

mediagebruik bij senioren (*)

annick boyen

INLEIDING

Senioren maken zowel in absolute als in relatieve termen een aanzienlijk deel uit van de Belgische bevolking. De volgende jaren staat ons trouwens een demografische omwenteling te wachten, die zijn weerslag zal hebben op alle domeinen van het dagelijkse leven. Niet alleen de kwantitatieve groei van deze bevolkingspopulatie, maar ook de grotere weerbaarheid ervan zullen zich in de komende jaren laten voelen. Het aandeel van 65-plussers in de totale bevolking bedroeg in 1988 nog 14%, terwijl dit in 2040 tot 28% zal stijgen (Dooghe, 1990:136). Ook andere demografische maatgetallen, zoals de pensioenlastenindex, illustreren deze 'grijze revolutie'. Daar waar na WO I 100 actieven dienden in te staan voor 16 ouderen, moet eenzelfde groep actieven nu instaan voor dubbel zoveel ouderen (Dooghe, 1992:74). Als voorbeeld van hun grotere weerbaarheid kunnen we verwijzen naar de recente Belgische en Nederlandse stembusgang, waar senioren met eigen politieke organisaties oprukken als zij binnen de bestaande partijen miskend blijven.

Minister Demeester stelde op het Vlaamse Welzijnscongres van 1993 dat geen enkele revolutie in de geschiedenis door zoveel studiewerk was voorafgegaan als deze demografische omwenteling. Het is dan ook des te opmerkelijker dat senioren op mediavlak niet de aandacht krijgen die hun numeriek overwicht vereist. Zo is minder dan 1% van alle gepubliceerde artikels over televisie-onderzoek gewijd aan het oudere deel van de bevolking (Kubey, 1980:16). In dit opzicht is het dan ook niet verwonderlijk dat gegevens over ouderen vaak ontbreken in overzichtsstudies over mediagebruik.

Massacommunicatie en ouderdom is trouwens een relatief nieuw gebied voor wetenschappelijk onderzoek. Rubin stelde het in 1982 als volgt: 'Inquiry began about 20 years ago, but only within the past few years have there been signs of continuity or systematic research development' (Rubin en Rubin, 1982a:550).

Nochtans blijkt uit diverse publikaties dat ouderen een belangrijk deel van hun vrije tijd aan mediaproducten besteden. In 1991 werd in België

een onderzoek gehouden naar de belangrijkste activiteiten van senioren. De top 3 van 1940 60-plussers zag er als volgt uit: (1) naar televisie kijken, (2) naar de radio luisteren, (3) een krant lezen (Smeets, 1991:46). Ook uit Nederlands tijdsbestedingsonderzoek blijkt dat ouderen tot de meest intensieve gebruikers van massamedia behoren (Schoonderwoerd en Knulst, 1982:56-57). Voldoende redenen leek ons om het mediagebruik bij senioren nader onder de loep te nemen, hopen dat we op die manier vanuit communicatiewetenschappelijke hoek ons steentje konden bijdragen tot het 'Europees Jaar van de Ouderen en de Solidariteit tussen de Generaties (1993)'.

METHODE

Ons baserend op de overwegend Amerikaanse gegevens uit onze literatuurstudie, hebben we een onderzoek uitgevoerd bij 118 Vlaamse senioren. De doelstellingen van dit onderzoek waren dubbel. Enerzijds wilden we de resultaten uit onze literatuurstudie vergelijken met de Vlaamse situatie. Anderzijds wilden we voor een deel de leemte invullen voor wat betreft gegevens over het mediagebruik door Vlaamse senioren. Hierbij vertrokken we van enkele concrete uitgangspunten. Mediagebruik werd geoperationaliseerd als televisie-, radio-, kranten- en tijdschriftengebruik. Voor elk van deze media gingen we de gebruiksfrequentie, de tijdstippen, de favoriete programma's, de redenen voor mediagebruik en de affiniteit met de verschillende media na. Ook werd de wenselijkheid van specifieke media-initiatieven voor senioren nage trokken.

Als onderzoeksmethode hebben we geopteerd voor persoonlijke face-to-face enquêtes bij de mensen thuis. Ondanks het tijdrovende karakter was deze methode de meest opportune. Zo kon het taalgebruik worden aangepast aan de geïnterviewde en kon bijkomende informatie worden aangeboden; sommige respondenten hadden immers te kampen met hoorproblemen, terwijl voor enkele anderen het begrip 'senioren' niet duidelijk was. In een interview kon ook functioneel analfabetisme, vooral aanwezig bij oudere mensen, worden opgevangen.

Bij het opstellen van de vragenlijsten hebben we, voor wat de vorm betreft, zoveel mogelijk gebruik gemaakt van gesloten antwoordcategorieën. Wat de redenen voor mediagebruik betreft, baseerden we ons op de typologie die Rubin en Rubin (1982b:583-604) hanteerden bij hun onderzoek naar het televisiegebruik bij ouderen. Naar inhoud werden zowel frequentie-, affiniteits- als motiveringsvragen opgenomen.

Het universum van onze steekproef bestond uit alle inwoners van Landen van 60 jaar en ouder. Deze stad werd om 2 redenen verkozen. Enerzijds omdat we beschikten over de kiezerslijst van 1991, aangepast aan de recentste ontwikkelingen. Anderzijds omdat onze bekendheid met deze gemeente het grootst is. Bij oudere populaties, waar de sterftcijfers hoger liggen, kon deze laatste factor de kans op onaangename confrontaties verkleinen.

Bij de meeste demografische, sociale en economische studies over senioren wordt steeds gebruik gemaakt van een operationele definitie om het begrip 'ouderen' te duiden. Telkens wordt het arbitraire karakter van deze keuze benadrukt. Als selectie criterium hanteerden wij de leeftijdsgrens van 60 jaar. Deze leeftijd wordt als voorwaarde gesteld bij het aanvragen van een plus 3-pas (die recht geeft op vermindering bij allerlei activiteiten). Bovendien kan men in België vanaf deze leeftijd met pensioen gaan. Door de in 1991 ingevoerde flexibele pensioenleeftijd kan de Belgische werknemer zelf zijn pensioenleeftijd bepalen tussen 60 en 65 jaar.

RESULTATEN

Uiteindelijk werden op die manier 118 Landense 60-plussers ondervraagd, 40% mannen en 60% vrouwen. Dit komt grotendeels overeen met de normale verdeling naar geslacht bij oudere populaties. 32% woonde alleen, 56% leefde samen met een partner en 10% leefde samen met kinderen. De overige 2% woonde ofwel samen met partner en kinderen, ofwel samen met nog andere senioren. 51% had geen of lager onderwijs gevolgd, 8% had lager technisch gevolgd. 20% was naar het lager middelbaar geweest, terwijl nog eens 8% hoger technisch had gevolgd. Deze cijfers illustreren een algemene tendens die erop duidt dat de huidige generatie senioren over het algemeen een lager opleidingsniveau heeft genoten. Andere categorieën waren hoger middelbaar (4%), hoger niet universitair (2%) en universitair (7%). Wat (vroegere) beroepsactiviteit betreft, was onze steekproef als volgt samengesteld: 30% arbeid(st)ers, 14% bedienden, 10% kaderleden, 12% zelfstandigen, 4% vrije beroepen en tenslotte 30% huisvrouwen.

TELEVISIE

115 van de 118 respondenten of 97,5% heeft een *televisietoestel* in huis, 39% van de 60-plussers beschikt ook over een *video*.

De overgrote meerderheid (92%) kijkt *dagelijks televisie*. Daar waar er bij de actieve jonge bevolking duidelijke verschillen optreden naar kijkduur tijdens de week en in het weekend, is dit bij de seniorenpopulatie niet het geval. Zowel tijdens de week als in het weekend kijken senioren gemiddeld 3,5 uur per dag.

Wat de *televisiezenders* betreft kijken ze hoofdzakelijk naar BRTN (91%) en VTM (83%). 25% kijkt ook naar Nederlandse zenders, 15% naar Waalse zenders en 10% naar de regionale zender ROB-TV. Tenslotte wordt er ook nog gekeken naar Franse zenders (9%), Eurosport (5%) en Duitse zenders (4%).

Wat de *tijdstippen* waarop senioren televisie kijken betreft, zien we dat 98% tussen 19 en 21 uur kijkt. Dit houdt verband met de favoriete programma's van Vlaamse senioren. Op deze tijdstippen programmeren de meeste zenders hun belangrijkste nieuwsbulletins. Ervoor of erna komen meestal de populaire series aan bod. In de vroege vooravond (17-19 uur) staan dan weer veel quiz- en spelprogramma's of Amerikaanse soaps op het programma. 63,5% kijkt dan ook tijdens deze periode. De 19% die van 13 tot 15 uur kijkt, kan waarschijnlijk verklaard worden door het feit dat VTM op dat tijdstip een middagnieuws uitzendt.

Wat de *favoriete programma's* van senioren betreft, ziet de verdeling er als volgt uit:

Tabel 1: Favoriete tv-programma's naar geslacht

Programma	Frequentie	Percentage	Man	Vrouw
- Nieuws	41	36	18	23
- Reportage + Actualiteit	28	24	11	17
- Religie	6	5	4	2
- Spel + Quiz	62	54	20	42
- Sport	20	17	20	0
- Variété	30	26	13	17
- Dagelijkse dramaserie	87	75	25	62
- Wekelijkse dramaserie	39	40	18	21
- Comedie	17	15	9	8
- Politie + Detective	13	11	8	5
	n = 115	100	n = 46	n = 69

Maar liefst 75% van de senioren kijkt naar dagelijkse dramaserie's zoals 'Buren', 'Familie' en 'Mooi en Meedogenloos'. Deze oudere kijkers zijn overwegend van het vrouwelijk geslacht. Een andere grote categorie vormen de spel- en quizprogramma's, goed voor zo'n 54%. Maar ook nieuws, en reportages en actualiteit scoren goed. Wanneer we deze laatste 2 categorieën samen nemen, zien we dat ze goed zijn voor 60%. De senioren in onze steekproef verklaarden zich bijna unaniem (114 van de 115 senioren die dagelijks televisie kijken) *tevreden met het huidige televisieaanbod*.

Als *belangrijkste redenen voor televisie kijken* kwam voornamelijk 'om op de hoogte te blijven van wat er in de wereld gebeurt' naar voren (24%). Andere antwoorden die er een beetje boven uitstaken, waren 'omdat het een ontspannende bezigheid is' (13%), 'om de tijd te verdrijven' (12%) en 'omdat het me amuseert' (11.5%).

Senioren vertonen blijkbaar een grote *affiniteit met het medium televisie*. Er werden hen 3 uitspraken voorgelegd, die ze elk op een 5-puntenschaal konden beoordelen, gaande van 1 (= helemaal niet akkoord) tot 5 (= helemaal akkoord). De uitspraak 'televisie kijken is één van de belangrijkste dingen die ik elke dag doe', werd beoordeeld met een gemiddelde score van 3.02. De tweede stelling 'als het televisietoestel niet zou werken, zou ik het echt missen' kreeg een gemiddelde score van 3.96. Tenslotte werd de uitspraak 'als ik geen televisie zou kijken, zou ik me verloren voelen' beoordeeld met een gemiddelde score van 3.452. In totaal werd aan de drie uitspraken samen een gemiddelde score van 3.475 toegekend, wat een vrij hoge score is.

RADIO

Terwijl 97,5% van de respondenten een televisietoestel bezit, ligt dit voor radio 10.5% lager. Slechts 87% heeft een *radiotoestel*.

Daar waar 92% van de respondenten die een televisietoestel bezitten, er ook *dagelijks* naar kijken, is dit bij radio maar voor 77% het geval. Opvallend is ook dat 18% van de oudere radiobezitters zelden of nooit naar de radio luistert. Een mogelijke verklaring zou kunnen zijn, dat men op oudere leeftijd minder luistert omwille van het afgenomen hoorvermogen. Ook ligt het *aantal uren dat men naar de radio luistert* lager dan bij televisie. In totaal besteedt men gemiddeld 2.16 uur aan het luisteren naar de radio, terwijl dit bij televisie 3.5 uur bedraagt. En dit terwijl de radio toch 24 op 24 uur uitzendt. De meerderheid van de respondenten luistert tussen een half en een vol uur naar de radio. Dit is

voornamelijk te verklaren doordat veel senioren aangaven dat ze enkel naar de grote nieuwsbulletins om 8, 13 en 18 uur luisteren.

Wat de keuze van *zenders* betreft zien we dat Radio 2 veruit op de meeste luisteraars kan rekenen.

Wanneer we de *tijdstippen* van het radioluisteren in kaart brengen, zien we dat de pieken zich situeren om 8 uur 's morgens en om 13 uur 's middags. Dit zijn ook de tijdstippen waarop er een uitgebreid journaal wordt uitgezonden. Opmerkelijk is ook dat de meeste seniorenluisteraars in de voor- of namiddag luisteren. Eens de klok 20 uur aangeeft, krimpt het luisterpubliek aanzienlijk. Vanaf dat uur schakelt men massaal over op tv.

We peilden ook naar de *bekendheid van seniorgerichte media-initiatieven*. Van de 59 luisteraars van Radio 2, luisterden er 8 naar het seniorenprogramma 'Hebt u Abraham al gezien'. Van de 32 luisteraars van Radio 1 luisterden er 2 naar 'Niet van Gisteren'. Onze oorspronkelijke opzet om te peilen naar de mening van senioren omtrent deze specifiek voor hen bestemde programma's ging hierdoor de mist in. Dit kan enigszins verklaard worden door het ongelukkige tijdstip waarop deze programma's, die zich trouwens richten tot de actieve senior, worden uitgezonden. 'Hebt u Abraham al gezien?' wordt uitgezonden van 16 tot 17 uur. 'Niet van Gisteren' loopt van 15 tot 16 uur. Een senior stelde het als volgt: 'Een programma voor een actieve senior uitzenden om 15 uur 's middags, is zoals een kinderprogramma uitzenden om 23 uur 's avonds.' Opvallend is nog dat alle senioren die naar de radio luisteren ($n=85$), *tevreden zijn over de aangeboden radioprogramma's*.

Wat de *favoriete programma's* betreft, springen ook hier nieuws en actualiteit boven de andere categorieën uit.

Wanneer we kijken naar de *redenen voor het radio luisteren*, komt ook hier 'om op de hoogte te blijven van wat er in de wereld gebeurt' op de eerste plaats. Daarna volgen 'uit gewoonte', 'omdat het een ontspannende bezigheid is' en 'om de tijd te verdrijven'.

Wat de *affiniteit voor het medium radio* betreft, werd de uitspraak 'radio is één van de belangrijkste dingen die ik elke dag doe' op een vijf-puntenschaal beantwoord met een gemiddelde score van 2.54. De uitspraak 'als het radiotoestel niet zou werken, zou ik het echt missen' werd beantwoord met een gemiddelde score van 3.12. Tenslotte werd de uitspraak 'als ik geen radio kon luisteren, zou ik me verloren voelen' beantwoord met een gemiddelde score van 2.41. Voor de drie uitspraken samen, bedroeg de gemiddelde score van affiniteit van senioren met het medium radio 2.6, wat toch beduidend lager is dan de gemiddelde affiniteitscore die senioren voor televisie aan de dag legden, namelijk 3.47.

KRANTEN

73% of 86 van de 118 van de ondervraagde 60-plussers lezen *dagelijks een krant*.

Wanneer we kijken naar de *kranten* die senioren lezen, zien we dat vooral Het Nieuwsblad (32) en in mindere mate Het Laatste Nieuws (21) het goed doen. Dit zijn in het algemeen ook de meest populaire kranten in Vlaanderen. Het Belang Van Limburg wordt door 19 van de 89 senioren gelezen. Landen grenst aan de provincie Limburg, en in het regionale katern van deze krant worden regelmatig berichten over Landen opgenomen.

Wanneer we kijken naar de *tijd die men besteedt aan het lezen van kranten*, zien we dat de meeste senioren er 1 tot 2 uur voor uittrekken. Gemiddeld besteedt men 1.47 uur aan het lezen van een krant.

Wat de *favoriete rubrieken* betreft, zijn binnenlandse politiek, regionaal nieuws, buitenlands nieuws en opmerkelijk ook de overlijdensberichten populair.

86 van de 89 senioren konden zich *voldoende terugvinden in het huidige aanbod van hun krant*.

51 van de 89 krantelzers vinden dat hun krant *voldoende aandacht besteedt aan senioren*. De overige 38 zijn een andere mening toegedaan. De verdeling over de verschillende krantelzers ziet er als volgt uit:

Tabel 2: Tevredenheid over seniorenberichtgeving in kranten

Tevreden	Ja	Neen	Totaal
Het Nieuwsblad	8	24	32
De Standaard	4	1	5
Het Volk	7	1	8
Belang van Limburg	13	8	19
Gazet van Antwerpen	3	1	4
Het Laatste Nieuws	16	5	21
Totaal	51	38	89

Opvallend is vooral dat de oudere Nieuwsbladlezers relatief ontevreden zijn over de aandacht die hun krant aan senioren besteedt. Het Belang van Limburg is de enige krant in Vlaanderen die een vaste wekelijkse seniorenrubriek heeft. Toch vinden 6 van de 19 lezers dat deze krant niet voldoende aandacht besteedt aan senioren. Bij de Gazet van Ant-

werpen duidt men nieuws dat senioren specifiek kan interesseren, aan met een 'senior-info-logo'. De andere Vlaamse kranten hebben geen specifieke seniorenrubriek.

Wanneer we kijken naar de *redenen om een krant te lezen*, is ook hier 'om op de hoogte te blijven van wat er in de wereld gebeurt' van doorslaggevend belang. Verder zijn ook nog 'om met anderen te kunnen meepraten' en 'omdat het een gewoonte is' belangrijke motivaties.

Wat de *affiniteit van senioren met hun krant* betreft, werd op de uitspraak 'de krant lezen is één van de belangrijkste dingen die ik elke dag doe' een gemiddelde score van 3.26 op 5 behaald, waarbij 5 stond voor helemaal akkoord en 1 voor helemaal niet akkoord. De uitspraak 'als er geen krant zou zijn, zou ik dat echt missen' behaalt een gemiddelde score van 3.52, terwijl de stelling 'als er geen krant zou zijn, zou ik me verloren voelen' met een gemiddelde score van 3.05 beantwoord werd. De gemiddelde affiniteitscore van senioren met kranten bedroeg 3.27.

TIJDSCHRIFTEN

Van de 118 senioren uit onze steekproef lezen er 63 of 53% een tijdschrift.

Wanneer we gaan kijken naar de *tijdschriften* die senioren lezen, zien we dat er een sterke voorkeur is voor radio- en televisiebladen (23) en ledenbladen (23). De huidige generatie senioren is opgegroeid binnen een erg verzuilde maatschappij, en dit werkt blijkbaar nog door in de verschillende tijdschriften die worden gelezen. De ledenbladen worden nog gevolgd door informatiebladen (13), gespecialiseerde bladen (12), vrouwenbladen (10) en tenslotte familiebladen (7).

De meeste senioren besteden 1 tot 2 uur aan het lezen van een tijdschrift. Gemiddeld doet men er zo'n 2.39 uur over.

Van de 63 tijdschriftlezers zijn er 62 tevreden over het huidige aanbod. Hier peilden we ook naar de *bekendheid van het seniorentijdschrift Onze Tijd*. Van de 63 tijdschriftlezers zijn er 4 senioren die het blad ook effectief lezen. 42 kenden het tijdschrift niet, 14 hadden er geen interesse voor en 3 senioren vonden het tijdschrift elitair en duur.

Als *belangrijkste redenen om een tijdschrift te lezen* kwam ook hier weer 'om op de hoogte te blijven van wat er in de wereld gebeurt' als topantwoord naar voren. Andere redenen die goed scoorden, waren 'om met anderen te kunnen meepraten', 'als tijdverdrijf', 'omdat het een ontspannende bezigheid is' en 'omdat het me amuseert' naar voren.

Wat de *affiniteit van senioren met tijdschriften* betreft, werd de uitspraak 'een tijdschrift lezen is één van de belangrijkste dingen die ik elke

dag doe' beantwoord met een gemiddelde score van 2.65 op een schaal van 5. De uitspraak 'als er geen tijdschrift zou zijn, zou ik dat echt missen' werd beoordeeld met een gemiddelde score van 2.98. Tenslotte werd de uitspraak 'als ik geen tijdschrift zou lezen, zou ik me verloren voelen' beantwoord met een gemiddeld score van 2.51. De gemiddelde affiniteit met tijdschriften bedroeg 2.72.

EIGEN MEDIA?

Aan alle 118 respondenten werd gevraagd of er speciale programma's of rubrieken voor senioren moesten (bij-)komen.

32% was van mening dat dit *niet* nodig was. Als redenen werden hiervoor onder meer opgegeven:

- ik ben tevreden met het huidige aanbod
- ik voel me nog niet oud
- je moet ouderen niet in vakjes stoppen

De meerderheid (68%) vond dat er *wél* speciale media-initiatieven voor senioren mochten komen. 4% wou dit enkel in kranten en tijdschriften, 13% wou dit enkel op televisie en 52% wou dit zowel in kranten en tijdschriften als op radio en televisie. Als redenen werden hier onder meer opgegeven:

- ik ben zelf een senior en dus interesseert het me
- ik heb graag specifieke informatie en ontspanning voor senioren
- ik heb er nu de tijd voor

Opmerkelijk was wel dat niemand een apart seniorenprogramma enkel op de radio wilde.

COMMENTAAR

Uit ons onderzoek komt duidelijk naar voor dat senioren een speciale band met televisie hebben. 97,5% bezit een televisietoestel en 92% kijkt er ook dagelijks naar. De resultaten uit de literatuurstudie, die erop wezen dat media een belangrijke plaats in het leven van ouderen innemen, worden dus bevestigd. Toch mogen we, volgens Rubin, deze gegevens niet louter en alleen toeschrijven aan chronologische leeftijd: 'The available literature would seem to suggest that both age and social circumstances are operative in producing results which have typically been interpreted as simply the effect of chronological age' (Rubin, 1981:3).

Dat ouderen tot de meest intensieve gebruikers van elk medium behoren, heeft dus ook te maken met enkele structurele factoren. Zo beschikken ouderen over het algemeen over veel vrije tijd. Volgens Frissen (1992:110) gaat meer vrije tijd als regel samen met een hoger consumptievolume m.b.t. media (1). Bovendien heeft de vooroorlogse generatie gemiddeld een lager opleidingsniveau dan de naoorlogse generatie. Voorts kan het feit een rol spelen dat veel ouderen over weinig financiële middelen beschikken, en zich derhalve gedwongen beperken tot goedkope activiteiten zoals televisie kijken. Tenslotte zijn ouderen door hun beperktere fysische capaciteiten meer dan anderen aangewezen op het gebruik van media en vooral televisie als vrijetijdsbesteding. Televisie biedt immers een combinatie van visuele en auditieve stimuli.

Uit het Nederlandse onderzoek dat Vierkant (1987) uitvoerde naar televisiekijkers in het algemeen, kwamen enkele opmerkelijke resultaten naar voren in verband met het mediagedrag bij senioren. Op basis van een representatieve steekproef van de Nederlandse bevolking onderscheidde hij 7 clusters van respondenten. Uiteraard kwam daar geen cluster 'ouderen' uit te voorschijn. Wel bleken er drie clusters te zijn waarin zich relatief veel ouderen bevonden én mensen die weliswaar geen 65 jaar oud waren, maar wel een tijdsbesteding hadden die min of meer overeenkomt met die van ouderen (b.v. werklozen of arbeidsongeschikten) (Vierkant, 1987:201-204). Dit resultaat zou enigszins de stelling van Kubey (1980) onderschrijven, dat 'the tone of this argument implies that nonaged persons, experiencing similar lifestyle conditions, may also rely extensively on television use' (geciteerd in Rubin en Rubin, 1982b:585).

Ook de sterke voorkeur van senioren voor nieuws en actualiteitenprogramma's zien we in ons onderzoek bevestigd. Zowel bij televisie, radio als bij kranten en tijdschriften staken deze categorieën boven de andere uit. Ook als redenen voor mediagebruik kwam 'om geïnformeerd te zijn over wat er in de wereld gebeurt' steevast als belangrijkste reden naar voren. Deze gegevens lijken de disengagementtheorie, die jarenlang opgang gemaakt heeft in de sociale gerontologie, tegen te spreken. Deze theorie beschouwt ouder worden als 'een onvermijdelijke wederzijdse terugtrekking tussen enerzijds de ouder wordende persoon en anderzijds de andere personen uit het sociale systeem waartoe de bejaarde behoort' (Fenell et al., 1991:46). Uit onze resultaten blijkt evenwel dat senioren geïnteresseerd zijn in nieuwsfeiten en de wereld rondom hen, zelfs al hebben ze er door hun pensionering of afgenomen mobiliteit minder rechtstreeks contact mee. Het beeld van een senior die wegwijnt en zich

voorbereidt op een langzame terugtrekking uit het leven, moet naar onze mening dan ook ernstig gerelativeerd worden. Bovendien werden naast actualiteitenprogramma's en dramaseries ook dikwijls quizprogramma's bekeken, programma's die toch een minimum aan intellectuele activiteit vergen.

Opmerkelijk is wel dat senioren zich met een overgrote meerderheid kunnen terugvinden in het huidige aanbod van kranten, tijdschriften, radio en televisie. Dit bevestigt wat we ook al in onze literatuurstudie aantreffen. Davis en Westbrook (1985:208) stellen het als volgt: 'they are embracers, accepting with little judgement what is placed before them'. Wanneer men echter expliciet vraagt naar de wenselijkheid van specifieke seniorenprogramma's, blijkt toch 62% daar voorstander van te zijn.

De vooropgestelde evaluatie van bestaande media-initiatieven voor senioren was, omwille van het kleine aantal ouderen dat hiermee bekend was, niet uitvoerbaar. Voor de radio kunnen de tijdstippen waarop de bedoelde programma's uitgezonden worden, als mogelijke verklaring worden ingeroepen. Deze programma's gaan de ether in op een moment dat maar weinig senioren naar de radio luisteren. Wat het tijdschrift *Onze Tijd* betreft, kunnen we hier vermelden dat 70% van zijn lezers jonger is dan 65 en overwegend beter geschoold (*Start* 60, 1991:21), een categorie die in onze kleine steekproef (en in de huidige seniorenpopulatie) ondervertegenwoordigd is. Wat wel opvalt is dat juist de twee media met de laagste affiniteitscore, specifieke programma's (of een specifiek tijdschrift) voor senioren aanbieden. Bovendien wou niemand een speciaal programma voor senioren enkel op de radio. 4% wou dit louter in kranten en tijdschriften, maar 52% wenste wel een specifiek programma voor senioren zowel in kranten, tijdschriften, als op radio en televisie samen.

De resultaten uit ons eigen onderzoek willen we wel relativeren. Het kleine aantal respondenten maakte dat we geen doorgedreven statistische analyse konden uitvoeren. Dit was vooral het geval bij het samenvoegen van variabelen met elk verschillende antwoordcategorieën. De celfrequenties waren vaak zo klein dat resultaten niet meer statistisch relevant waren of veralgemeend konden worden. Toch menen we dat, rekening houdend met de beschikbare middelen (1 enquête), de betrokken doelgroep (ouderen die relatief moeilijk toegankelijk zijn voor onderzoek), de doelstellingen van het onderzoek (verkenkend en illustrerend) en vooral het intensieve en tijdrovende karakter van face-to-face enquêtes, deze

resultaten enige waarde hebben. Zo komen onze bevindingen grotendeels overeen met de overwegend Amerikaanse bevindingen uit de literatuurstudie. Bovendien kunnen verschillende domeinen voor verder onderzoek in verband met het mediagebruik bij senioren worden aangeduid. Vooral enkele structurele factoren die een invloed hebben op het mediagedrag bij ouderen, moeten in verder onderzoek worden uitgewerkt. We denken hierbij aan elementen zoals andere beschikbare vrijetijdsalternatieven, de leefsituatie van senioren, waarbij vergelijkingen kunnen worden gemaakt tussen ouderen in rusthuizen en anderen, of de invloed van pensionering en allerlei fysieke factoren op het mediagedrag.

Wanneer we luidop verder dromen, zou gestandaardiseerd onderzoek naar mediagebruik bij alle leeftijdscategorieën pas echt voor vergelijkbare resultaten zorgen. We willen hier dan ook pleiten voor een grotere en frequentere integratie van de zogenaamde derde leeftijd in alle media-onderzoek.

Ook zou men op basis van deze gegevens eens moeten nadenken over de wijze waarop seniorengerichte media-initiatieven aan de bedoelde doelgroep worden aangeboden. Beter dan heftige discussies aan te gaan over de zin van aparte media, waarbij termen als integratie- en ghettovorming niet worden geschuwd, zou men zich moeten bezinnen over de 'verpakking' en p.r. van deze mediaproducten. Op basis van onze resultaten kunnen we stellen dat er wel degelijk interesse bestaat voor zulke initiatieven, maar dat de bestaande producten nauwelijks bekend zijn bij de betrokken doelgroep.

BESLUIT

Senioren maken een aanzienlijk deel uit van de Belgische bevolking. Toch weerspiegelt dit numeriek overwicht zich niet in een evenredig aantal wetenschappelijke publikaties binnen de communicatiewetenschap. Nochtans nemen media een ontzettend belangrijke plaats in in het leven van de ouderen. Zo bleek uit ons eigen onderzoek dat een overgrote meerderheid een televisietoestel bezit en er ook dagelijks naar kijkt. Gemiddeld doen ze dat zo'n 3.5 uur per dag en dit zowel in de week als in het weekend. BRTN (TV 1 en 2) en VTM worden het meest bekeken. Nieuws en actualiteit zijn samen met dramaseries dé favoriete programma's van senioren.

Radiobezit bij senioren ligt zo'n 10% lager dan het televisiebezit. Bovendien zijn er heel wat radio-eigenaars die zelden of nooit naar de

radio luisteren. Gemiddeld luistert men een half uur tot een uur, voornamelijk naar nieuws en actualiteit. Vanaf 20 uur daalt het luisterpeil drastisch omwille van de concurrentie van televisie. Als reden voor radiogebruik komt naast 'informatie' ook nog 'gewoonte' naar voren.

73% van de 60-plussers uit onze steekproef leest een krant. Gemiddeld besteedt men er zo'n 1.47 uur aan. Bij favoriete rubrieken springen naast binnen- en buitenlandse politiek ook regionaal nieuws en, opmerkelijk, de overlijdensberichten eruit. Als redenen scoren 'informatie', 'gewoonte', maar ook 'om met anderen te kunnen meepraten' goed. Senioren vertonen een grotere affiniteit met kranten in vergelijking met radio en tijdschriften. Maar absolute topper voor de oudere populatie blijft toch televisie.

Slechts 53% leest een week- of maandblad. Naast radio- en televisiebladen scoren vooral de ledenbladen goed. Als redenen worden ook hier 'informatie', 'om met andere te kunnen meepraten', 'ontspanning' of 'tijdverdrijf' opgegeven.

Senioren verklaren haast unaniem dat ze zich kunnen terugvinden in het huidige aanbod van kranten, tijdschriften, radio en televisie. Opmerkelijk is wel dat wanneer men hen vraagt naar de wenselijkheid van specifieke seniorenprogramma's, toch ruim 62% daar voorstander van is. 38% was een andere mening toegedaan. De voorstanders halen als redenen voornamelijk interesse, de specifieke informatie en/of de tijd die men er nu voor heeft aan. De tegenstanders argumenteren dat het huidige aanbod volstaat. Anderen zeggen dat ze niet in hoekjes geduwd willen worden of dat ze zich niet oud voelen.

Verschillende domeinen voor verder onderzoek werden aangeduid. Toch zouden we ook hier nog eens willen pleiten voor grotere en frequentere onderzoeksinitiatieven vanuit communicatiewetenschappelijke hoek bij deze groeiende en interessante bevolkingsgroep. Maar nog belangrijker en opportuner lijkt ons de integratie van de zogenaamde 'derde leeftijd' in alle mediaonderzoek. Nog al te vaak worden in overzichtsstudies over mediagebruik gegevens over senioren in voetnoot weergegeven of gewoon achterwege gelaten.

(*) Dit artikel is gebaseerd op haar eindverhandeling *Mediagebruik bij senioren*, Fac. Soc. Wet., Dep. Comm. Wet., K.U. Leuven, juni 1994, 122 blz. Promotor: Prof. Dr. G. Fauconnier.

NOOT

- (1) Knulst en Kalmijn (1983:110) berekenden dat elk uur meer of minder vrije tijd, een toename of afname van 19 minuten betekende voor wat betreft het mediagebruik.

LITERATUURLIJST

- Davis, R.H. & Westbrook, G.J. (1985) 'Television in the Lives of the Elderly: Attitudes and Opinions', *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 29 (2): 209-214.
- Dooche, G. (1990) 'Bejaarden in Vlaanderen: Demografisch en Sociologisch Panorama', in J. Bayens (ed.) *Gerontologie en Geriatrie*. Belgische Vereniging voor Gerontologie en Geriatrie.
- Dooche, G. (1992) 'Demografie', in A. Marcoen (ed.) *Gerontologie*. Leuven: Acco, Studiecentrum Open Hoger Onderwijs.
- Fenell, G. et al. (1991) *The Sociology of Old Age*. Milton Keynes: Open University Press.
- Frissen, V. (1992) *Veelkijken als Sociaal Handelen. Een Empirisch Onderzoek naar het Verschijnsel Veel Televisie Kijken (als Sociaal Handelen) in Nederland*. Nijmegen: Instituut voor Toegepaste Sociale Wetenschappen, Katholieke Universiteit Nijmegen.
- Knulst, W. & Kalmijn, M. (1988) *Van Woord naar Beeld? 's Gravenhage: Sociaal en Cultureel Planbureau, Staatsuitgeverij*.
- Kubey, R. (1980) 'Television and Aging: Past, Present and Future', *The Gerontologist*, 20 (1): 16-35.
- Rubin, A.M. & Rubin, R.B. (1981) 'Age, Context and Television Use', *Journal of Broadcasting*, 25 (1): 1-13.
- Rubin, A.M. & Rubin, R.B. (1982a) 'Directions in Television and Aging Research', *Journal of Broadcasting*, 26 (2): 537-551.
- Rubin, A.M. & Rubin, R.B. (1982b) 'Contextual Age and Television Use: Re-examining a Life-Position Indicator', *Communication Yearbook*, (6): 583-604.
- Schoonderwoerd, L.P.H. & Knulst, W.P. (1982) *Mediagebruik bij Verruiming van het Aanbod*. 's Gravenhage: Sociaal en Cultureel Planbureau, Staatsuitgeverij.
- Smeets, R. (1991) '60-plus in Kaart gebracht', *Onze Tijd*, (46): 45-46.
- X (1991) 'Senioren in de Pers: Oud Nieuws', *Start* 60, 11 (2): 20-21.
- Vierkant, R. (1987) *Televisiekijken in Nederland. Een Onderzoek naar het Televisiekijkgedrag van de Nederlandse Bevolking*. Meppel: Krips Repro.