden aan de andere media. Alle samenhangen zijn zwak en niet-significant. De tijd besteed aan het ene medium lijkt onafhankelijk te zijn van de tijd die ze aan een ander medium besteden. Bij hun vrouwelijke partners ligt het iets anders. Vrouwen die meer naar de radio luisteren, kijken ook relatief veel televisie en lezen ook relatief veel in de krant. Maar andere significante relaties tussen de tijd die wordt besteed aan de verschillende media komen bij vrouwen ook niet voor (zie voor vergelijkbare bevindingen op basis van het SCP-onderzoek: Huysmans e.a., 2004, pp. 222-223).

Tabel 1
Correlaties tussen de tijdsbesteding aan media door mannelijke en vrouwelijke partners

	televisie	radio	dagblad
<i>mannen</i>			
televisie	1		
radio	.06	1	
dagblad	.08	.04	1
<i>vrouwen</i>			
televisie	1		
radio	.20	1	
dagblad	-.03	.27	1
<i>paren</i>			
televisie	.53	.02	.02
radio	.06	.53	.13
dagblad	-.12	.07	.48

Vetgedrukte correlaties zijn significant ($p < 0,05$).

Het meest interessant is echter het gebied onder in de tabel. Hier kan men aflezen dat voor ieder medium de tijd die vrouwen eraan besteden positief samenhangt met de tijd die hun mannen eraan spenderen. Dat betekent dat mannen en vrouwen elkaar mogelijk beïnvloeden in de tijd die ze besteden aan televisiekijken, luisteren naar de radio, en lezen van het dagblad. Alle andere samenhangen zijn niet-significant. Veel televisiekijken door vrouwen gaat bijvoorbeeld niet samen met veel krant lezen door hun mannelijke partners.

Nu we de samenhangen hebben laten zien tussen de mediatijdsbesteding van mannen en vrouwen, proberen we deze in samenhang te verklaren. Daartoe formuleren we eerst een aantal verwachtingen, waarvan we daarna zullen nagaan of we ze kunnen staven. We betreden eerst relatief bekend terrein door ons op televisiekijken te concentreren. Daarna komen luisteren naar de radio en het lezen van de krant aan bod en bevinden we ons in de minder goed verkende binnenlanden van het mediagebruiksonderzoek.

Tijd besteed aan televisiekijken

Verwachtingen

Onze eerste verwachting betreft de invloed van iemands kijktijd op de kijktijd van diens partner. Onderzoek in de Verenigde Staten, Zweden en Nederland (Nijmegen) laat zien dat mannen en vrouwen geneigd zijn om televisie te gaan kijken op het moment dat hun partners televisie aan het kijken zijn, en ook om daarmee op te houden wanneer hun partners stoppen (Huysmans, 2001; McDonald, 1985). Op grond hiervan lijkt het redelijk te veronderstellen dat als een man veel televisiekijkt, dit ook zijn vrouwelijke partner stimuleert om veel te kijken – en omgekeerd precies zo.

Deze wederzijdse beïnvloeding verloopt uiteraard deels door het voorbeeld dat men aan elkaar geeft. Als de ene persoon voor de buis zit, stimuleert dit de ander hetzelfde te doen, al is het maar omdat de huiskamer met beeld en (vooral) geluid wordt gevuld. Maar dit is niet de enige manier waarop men elkaar beïnvloedt. De wederzijdse beïnvloeding verloopt ook via de normen die men voor elkaar aanlegt, en die normen hebben op hun beurt te maken met de sociale achtergrond die beide partners hebben. Als een van de partners, zeg de vrouw, is opgevoed met het idee dat televisiekijken tijdsverspilling is, dan remt dat, naar wij aannemen, niet alleen haar eigen televisiekijktijd maar ook die van haar man of vriend.

Het bovenstaande idee kan men ook rechtstreeks koppelen aan het opleidingsniveau van de partners. Over het algemeen is het zo dat men in hoog opgeleide kringen niet wordt aangemoedigd om de hele avond ‘voor de televisie te hangen’, terwijl dit bij lager opgeleiden veel meer geaccepteerd is (Pasquier, 2001). Wanneer mensen met een hoge opleiding zich bijvoorbeeld openlijk schuldig voelen na een avondje televisiekijken, spreken ze zich daarmee indirect ook negatief uit over de televisiekijktijd van hun partners als die een keer een avondje televisiekijken. Los van zijn eigen opleidingsniveau kan een man dus vooral kritiek verwachten op zijn televisiekijken als hij met een hoogopgeleide vrouw getrouwd is of samenwoont, en los van haar eigen opleidingsniveau kan een vrouw vooral kritiek verwachten van een hoogopgeleide man. Of waarschijnlijker nog, de partner van een hoog opgeleide persoon zal proberen die kritiek voor te zijn door niet te veel te kijken. Daarom verwachten wij dat de opleiding van een persoon niet alleen een remmende invloed heeft op zijn of haar eigen televisiekijktijd, maar ook op de televisiekijktijd van de partner.

En er is nog een derde manier waarop men elkaar beïnvloedt: niet alleen door het voorbeeld dat men geeft en door de normen die men elkaar voorhoudt, maar ook door de eigen leefsituatie en de manier waarop men daarmee omgaat. We nemen aan dat de hoeveelheid tijd die men thuis doorbrengt, daarbij een belangrijke rol speelt. Televisiekijken wordt wel gezien als iets dat personen vooral thuis doen, als een substituuut voor meer actieve en/of uithuizige tijdsbestedingen (Graney & Graney, 1974; Lull, 1980; Rubin & Rubin, 1982; Putnam, 1995). We nemen aan dat een inhuizige leefstijl of een gebondenheid aan het eigen huis zich vaak vertaalt in relatief veel televisiekijken, en dat daardoor een ‘veelkijkcultuur’ in huis kan ontstaan, waar de partner zich niet helemaal aan kan onttrekken. Veel thuis zijn leidt er dan niet alleen toe dat men zelf veel televisie gaat kijken, maar ook dat de partner dat gaat doen.

Het opvoeden van kinderen speelt mogelijk een additionele rol. Zoals al eerder gezegd, worden kinderen als ze nog jong zijn, door hun ouders 'begeleid' bij het kijken (Dorr e.a., 1989; Pasquier, 2001). Op grond daarvan ligt het voor de hand dat de aanwezigheid van jongere kinderen de kijktijd van ouders opdrijft. Een ouder die veel met de kinderen optrekt en voor ze zorgt, kijkt naar verwachting dus ook meer televisie. Op grond van eerder onderzoek is niet duidelijk of dit ook effect heeft op de andere ouder, als deze relatief weinig optrekt met het kind.

Men zou verder kunnen veronderstellen dat mensen die veel huishoudelijk werk verrichten, weinig tijd hebben om televisie te kijken, ook al zijn ze veel thuis. We verwachten daarom dat zorg voor gezin en huishouden de eigen televisiekijktijd remt. Wat de effecten zijn op het kijkgedrag van de partner is op voorhand niet duidelijk. Het zou kunnen zijn dat het actief zijn van een van de partners de legitimiteit van het veelkijken voor de ander ondergraaft en dus reduceert. Maar het zou ook kunnen zijn dat het juist de mogelijkheid schept voor de partner om niets te doen en televisie te kijken.

Al met al hebben we dus een groot aantal verwachtingen uitgesproken over hoe partners elkaars televisiekijktijd beïnvloeden. We verwachten daarbij niet op voorhand dat mannen een andere invloed hebben op de kijktijd van hun partner dan vrouwen. Weliswaar lijken mannen vaak hun zin te krijgen waar het de programmakeuze betreft (Bower, 1973; Copeland & Schweitzer, 1993; Gantz, 2001; Krendl, Troiano, Dawson & Clark, 1993; Lull, 1982, 1990; Morley, 1986, 1988, 1992; Mutsaers, 1996; Walker, 1996; Walker & Bellamy, 2001; echter: König, 2004) maar het opdringen van de eigen programmavoorkeur is nog iets heel anders dan het bepalen hoeveel je partner televisiekijkt. We zien geen dwingende redenen om te verwachten dat een dergelijk mannelijke dominantie ook gevonden zou moeten worden bij de invloed van partners op elkaars televisiekijktijd. König e.a. (2003) hebben hiervoor eerder geen aanwijzingen gevonden.

We verwachten dus dat mannen en vrouwen op een vergelijkbare wijze beïnvloed worden in hun mediagebruik en zo komen tot congruent mediagebruik. Ook verwachten we dat de rol die mediagebruik speelt bij de relatievorming en -bestending dezelfde is voor mannen als voor vrouwen. We gaan er verder van uit dat alledaagse beïnvloedingprocessen, bijvoorbeeld het samen televisiekijken, bij mannen hetzelfde effect hebben als bij vrouwen. En we veronderstellen dat huishoudenskenmerken op eenzelfde wijze mannen en vrouwen beïnvloeden in hun mediagebruik. Het kan zijn dat achtergrond- en leefsituatiekenmerken van de ene partner van invloed zijn op het mediagebruik van de andere partner. Maar ook dan veronderstellen we dat die invloed symmetrisch is. Dus als mannen zich laten weerhouden van veelkijken door hun opleiding, dan ook vrouwen. Als bij vrouwen thuis zijn leidt tot veelkijken, dan ook bij mannen.

Operationalisatie

Onze veronderstelling is daarmee dat als de eigen kijktijd van *mannen* wordt beïnvloed door eigen kenmerken en partner- en huishoudkenmerken, ook de eigen kijktijd van *vrouwen* wordt beïnvloed door eigen kenmerken en partner- en huishoudkenmerken. Hierbij verstaan wij onder eigen kenmerken en partnerkenmerken⁴:

- *Opleiding (m/v)*: de hoogste voltooide opleiding.
- *Tijd thuis (m/v)*: het aantal kwartieren per week waarvoor men in het dagboek heeft aangekruist dat men thuis was.⁵
- *Tijd kinderen (m/v)*: het aantal kwartieren per week waarvoor men in het dagboek heeft aangekruist dat men samen was met een of meer kinderen van 9 jaar of jonger.
- *Tijd huishouden (m/v)*: het aantal kwartieren per week waarvoor men aangeeft dat men huishoudelijk werk verricht. Hierbij moet men denken aan activiteiten als eten koken, afwassen, de hond uitlaten, kleding herstellen, banden plakken en boodschappen doen.⁶
- *Taakcombinatie (m/v)*: als taakcombineerders zijn gedefinieerd die personen die ten minste acht uur per week huishoudelijk werk verrichten en ten minste twaalf uur per week aan werk of studie besteden (zie Van den Broek, Breedveld & Huysmans 2001).
- *Tijd werk (m/v)*: het aantal kwartieren per week waarvoor men aangeeft te hebben gewerkt en/of les of college te hebben gevolgd voor een studie of opleiding.⁷
- *Tijd tv (m/v)*: het aantal kwartieren per week dat men televisie heeft gekeken.⁸

En onder kenmerken van het huishouden verstaan we:

- *Omvang huishouden*: het aantal personen dat deel uitmaakt van het huishouden.
- *Leeftijd*: de gemiddelde leeftijd van beide partners.⁹ Omdat de relatie tussen leeftijd en de tijd die men aan televisiekijken besteedt mogelijk curvilineair is, is leeftijd in de analyses opgenomen als een set van vier dummy's, waarbij de 43- tot en met 48-jarigen als referentiecategorie functioneren.

In totaal worden er dus ($2 \times 7 + 5 =$) 19 variabelen in de analyse van televisiekijktijd betrokken. Bij de analyse wordt gebruikgemaakt van lineair structurele modellen (LISREL 8.12a). De twee indicatoren van televisiekijktijd worden daarin gemodelleerd als de 'te verklaren' variabelen en de overige variabelen als de 'verklarende' variabelen. De keuze voor LISREL betekent dat we onze veronderstellingen over invloedsrelaties hebben moeten vertalen in termen van voorspellingsrelaties. We veronderstellen dus bijvoorbeeld dat, aangezien partners ervoor zorgen dat de tijd die hun partner besteedt aan televisie enigszins vergelijkbaar is met de eigen televisiekijktijd, de kijktijd van de partner voorspeld kan worden op basis van de eigen kijktijd, en omgekeerd.

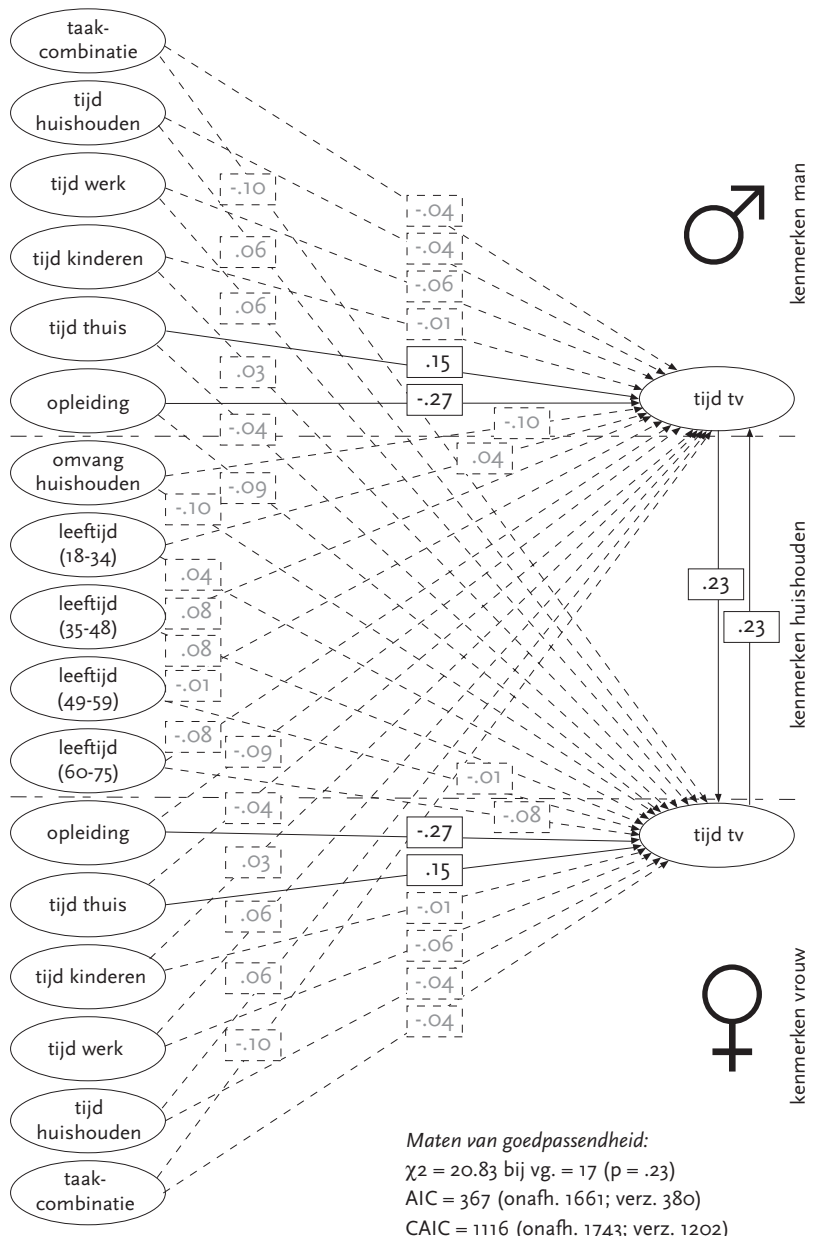
Modeltoetsing

Het model dat primair getoetst wordt, is volledig symmetrisch voor mannen en vrouwen. Deze volledige symmetrie houdt in dat simultaan getoetst wordt:

- of het effect van de diverse kenmerken van de mannen (bijvoorbeeld: opleiding man) op de kijktijd van de man gelijk is aan het effect van de kenmerken van de vrouwen (in dit voorbeeld: opleiding vrouw) op de kijktijd van de vrouw;

- of de kruiselingse effecten (bijvoorbeeld het effect van de opleiding van de man op de kijktijd van de vrouw en van de opleiding van de vrouw op de kijktijd van de man) aan elkaar gelijk zijn;
- of de variabelen op het niveau van het huishouden (bijvoorbeeld: het aantal personen in het huishouden) een gelijk effect hebben op de kijktijd van mannen en vrouwen;
- of het effect van de kijktijd van de man op de kijktijd van de vrouw gelijk is aan het effect in omgekeerde richting.

Figuur 1
Padmodel ter
verklaring van
televisiekijken
door partners
(gestandaardiseerde
effecten)



Resultaten

De resultaten van deze toetsing worden weergegeven in figuur 1. In deze – en in de andere figuren in onze analyses – zijn de significante effecten ($p < .05$; tweezijdige toetsing) aangegeven met doorgetrokken pijlen. De niet-significante effecten zijn aangegeven met gestippelde pijlen.

Het model als geheel past goed bij de data. Dit betekent dat er geen reden is om aan te nemen dat het idee van symmetrie op gespannen voet staat met de realiteit.¹⁰ De sterkte van de effecten van de achtergrondkenmerken van de man op diens eigen televisiekijktijd is steeds gelijk aan de sterkte van de overeenkomstige effecten bij de vrouw. Ook de invloed van de kenmerken van het huishouden op de kijktijd van man en vrouw zijn van vergelijkbare grootte. Met dit model kan 33% van de variantie in de televisiekijktijd van de man worden verklaard en 32% van de variantie in de televisiekijktijd van de vrouw.

Een van de meest opvallende uitkomsten is dat mannen en vrouwen elkaars televisiekijktijd sterk lijken te beïnvloeden door de hoeveelheid tijd die ze zelf naar de televisie kijken. Als een vrouw veel televisiekijkt, doet de man dat ook. En als de man veel kijkt, doet de vrouw dat ook. Ons onderzoek geeft geen reden te veronderstellen dat mannen wel meekijken met vrouwen, maar vrouwen niet met mannen zoals Morley (1986) vond. Integendeel, ons onderzoek is meer in lijn met de eerder gemaakte constatering dat mannelijke partners in hun kijktijd net zozeer worden beïnvloed door het voorbeeld van hun vrouw als vrouwen door het voorbeeld van hun man (vgl. Brehm, 1994). Dit kan veroorzaakt zijn door processen van relatievorming en -bestendinging, en door meer alledaagse processen van beïnvloeding – dat valt niet te scheiden. Maar hoe dan ook: onze resultaten bevestigen de veronderstelde symmetrie in de verhoudingen tussen de seksen.

De belangrijkste factor bij de verklaring van televisiekijktijd is echter niet de invloed van de kijktijd van de partner, maar de eigen opleiding van een respondent. Er is sprake van een negatief effect dat net iets sterker is dan het effect van de kijktijd van de partner. Dat wil zeggen dat hoe hoger iemands opleiding is, hoe minder hij of zij televisiekijkt. Dit geldt in gelijke mate voor mannen en vrouwen.

Een andere individuele factor die in gelijke mate van invloed is op de kijktijd van mannen en vrouwen, is de hoeveelheid tijd die men thuis doorbrengt. Mensen die veel thuis zijn, kijken relatief veel televisie. Uithuizigheid werkt, niet geheel onverwacht, als iets dat het televisiekijken beperkt.

Los van de wederzijdse beïnvloeding van elkaars kijktijd hebben we geen kruiselingse effecten van de kenmerken van de ene partner op de televisiekijktijd van de andere aangetroffen. De invloed die iemands kenmerken op de kijktijd van diens partner uitoefent, loopt kennelijk geheel via de eigen kijktijd. Wanneer de vrouw bijvoorbeeld een hoge opleiding heeft genoten, kijkt zij relatief weinig televisie en daardoor kijkt haar partner ook relatief weinig.¹¹

We hebben geen invloed gevonden van de omvang van het huishouden. Kennelijk is de invloed van de andere leden van het huishouden (over het

algemeen kinderen) gering. Dat kunnen we ook concluderen uit de afwezigheid van een effect van de tijd die men samen met kinderen van 9 jaar of jonger doorbrengt.

De conclusie luidt dus dat mannen en vrouwen elkaar op vergelijkbare wijze beïnvloeden in de tijd die ze besteden aan het kijken naar televisie en dat voor beide partners dezelfde factoren van invloed zijn.

Tijd besteed aan luisteren naar de radio

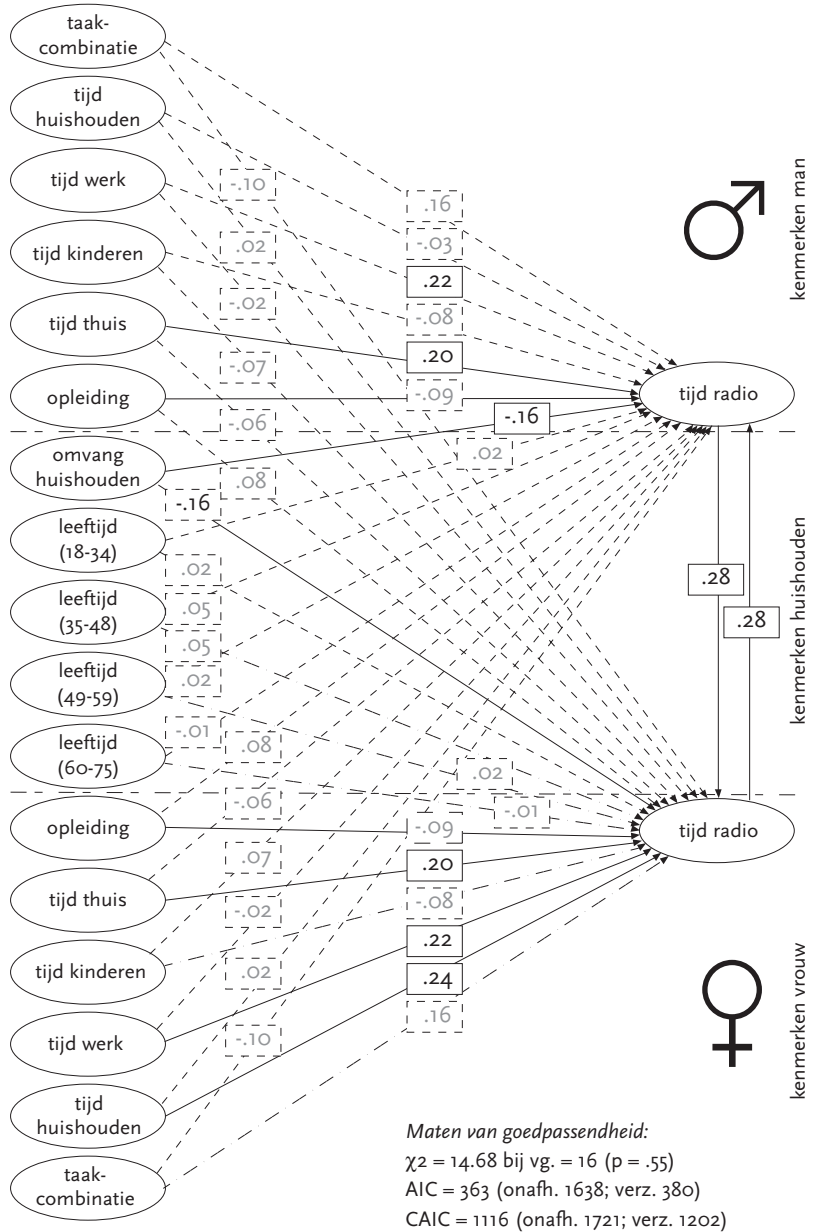
Over de invloed van partners op elkaars mediagebruik met betrekking tot andere media dan de televisie is tot op heden weinig bekend. Voor een verkenning van dit terrein met betrekking tot die andere media nemen we daarom eenvoudigweg aan dat alles hetzelfde zal zijn als bij televisiekijken. Het zou wel eens kunnen zijn dat dit vermoeden gelogenstraft wordt. Naar de radio luisteren en een krant lezen heeft immers een andere sociale betekenis dan televisiekijken. Het gezellig 's avonds rond de radio zitten, zoals dat in de jaren vijftig gebruikelijk was (Knulst, 1994), is ongetwijfeld grotendeels vervangen door het samen televisiekijken. En lezen is mogelijk nooit zo'n sociale bezigheid geweest: 'Vanaf de zestiende eeuw tot op heden hebben de meeste lezers van anderen hoofdzakelijk geëist dat ze afwezig waren, of althans hun mond hielden' (Postman, 1984, p. 35). Kortom: enige twijfel over het sociale karakter van naar de radio luisteren en in de krant lezen is op zijn plaats.

Anderzijds is het ook goed denkbaar dat huisgenoten bewust een zekere congruentie creëren. Ze kunnen partners kiezen die wat betreft het gebruik van deze media op hen lijken, men *kan* samen naar de radio luisteren, en als men een abonnement op een krant heeft, heeft het hele huishouden daar iets aan. Bovendien verschaffen zowel krant als radio specifieke, actuele informatie die tussen partners tot gespreksonderwerp kan worden. Hierdoor lijkt het niet onlogisch dat ook in het gebruik van deze media partners elkaar beïnvloeden. Mocht dit niet zo zijn, dan komt dit gaandeweg de analyse vanzelf aan het licht.

Het model voor de verklaring van radioluistertijd was een exacte kopie van het model voor de verklaring van televisiekijktijd. Het enige verschil was dat in plaats van 'kijktijd man' en 'kijktijd vrouw' nu 'luistertijd man' en 'luistertijd vrouw' waren opgenomen.¹² Dit uitgangsmodel bleek weliswaar redelijk goed bij het model als geheel te passen,¹³ maar het model paste beter bij de data wanneer het effect van de tijd besteed aan huishoudelijk werk op de eigen radioluistertijd voor mannen en vrouwen niet aan elkaar gelijk hoefde te zijn.¹⁴ Dit aangepaste model (zie figuur 2) past wel goed bij de data. Met dit model wordt 29% van de variantie verklaard in de tijd die mannen en 33% van de variantie in de tijd die vrouwen naar de radio luisteren.

De hoogste waarde in het uiteindelijke model is die voor het effect van de luistertijd van de man op de luistertijd van de vrouw en omgekeerd. De sterkte van deze wederzijdse beïnvloeding doet niet onder voor de wederzijdse beïnvloeding zoals die bij televisie plaatsvindt. Dit bevreemdt, aangezien men immers ook vaak naar de radio luistert als men niet samen thuis is met de partner; bijvoorbeeld op het werk of in de auto. Televisiekijken doet men daarentegen zoals we zagen voornamelijk thuis en vaak samen

Figuur 2
Padmodel ter
verklaring van naar
de radio luisteren
door partners
(gestandaardiseerde
effecten)



(vgl. Kubey & Csikszentmihalyi, 1990, pp. 73-74), zodat directe beïnvloeding van elkaars activiteiten hierbij meer voor de hand ligt. Een verklaring hiervoor kan zijn dat het effect van naar de radio luisteren meer indirect verloopt, via een gezinscultuur waarin luisteren naar de radio al dan niet gestimuleerd wordt, bijvoorbeeld via gesprekken. Maar het kan ook zijn dat overeenstemming tussen partners al in het begin van de relatie tot stand gekomen is en/of zelfs een rol speelde bij de relatievorming. Gezien de

belangrijke plaats van muziek in jeugdsubculturen is het zelfs enigszins voor de hand liggend dat partners vanaf het begin van hun relatie in hun luistergewoonten op elkaar lijken.

Een ander punt van overeenkomst tussen televisiekijken en naar de radio luisteren is dat beide activiteiten vooral voorkomen bij respondenten die veel thuis zijn. Onze analyses geven aan dat naarmate een man of vrouw meer thuis is, hij of zij meer naar de radio luistert. Dit kan men ook opmaken uit eerder onderzoek (bijv. Klingler & Müller, 2004). Ondanks het feit dat de radio dus veel handzamer en mobieler is dan de televisie, is het dus allerm minst zo dat er alleen onderweg of op het werk naar de radio wordt geluisterd. Het is ook een medium dat vaak thuis wordt gebruikt.

Een aantal van de factoren die leiden tot veel televisiekijken, zijn dus ook van belang voor de verklaring van het veel naar de radio luisteren. Er zijn echter ook duidelijke verschillen. Een eerste verschil is dat naar de radio luisteren veel minder dan televisiekijken iets is voor lager opgeleiden. Uiteraard is het waarschijnlijk dat hoger en lager opgeleiden naar verschillende programma's luisteren, maar voor de totale luistertijd maakt het niet uit hoe hoog men is opgeleid.

Een tweede verschil tussen televisiekijken en het naar de radio luisteren is dat naarmate men meer werkt men ook meer naar de radio luistert. Ook dit is conform eerder onderzoek (vgl. Huysmans & De Haan, 2001; Klingler & Müller, 2004).

Een derde punt van verschil met televisiekijken is dat naar de radio luisteren relatief vaak voorkomt bij respondenten die tot een klein huishouden behoren. Mogelijk heeft dat te maken met het feit dat er in een groter huishouden meer alternatieve tijdsbestedingen zijn. Een andere mogelijke verklaring is in grotere huishoudens de kans groter is dat de luistervoorkeuren uiteenlopen, dat daardoor het luisteren minder aangenaam wordt en de radio minder aan staat (vgl. Mutsaers, 1996).

Een laatste verschil tussen televisiekijken en naar de radio luisteren is dat de hoeveelheid huishoudelijk werk die men verricht niet van invloed is op de televisiekijktijd, maar wel op de radioluistertijd. Bovendien is hier sprake van asymmetrie tussen mannen en vrouwen. Bij mannen is er geen sprake van een effect van het verrichten van huishoudelijk werk op de hoeveelheid tijd die men luistert. Bij vrouwen is dit anders. Naarmate zij meer huishoudelijk werk verrichten, luisteren zij ook meer naar de radio. Wat de precieze reden hiervoor is, is uit de voorliggende analyse niet af te leiden. Mogelijk heeft het te maken met het feit dat voor mannen en vrouwen huishoudelijk werk anders wordt ingevuld. Mannen doen huishoudelijk werk wat vaker buitenshuis (bijv. boodschappen doen, de hond uitlaten) en dit valt minder goed te combineren met naar de radio luisteren dan werk binnenshuis.

Onze analyses voor radio geven geen aanleiding om te veronderstellen dat er sprake is van kruiselingse effecten – afgezien dan van het feit dat de luistertijd van de ene partner die van de andere beïnvloedt. Het is dus niet zo dat de activiteiten die mensen ondernemen direct van invloed zijn op de hoeveelheid tijd die hun partners besteden aan het luisteren naar de radio en vice versa. Indirect, via de tijd die de respondent zelf aan het luisteren naar de radio besteedt, is er wel een invloed.¹⁵

Samenvattend: de enige manier waarop partners elkaar beïnvloeden, is via de hoeveelheid tijd die men zelf besteedt aan het luisteren naar de radio. Luistert een vrouw veel naar de radio, dan is de kans groot dat ook haar partner veel luistert en omgekeerd. Verder geldt in gelijke mate voor mannen en vrouwen dat iemand die veel thuis is, veel betaald werk verricht en/of tot een klein huishouden behoort relatief veel naar de radio luistert. Voor vrouwen geldt bovendien dat als ze veel huishoudelijk werk verrichten, ze meer dan gemiddeld naar de radio luisteren.

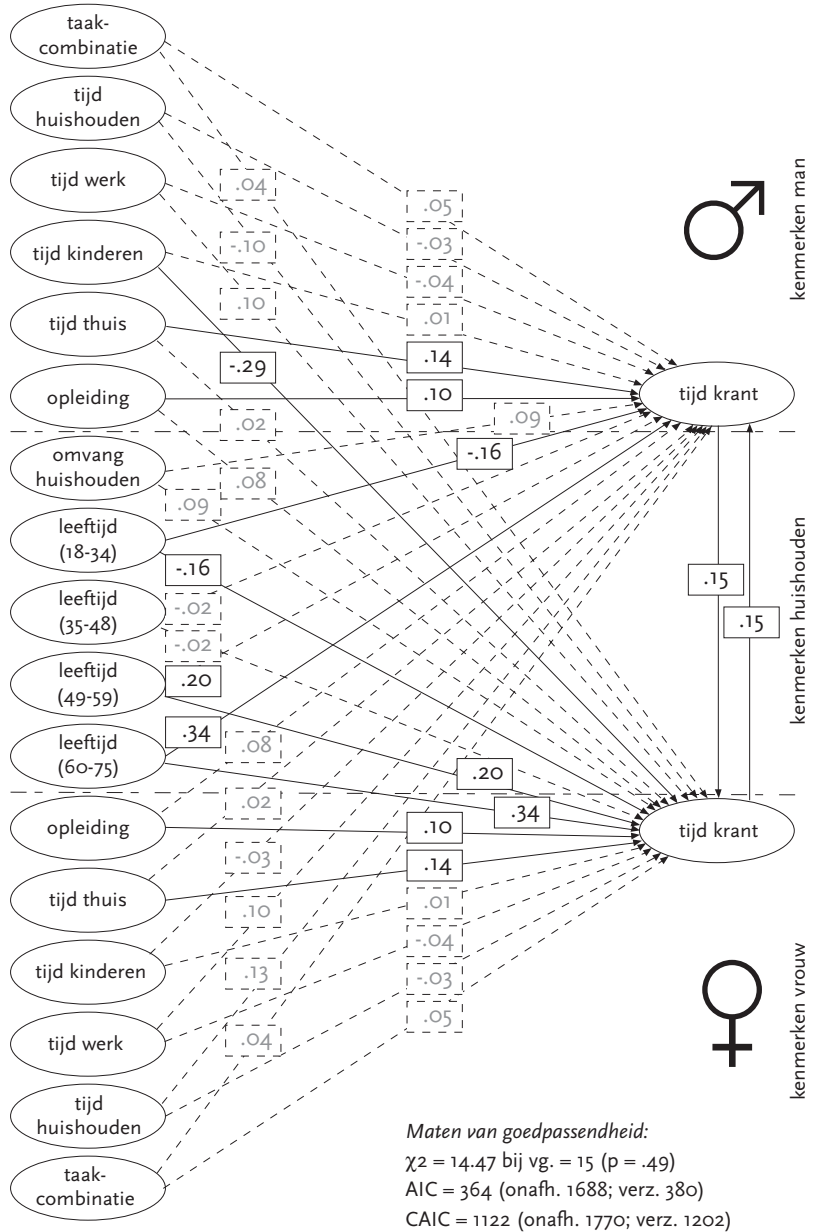
Tijd besteed aan het lezen van het dagblad

Ook het uitgangsmodel voor de verklaring van de tijd die aan het lezen van de krant wordt besteed, was een kopie van het model voor de verklaring van televisiekijktijd.¹⁶ Dit uitgangsmodel bleek weliswaar redelijk goed bij de data te passen,¹⁷ maar het bleek beter te passen wanneer de invloed van de tijd die werd doorgebracht in het gezelschap van een of meer kinderen van 9 jaar of jonger op de tijd die de partner besteedt aan het lezen van de krant, niet gelijk hoefde te zijn voor mannen en vrouwen.¹⁸ Bovendien bleek het model beter te passen wanneer de kruiselingse invloed van de tijd besteed aan het huishouden op de leestijd van de partner niet gelijk hoefde te zijn voor mannen en vrouwen.¹⁹ Het model werd daarom op deze punten aangepast. Dit aangepaste model (zie figuur 3) past goed bij de data. Hiermee kan 33% van de variantie worden verklaard in de tijd die mannen aan het lezen van de krant besteden, en 38% van de variantie in de leestijd van vrouwen.

Net als bij de modellen voor de verklaring van televisiekijktijd en radio-luistertijd komt hier naar voren dat mannen en vrouwen elkaar in hun mediagebruik rechtstreeks beïnvloeden. Er is een positief effect van de leestijd van de man op de leestijd van de vrouw en omgekeerd. Op welke wijze dit effect tot stand is gekomen, kunnen we op basis van onze data niet zeggen. Het kan zijn dat de media-uitrusting hierbij een rol speelt. Maar het kan ook zijn dat partners op elkaar zijn gaan lijken ten gevolge van andere mechanismen. En ook hier kunnen we niet uitsluiten dat de gelijkheid van partners al bij de vorming van de partnerrelatie is bepaald. Hoe het ook zij, er is in de gevonden resultaten niets te vinden dat er op zou wijzen dat de invloed van mannen op vrouwen groter zou zijn dan omgekeerd. De wederzijdse effecten kunnen aan elkaar gelijkgesteld worden. Wat dat betreft is er sprake van een overeenkomst van leestijd met kijktijd en luistertijd. Een tweede overeenkomst is dat ook leestijd positief wordt beïnvloed door de hoeveelheid tijd die men thuis doorbrengt. Mensen die meer thuis zijn, lezen meer in de krant.

Er zijn echter ook zeer duidelijke verschillen met de eerdere modellen. Het meest uitgesproken is waarschijnlijk het positieve effect van leeftijd op de tijd besteed aan het lezen van de krant. Hoe ouder respondenten zijn, hoe meer zij lezen in de krant. Het ligt in de rede te veronderstellen dat hier sprake is van een cohorteffect. Oudere generaties zijn nog meer opgegroeid in een tijd dat de krant het dominante nieuwsmedium was. Daardoor is het voor hen ook tegenwoordig nog vanzelfsprekend om het nieuws te vernemen uit de krant. Voor jongere generaties is dit veel minder het geval (Huysmans e.a., 2004; Knulst & Kalmijn, 1988; Westerik, 2001). Een

Figuur 3
Padmodel ter
verklaring van het
lezen van dag-
en nieuwsbladen
door partners
(gestandaardiseerde
effecten)



ander verschil met de andere media is dat kranten vooral worden gelezen door hoger opgeleiden. Ook dit is niets nieuws (Huysmans e.a., 2004; Westerik, 2001). Deze afwijkingen van het krantmodel ten opzichte van het televisie- en het radiomodel zijn voor mannen en vrouwen gelijk. Van kruiselingse effecten is wederom geen sprake, op één wat raadselachtige uitzondering na. Er is een effect van de hoeveelheid tijd die een man doorbrengt met kinderen van negen jaar of jonger, op de leestijd van

de vrouw. Naarmate een man meer tijd doorbrengt met de kinderen, leest de vrouw minder in de krant, maar andersom niet. Een verklaring zou kunnen zijn dat in traditionele gezinnen de vader weinig voor de kinderen zorgt, terwijl er in zulke gezinnen nog wel veel wordt gelezen. Verder zijn er nog twee kruiselingse effecten die niet significant van nul afwijken, maar die wel significant van elkaar afwijken. Als vrouwen meer tijd aan het huishouden besteden, tenderen mannen ernaar om meer tijd aan de krant te besteden. Maar als mannen meer tijd aan het huishouden besteden, is er een tendens waar te nemen dat hun vrouwen minder in de krant lezen. Ook hier hebben we mogelijk te maken met een schijnverband veroorzaakt door traditionalisme, waarbij we hier vinden dat in 'traditionele' gezinnen de man bovengemiddeld veel leest, en in roldoorbrekende gezinnen de vrouw relatief weinig leest.

Conclusies en discussie

De belangrijkste uitkomst van dit onderzoek is dat partners erin slagen een zekere congruentie te creëren tussen de tijd die ze zelf besteden aan media-gebruik en de tijd die hun partner hieraan besteedt. Dit proces heeft voor mannen en vrouwen een vergelijkbare uitkomst. Het is dus niet zo dat mannen hun mediagebruik laten bepalen door wie ze zelf zijn (qua opleiding of qua tijd besteed aan andere activiteiten), terwijl vrouwen hun mediagebruik laten afhangen van de man. De verklaringskracht van 'mannen- en vrouwenkenmerken' is, voor zover wij dit hebben kunnen onderzoeken, vergelijkbaar. En dit ondersteunt het idee dat er geen sprake is van mannelijke dan wel vrouwelijke dominantie. Dit gaat in tegen eerder, Angelsaksisch onderzoek van onder meer Gantz (2001), Morley (1986, 1992) en Walker en Bellamy (2001).

Wat wij hebben gevonden is geen eenzijdige beïnvloeding, maar eerder afstemming en wederzijdse beïnvloeding. Deze bevinding ondersteunt het sociale karakter van mediagebruik. Want of het nu komt doordat mediagebruik een rol speelt bij de partnerkeuze, of doordat men later tot een zekere congruentie komt, feit is dat partners qua hoeveelheid bestede tijd aan media op elkaar lijken. Dit kan worden geïnterpreteerd als ondersteuning van de uitkomsten van eerder onderzoek dat aantoonde dat de primaire sociale context van het huishouden van belang is in de verklaring van de hoeveelheid tijd die mensen voor de televisie doorbrengen. Daarnaast biedt deze studie een belangrijke aanvulling op dit onderzoek. Ze heeft laten zien dat dit niet alleen voor televisiekijken geldt, maar ook voor naar de radio luisteren en het lezen van het dagblad. Dit resultaat gaat in tegen de veelgehoorde bewering dat mediagebruik door de toenemende individualisering steeds minder een sociaal karakter draagt. Hoewel ons onderzoek een momentopname is en dus geen trends kan laten zien, staat het buiten kijf dat zolang de tijdsbesteding door de partner een dermate sterke samenhang vertoont met de eigen tijdsbesteding, 'individualisering' geen geldige weergave is van wat er zich in en rond partnerrelaties afspeelt. Daarmee is duidelijk dat mediagebruik moeilijk los kan worden gezien van de sociale handelingscontext waarin het plaatsvindt (Renckstorf & Wester, 2004; Westerik, Renckstorf, Wester & Lammers, 2005; Westerik, Renckstorf, Lammers & Wester, 2006). In onderzoek waarin deze context buiten haakjes wordt gezet, ontbreekt daarmee een cruciale verklarende factor. Vooral

bij televisiekijken en naar de radio luisteren blijkt de invloed van de tijdsbesteding door de partner aanzienlijk (bij het naar de radio luisteren is het zelfs de sterkst verklarende factor).

De in deze bijdrage gepresenteerde analyses zijn niet zonder onvolkomenheden. Het meest opvallend is waarschijnlijk het ontbreken van internetgebruik in onze analyses. Onze data dateren uit begin 2000, toen internetgebruik thuis nog veel minder gebruikelijk was dan nu (zie www.tijdbesteding.nl). Bovendien werd internetgebruik anders gemeten dan het gebruik van de andere media. Er werd niet apart naar internetgebruik gevraagd, maar het werd afgeleid uit de omschrijvingen die respondenten gaven van hun bezigheden. Dit was echter problematisch, daar respondenten vaak vermeldden dat ze bezig waren geweest met de computer, met computeren en met computerspelletjes, zonder daarbij aan te geven of dit nu online- of offlinecomputergebruik was. Een en ander leidde ertoe dat we over te weinig data beschikten om betrouwbare uitspraken te kunnen doen over internetgebruik.

Een verdere beperking van deze studie is dat we niet hebben kunnen onderscheiden in hoeverre de congruentie in mediagebruik tussen partners terug te voeren is op processen van relatievorming en -bestendiging, dan wel op meer alledaagse beïnvloedingsprocessen. Om hier duidelijkheid over te krijgen, zou in de toekomst het mediagebruik van partners moeten worden bestudeerd op bepaalde momenten in de relatie, in ieder geval aan het begin. Dat zou meer licht kunnen werpen op de vraag in hoeverre partnerkeuze en mediavorkeuren met elkaar verbonden zijn, hoe relaties en mediagebruik gedurende de relatie interacteren, of mediagebruik van invloed is op de bestendigheid van een relatie, en of er in bepaalde situaties toch sprake is van dominantie van mannen dan wel vrouwen.

Noten

- 1 Het dataverzamelingsinstrumentarium was de pilot van de European Harmonized Time Use Survey, ontwikkeld onder auspiciën van Eurostat (zie Huysmans, 2001).
- 2 De survey had een iets betere respons in de middelbare leeftijdsgroepen en bij getrouwde personen. Deze groepen zijn licht oververtegenwoordigd in de groep respondenten.
- 3 Volgens cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek bestond in januari 2000 30,5% van de 6,85 miljoen Nederlandse huishoudens uit paren zonder kinderen en was 30,3% een tweouderhuishouden. In de ongewogen steekproef van dit onderzoek waren die percentages respectievelijk 39,4% en 29,9%. Waar in Nederland de verhouding tussen beide typen ongeveer 50:50 is, is de verhouding in de steekproef 57:43.
- 4 Deze variabelen werden op basis van rangscore getransformeerd tot standnormaalverdeelde variabelen. Deze transformatie vond plaats binnen de gecombineerde steekproef van mannen en vrouwen. Vervolgens werd deze gecombineerde steekproef weer gesplitst naar mannen en vrouwen, en werden de gegevens per huishouden gematched.
- 5 Dit is gedefinieerd als het gemiddelde van de drie in het NiCoR-tijdsbestedingsonderzoek gemeten dagen (een zaterdag, een zondag en een doordeweekse dag) waarbij een doordeweekse dag vijf keer zo zwaar telt als de zaterdag en zondag.
- 6 Huishoudelijk werk werd, gebruikmakend van definities en coderingen van Eurostat (2000), gedefinieerd als verzamelterm voor alle codes van 300 tot en met 369.
- 7 Werk werd in operationele zin gedefinieerd als verzamelterm voor alle Eurostatcodes 111, 112, 121, 122 en 210, 211 en 219.

- 8 Het gaat hier om een schaal gebaseerd op een drietal metingen. De eerste meting is gebaseerd op de antwoorden van respondenten op vragen over hoe vaak en hoe lang ze televisiekijken. De tweede meting is gebaseerd op het aantal kwartieren waarvoor een respondent in het dagboek een televisiekanaal had aangekruist. De derde meting is – net als bij de metingen van (huishoudelijk) werk – gebaseerd op de antwoorden voor elk kwartier op vragen als ‘Wat was u aan het doen’ en ‘Wat deed u nog meer?’ De drie metingen werden op basis van hun rangscore getransformeerd tot drie standaardnormaalverdeelde variabelen, die vervolgens werden gemiddeld. De betrouwbaarheid van deze schaal in termen van Cronbachs alfa was .80.
- 9 Leeftijden van partners hangen onderling zo sterk samen (Pearsons $r = .95$) dat ervoor gekozen is deze samen te voegen om problemen met multicollineariteit te voorkomen.
- 10 Als criterium voor de aanvaardbaarheid van het model is primair gekeken naar de chikwadraat, de AIC en de CAIC van het model (Oud, Haughton & Jansen, 1996). Als de chikwadraat van het model significant was (op .05-niveau), of de AIC/CAIC van het geschatte model groter was dan die van het verzadigde model of het onafhankelijkheidsmodel, werd het model als niet-goedpassend beschouwd. Ook wanneer de afzonderlijke covarianties significante residuen hadden (tweezijdig, op .05-niveau) werd het model als niet-goedpassend beschouwd. Bovendien werden Lagrangian-multipliertests uitgevoerd aan de hand van de modificatie-indices (Bollen, 1989). Indien een van de modificatie-indices significant bleek op .05-niveau, werd het model evenmin aanvaard en werd de corresponderende parameter vrij geschat in een nieuw model.
- 11 Het indirecte effect van de opleiding van de ene partner op de televisiekijktijd van de andere partner is significant op .05-niveau bij tweezijdige toetsing.
- 12 De constructie van deze variabelen was analoog aan die van de kijktijdvariabelen (zie noot 8). Cronbachs alfa is hier echter beduidend lager: .72. Mogelijke oorzaak hiervoor is dat naar de radio luisteren vaak een secundaire activiteit is, waarvan men zich nauwelijks bewust is (zie Huysmans, De Haan & Van den Broek, 2004, p. 79).
- 13 De chikwadraat van het oorspronkelijke model was 21.5; $df = 17$; $p = .21$. De AIC-scores waren 1638 voor het onafhankelijkheidsmodel, 367 voor het geschatte model en 380 voor het verzadigd model. De CAIC-scores waren 1721 voor het onafhankelijkheidsmodel, 1116 voor het geschatte model en 1202 voor het verzadigd model.
- 14 De modificatie-index voor het effect van tijd besteed aan het huishouden op radioluistertijd was voor mannen en vrouwen 6,194.
- 15 De indirecte effecten via de eigen radioluistertijd zijn allemaal significant op .05-niveau bij tweezijdige toetsing.
- 16 De constructie van deze variabelen was analoog aan die van de kijktijd- en luistertijdvariabelen (zie noten 8 en 12). Cronbachs alfa is hier .82.
- 17 De chikwadraat van het oorspronkelijke model was 25.9; $df = 17$; $p = .08$. De AIC-scores waren 1688 voor het onafhankelijkheidsmodel, 372 voor het geschatte model en 380 voor het verzadigd model. De CAIC-scores waren 1770 voor het onafhankelijkheidsmodel, 1121 voor het geschatte model en 1202 voor het verzadigd model.
- 18 De modificatie-index voor het effect van tijd besteed in gezelschap van kinderen van 9 jaar of jonger op krantleestijd van de partner was voor mannen en vrouwen 5,514.
- 19 Nadat het effect van tijd besteed in gezelschap van kinderen van 9 jaar of jonger op krantleestijd van de partner voor mannen en vrouwen niet meer gelijk hoefde te zijn, was de modificatie-index voor het effect van tijd besteed aan huishoudelijk werk op de leestijd van de partner voor mannen en vrouwen 4,831.

Literatuur

- Bollen, K.A.** (1989). *Structural equations with latent variables*. New York: John Wiley & Sons.
- Bower, R.T.** (1973). *Television and the public*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Brehm, B.** (1994). *Televisiekijken als handelingspatroon*. Doctoraalscriptie Communicatiewetenschap. Nijmegen: Radboud Universiteit Nijmegen.
- Broek, A. van den, Breedveld, K. & Huysmans, F.** (2001). Het tijdsbudget: het tijdsbeslag van verplichtingen, herstel en verplaatsingen. In K. Breedveld & A. van den Broek (Red.), *Trends in de tijd. Een schets van recente ontwikkelingen in tijdsbesteding en tijdsordening* (pp. 9-28). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Bryce, J.W.** (1987). Family time and television use. In T.R. Lindlof (Ed.), *Natural audiences: Qualitative research of media uses and effects* (pp. 121-138). Norwood, NJ: Ablex.
- Copeland, G.A. & Schweitzer, K.** (1993). Domination of the remote control during family viewing. In J.R. Walker & R.V. Bellamy, Jr. (Eds.), *The remote control in the new age of television* (pp. 155-168). Westport, CT: Praeger.
- Daly, K.** (1996). *Families & time. Keeping pace in a hurried culture*. Thousand Oaks: Sage.
- Dorr, A. & Rabin, B.E.** (1995). Parents, children, and television. In M.H. Bornstein (Ed.), *Handbook of parenting. Vol. 4: Applied and practical parenting* (pp. 323-351). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Dorr, A., Kovacic, P. & Doubleday, C.** (1989). Parent-child coviewing of television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 33, nr. 1, 35-51.
- Eurostat (2000)**. *Survey on time use: Activity coding list*. Final draft. Doc E2/TUS/5/00. Geraadpleegd 6 juni 2005 via http://unstats.un.org/unsd/methods/timeuse/tusresource_manuals/eurostat_man.pdf.
- Gantz, W.** (2001). Conflicts and resolution strategies associated with television in marital life. In J. Bryant & J.A. Bryant (Eds.), *Television and the American Family* (pp. 289-316). Tweede druk. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Graney, M.J. & Graney, E.E.** (1974). Communications activity substitutions in aging. *Journal of Communication*, 24, 88-96.
- Gunter, B. & McAleer, J.** (1997). *Children and television*. Tweede druk. Londen: Routledge.
- Hagen, I.** (1997). Communicating to an ideal audience: News and the notion of the 'informed citizen'. *Political Communication*, 14, nr. 4, 405-419.
- Höijer, B.** (1999). To be an audience. In P. Alasuutari (Ed.), *Rethinking the media audience: The new agenda* (pp. 179-194). Londen: Sage.
- Huysmans, F.** (1996). Social time and media use. *Communications, The European Journal of Communication Research*, 21, nr. 4, 483-505.
- Huysmans, F.** (2001). *Mediagebruik en de temporele organisatie van het dagelijks leven in huishoudens*. Proefschrift. Nijmegen: Katholieke Universiteit Nijmegen.
- Huysmans, F.** (2005). Tijdsbestedingsonderzoek NICoR 2000: Respons en representativiteit. In R. Konig, E. Jacobs, P. Hendriks Vetthehen, K. Renckstorf & H. Beentjes, *Media use in the Netherlands 2000: Documentation of a national survey* (pp. 200-211). Den Haag: DANS - Data Archiving and Networked Services. (Steinmetz Archive Codebook Pt655).
- Huysmans, F. & Haan, J. de** (2001). Media en ICT: Omgaan met een overvloedig aanbod. In K. Breedveld & A. van den Broek (Red.), *Trends in de tijd: Een schets van recente ontwikkelingen in tijdsbesteding en tijdsordening* (pp. 75-95). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Huysmans, F., Haan, J. de & Broek, A. van den** (2004). *Achter de schermen. Een kwart eeuw lezen, luisteren, kijken en internetten*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Jansen, J.P.G., Poortman, A.-R., De Graaf, P.M. & Kalmijn, M.** (1998). De instabiliteit van huwelijken en samenwonenrelaties in Nederland. *Mens en Maatschappij*, 73, 4-26.

- Klingler, W.** & Müller, D.K. (2004). Hörfunk behauptet Stärke: Aktuelle Daten zur Hörfunknutzung in Deutschland. *Media Perspektiven*, 35, nr. 9, 410-420.
- Knulst, W.** (1994). Omroep en publiek. In H. Wijffes (Red.), *Omroep in Nederland: 75 jaar medium en maatschappij* (pp. 301-337). Zwolle: Waanders.
- Knulst, W.** & Kalmijn, M. (1988). *Van woord naar beeld? Onderzoek naar de verschuivingen in de tijdsbesteding aan de media in de periode 1975-1985*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Konig, R.** (2004). *Samen televisiekijken: wie bepaalt de programmakeuze?* Verslag van een vooronderzoek onder Nijmeegse mannen en vrouwen. Poster gepresenteerd op het 'Etnaal van de Communicatiewetenschap', Enschede, 18-19 november 2004. Geraadpleegd 17 mei 2005 via <http://oase.uci.kun.nl/~rkonig/posters/etmaal2004poster.pdf/>.
- Konig, R.**, Jacobs, E., Hendriks Vettehen, P., Renckstorf, K. & Beentjes, H. (2005). *Media use in the Netherlands 2000: Documentation of a national survey*. Den Haag: DANS - Data Archiving and Networked Services. (Steinmetz Archive Codebook P1655).
- Konig, R.**, Kraaykamp, G. & Westerik, H. (2003). *Dominante mannetjes of vrouwtjes?* Poster gepresenteerd op het 'Etnaal van de Communicatiewetenschap', Nijmegen, 13-14 november 2003. Geraadpleegd 8 januari 2004 via <http://oase.uci.kun.nl/~rkonig/posters/etmaal2003poster.pdf>.
- Konig, R.**, Renckstorf, K. & Wester, F. (2001). On the use of television news: Routines in watching the news. In K. Renckstorf, D. McQuail & N. Jankowski (Eds.), *Television news research: Recent European approaches and findings* (pp. 147-171). Berlijn: Quintessenz.
- Krendl, K.A.**, Troiano, C., Dawson, R., Clark, G. (1993). 'OK, where's the remote?' Children, families, and remote control devices. In J.R. Walker & R.V. Bellamy, Jr. (Eds.), *The remote control in the new age of television* (pp. 137-153). Westport, CT: Praeger.
- Kubey, R.** & Csikszentmihalyi, M. (1990). *Television and the quality of life: How viewing shapes everyday experience*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Lin, C.** & Atkin, D.J. (1989). Parental mediation and rulemaking for adolescent use of television and vcrs. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 33, nr. 1, 53-67.
- Lull, J.** (1980). The social uses of television. *Human Communication Research*, 6, 197-209.
- Lull, J.** (1982). How families select television programs: A mass-observational study. *Journal of Broadcasting*, 26, nr. 4, 801-811.
- Lull, J.** (1988). The family and television in world cultures. In J. Lull (Ed.), *World families watch television* (pp. 9-21). Londen: Sage.
- Lull, J.** (1990). *Inside family viewing: Ethnographic research on television's audiences*. Londen: Routledge.
- McDonald, D.G.** (1985). Spousal influences on television viewing. *Communication Research*, 12, nr. 4, 530-545.
- Meier, U.** & Peeters, A. (1988). Kijken naar televisie: een huiselijk melodrama? *Massacommunicatie*, 16, nr. 1, 23-34.
- Morley, D.** (1986). *Family television. Cultural power and domestic leisure*. Londen: Comedia.
- Morley, D.** (1988). Domestic relations: The framework of family viewing in Great Britain. In J. Lull (Ed.), *World families watch television* (pp. 23-48). Beverly Hills, CA: Sage.
- Morley, D.** (1992). *Television, audiences and cultural studies*. Londen: Routledge.
- Morley, D.** & Silverstone, R. (1990). Domestic communication – technologies and meanings. *Media, Culture and Society*, 12, 31-55.
- Murstein, B.I.** (1985). *Paths to marriage*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Mutsaers, W.** (1993). Televisiekijken als sociale activiteit: De invloed van kijkers en medekijkers op het kiezen van en kijken naar televisieprogramma's. In K. Renckstorf, W. Mutsaers & L. van Snippenburg (Red.), *Mediagebruik in Nederland: Resultaten en bevindingen van het grootschalig onderzoek naar media-uitrusting, media-exposure en mediagebruik in Nederland, deel 1* (pp. 39-60). Nijmegen: Instituut voor Toegepaste Sociale Wetenschappen (ITS).

- Mutsaers, W.** (1996). Television viewing as social activity. In K. Renckstorf, D. McQuail & N. Jankowski (Eds.), *Media use as social action: A European approach to audience studies* (pp. 87-102). Londen: John Libbey.
- Mutsaers, W., Snippenburg, L. van & Vierkant, P.** (1992). Samen televisiekijken en conflicterende interesses. *Massacommunicatie*, 20, nr. 3, 235-253.
- National Institute of Mental Health** (1982). The Family and Interpersonal Relations. In National Institute of Mental Health, *Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties*. Vol. 1: Summary report (pp. 67-72). Rockville: National Institute of Mental Health.
- Neverla, I.** (1992). *Fernseh-Zeit. Zuschauer zwischen Zeitkalkül und Zeitvertreib. Eine Untersuchung zur Fernsehnutzung*. München: Ölschläger.
- Oud, J.H.L., Haughton, D.M.A. & Jansen, R.A.R.G.** (1996). Information and other criteria in structural equation model selection. *Kwantitatieve Methoden*, 17, nr. 52, 69-100.
- 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. 161-177). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Postman, N.** (1984). *Het verdwijnende kind*. Weesp: Het Wereldvenster.
- Putnam, R.D.** (1995). Tuning in, tuning out: The strange disappearance of social capital in America. *PS: Political Science & Politics*, 28, 664-683.
- Renckstorf, K. & Wester, F.** (2004). The 'media use as social action' approach: Theory, methodology, and research evidence so far. In K. Renckstorf, D. McQuail, J.E. Rosenbaum & G. Schaap (Eds.), *Action theory and communication research: Recent developments in Europe* (pp. 51-83). Berlijn: Mouton de Gruyter.
- Rubin, A.M. & Rubin, R.** (1982). Older persons' TV viewing patterns and motivations. *Communication Research*, 9, 287-313.
- Silverstone, R.** (1993). Time, information and communication technologies and the household. *Time & Society*, 2, nr. 3, 283-311.
- Stichting KijkOnderzoek** (2004, 15 januari). *Persbericht samen kijken: Kijkcijfers 2003*. Amstelveen. Geraadpleegd via <http://www.kijkonderzoek.nl/php/nieuws/902834750983/persberichtsociaalkijken.pdf>.
- Walker, A.J.** (1996). Couples watching television: Gender, power, and the remote control. *Journal of Marriage and the Family*, 58, nr. 4, 813-823.
- Walker, J.R. & Bellamy, Jr., R.V.** (2001). Remote control devices and family viewing. In J. Bryant & J.A. Bryant (Eds.), *Television and the American Family* (pp. 75-89). Tweede druk. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Webster, J.G. & Wakshlag, J.J.** (1982). The impact of group viewing on patterns of television programme choice. *Journal of Broadcasting*, 26, nr. 1, 445-455.
- Webster, J.G. & Wakshlag, J.J.** (1983). A theory of television program choice. *Communication Research*, 10, nr. 4, 430-446.
- Westerik, H.** (2001). *De verklaring van het gebruik van lokale media*. Proefschrift. Nijmegen: Katholieke Universiteit Nijmegen. Geraadpleegd 8 januari 2004 via http://webdoc.uhn.kun.nl/mono/w/westerik_h/verkvaheg.pdf.
- Westerik, H., Renckstorf, K., Lammers, J. & Wester, F.** (2006). Transcending Uses and Gratifications: Media use as social action and the use of event history analysis. *Communications*, 31, nr. 2, 139-153.
- Westerik, H., Renckstorf, K., Wester, F. & Lammers, J.** (2005). The situational and time-varying context of routines in television viewing: An event history analysis. *Communications*, 30, 155-182.

Abstract

Henk Westerik, Ruben Konig, and Frank Huysmans

Partners' influence on each other's media use: An analysis of time use in households

In this article, analyses of time budget data on media use are presented which confirm findings of many international studies that the primary social context of the household is an important predictor of the amount of time people spend

watching television. The analyses further demonstrate that this finding not only holds for television but also for listening to the radio and reading the newspaper. Spouses influence each other considerably in the amount of time they spend watching, listening and reading. No support can be given to the thesis of 'individualisation of media use' that is often put forward in academic and professional publications.

Keywords

media use, time use, households, partners, primary social context