



1. Referentie

Referentie	Raeymaeckers, K.; Hauttekeete, L. & Deprez, A. (2007). To read or not to read: Can policy support the future reader market? A Flemish case study. European Journal of Communication, 22 (1), 89-108.
Taal	Engels
ISBN - ISSN	
Publicatievorm	Artikel

2. Abstract

Sedert een tijd is de Europese krantenmarkt geconfronteerd met een daling van verkoop. Onderzoek gefocust op de consumptiepatronen toonde aan dat vooral jongeren minder tijd spenderen aan het lezen van kranten. Sinds 2003 subsidieert de Vlaamse Overheid het Kranten in de Klas (KiK) programma om op deze manier kwalitatieve en langdurige alternatieven van perssubsidies te generen. De overheid en de Vlaamse krantenuitgevers hebben ieder jaar meer dan 1 miljoen kranten bij scholen verspreid. Tijdens ieder schooljaar hebben ongeveer 100.000 studenten deelgenomen aan het project. De financiële steun groeide en onlangs besliste de Vlaamse Overheid om zijn subsidies te verhogen tot € 1.2 miljoen, waardoor de oorspronkelijke doelgroep van 16-18 jarigen uitgebreid kan worden. Het artikel analyseert de attitudeveranderingen bij leerlingen die deelnamen aan het KiK tussen februari en mei 2005 in een pre en posttest design onderzoek.

3. Trefwoorden

Thema('s)	Media
Trefwoord(en)	Kranten, KiK, perssubsidies, lezersmarkt

4. Onderzoeker

Opdrachtgever	
Onderzoeker(s)	Karin Raeymaeckers, Laurence Hauttekeete en Annelore Deprez Prof. Karin Raeymaeckers Vakgroep Communicatiewetenschappen Universiteit Gent Korte Meer 7-9-11 9000 Gent Karin.Raeymaeckers@UGent.be

5. Onderzoeksvraag

Onderzoeksvraag	In welke mate kunnen campagnes, zoals Kranten in de Klas, de interesses in kranten van jongeren stimuleren?
Hypothesen	

6. Methode

Onderzoeks-methode	Kwantitatieve survey met een pre en post-test design.
Onderzochte groep	Een random geselecteerde groep studenten uit het tweede en derde jaar secundair onderwijs, verdeeld onder de verschillende types onderwijs. De scholen waaruit de leerlingen geselecteerd werden, namen deel aan het Kranten in de Klas programma. Uiteindelijk hebben 1121 leerlingen deelgenomen aan het onderzoek.
Bereik	Vlaanderen

7. Resultaten

Profiel van het mediagebruik	Er wordt hier enkel gefocust op het krantengebruik bij jongeren. Ongeveer een kwart van de deelnemers leest nooit een krant. 15.3% spendeert minder dan 5 minuten aan het lezen van de krant, 27.6% minder dan 10 minuten, 27.9% tussen de 10 en 30 minuten en 5.2% meer dan 30 minuten. Bij 81.3% van de leerlingen is er thuis een krant aanwezig.
Attitudes ten aanzien van kranten: algemeen	Jongeren zien kranten niet als een old-fashioned, conventioneel medium. Sommige jongeren hebben echt de interesse om kranten te lezen. De leerlingen menen vooral dat kranten hen kunnen helpen om bepaalde gebeurtenissen beter te begrijpen en dat ze dan ook over bepaalde onderwerpen kunnen meepraten.
Attitudes ten aanzien van kranten in relatie tot het onderwijstype	Bij het vergelijken van de verschillende onderwijstypes waren er vooral significante verschillen tussen leerlingen uit het aso en bso. De enige stelling waarbij geen verschil gevonden werd, is dat mensen die de krant lezen over meer zaken kunnen praten dan anderen. Leerlingen uit het aso zijn het niet eens dat kranten een negatief imago hebben. Ze menen ook dat de krant een betrouwbare informatiebron is waarin gemakkelijk informatie opgezocht kan worden, en dat door het lezen van kranten bepaalde gebeurtenissen gemakkelijker begrijpbaar zijn. Leerlingen uit het bso, in vergelijking met leerlingen uit het aso en tso, menen dat het TV-nieuws beter informatie verzorgt dan de krant. Leerlingen uit het tso bevinden zich vaak tussenin de meningen van aso en bso-leerlingen.
Attitudes ten aanzien van kranten in relatie tot de toegang	Leerlingen die thuis de krant hebben, hebben over het algemeen positievere attitudes ten aanzien van kranten.
Resultaten na KiK: algemeen	Het programma heeft een positief effect op de attitudes namelijk jongeren hebben een positiever beeld over kranten. Ze geven kranten een hogere score betreffende het vinden van betrouwbare informatie. Ze zien kranten als een nuttige informatiebron. Ze bekijken de informatie in kranten niet langer als moeilijk te verstaan.
Attitudeverandering in relatie tot het onderwijstype	Bij bso-leerlingen waren er drie significante veranderingen. Na het project zijn deze leerlingen positiever om kranten te lezen. Ze zijn akkoord met de stelling dat het gemakkelijk is om informatie op te zoeken. En ze hebben een minder negatief beeld van kranten. Leerlingen uit het tso zien kranten als een betrouwbaardere informatiebron. Ze zien dat de informatie ook in hun dagelijkse leven van nut kan zijn. Het is gemakkelijker om informatie terug te vinden. En het imago van de kranten wordt positiever. Aso-leerlingen zien eveneens dat de informatie in kranten ook nuttig voor hen kan zijn. Ze vinden het gemakkelijker om informatie terug te vinden. Ze zijn minder overtuigd van het negatieve beeld van de krant. En ze ook minder van mening dat het TV-nieuws betere informatie geeft dan de krant.
Attitudeverandering in relatie tot het thuis hebben van een krant.	Er vinden grotere verschuivingen plaats bij jongeren die thuis geen toegang tot een krant hebben. Het project heeft enkele drempels verwijderd voor diegene die het minst gesocialiseerd waren voor het lezen van kranten.

8. Publicaties op basis van hetzelfde onderzoek

/