

Kijken naar sport
Passieve sportdeelname in
crossnationaal perspectief

Jeroen van Leeuwen

m.m.v. Paul Hover

© *W.J.H. Mulier Instituut*
's-Hertogenbosch, augustus 2010

*W.J.H. Mulier Instituut
Centrum voor sociaal-wetenschappelijk sportonderzoek
Postbus 188
5201 AD 's-Hertogenbosch*

*t 073-6126401
f 073-6126413
e info@mulierinstituut.nl
i www.mulierinstituut.nl*

Samenvatting

In voorliggend rapport is aan de hand van data van het ‘International Social Survey Program’ en enkele secundaire bronnen in kaart gebracht wat de aard en de omvang van het kijken naar sport in Nederland is en hoe deze zich verhoudt tot het kijken naar sport in 34 andere landen. Daarnaast is er aandacht besteedt aan de achtergrondkenmerken van de mensen die kijken naar sport. Er is onderscheid gemaakt op basis van geslacht, het actief deelnemen aan sport, opleidingsniveau en leeftijd. Tenslotte is er ingegaan op de specifieke takken van sport die in de deelnemende landen aandacht krijgen. Het kijken naar sport is in deze studie geoperationaliseerd als zijnde kijken via de televisie en kijken als toeschouwer. De analyse kent een bivariate beschrijvende benadering en hoewel de passieve beleving van sport in Nederland al dikwijls onderwerp van verschillende studies is geweest, is er vooralsnog minder bekend over de mate waarin de passieve sportdeelname in Nederland verschilt ten opzichte van andere landen.

In Nederland bezoekt ruim 40 procent van mensen minimaal 1 keer per jaar of minder vaak een sportevenement en 15 procent doet dat vaker dan 1 keer per maand. Daarnaast kijkt 65 procent van de mensen naar sport op televisie. In vergelijking met de andere 34 landen is het kijken naar sport in Nederland daarmee relatief minder populair en bovendien lijken meerjarige cijfers aan te tonen dat de belangstelling in Nederland aan het afnemen is. Zowel in de West-Europese buurlanden, als in een groot deel van de andere landen, wordt er meer naar sport gekeken. Het verschil bedraagt in de meeste gevallen echter maar enkele procentpunten. Het bezoeken van sportevenementen is met name populair in Nieuw-Zeeland en de Filipijnen. In deze landen bezoekt ruim 70 procent minimaal één keer per jaar of minder vaak een sportevenement, terwijl het kijken via de televisie met name populair is in Slovenië en Kroatië waar ruim 80 procent naar sport kijkt op de televisie.

Daarentegen zijn de verschillen tussen mensen met verschillende achtergrondkenmerken in Nederland maar klein. De conclusie van het SCP (2008) dat de diversiteit van het sportpubliek in Nederland groot is, wordt in deze studie derhalve bevestigd. Echter, in het algemeen en ook voor Nederland geldt dat vrouwen minder sport kijken dan mannen. Deze conclusie gaat op voor zowel het kijken als bezoeker als het kijken via de televisie. Het zelfde kan geconcludeerd worden voor een vergelijking tussen sporters en niet-sporters. Niet-sporters kijken beduidend minder dan sporters. Grotere crossnationale variatie wordt gevonden als we onderscheid maken op basis van opleidingsniveau en leeftijd. In de meeste landen bezoeken en kijken hoger opgeleiden meer sport dan lager opgeleiden. In Nederland echter, geldt dit alleen voor het bezoeken van sportevenementen. Het kijken naar sport via de televisie is in Nederland populairder onder de lager opgeleiden. Bovendien kan er op basis van leeftijd geconcludeerd worden dat oudere mensen in het algemeen minder sportevenementen bezoeken. Nederland is hierin niet afwijkend. Voor het kijken op de televisie zijn er over het algemeen weinig verschillen tussen mensen met verschillende leeftijden. In Nederland, echter, kijken mensen van middelbare leeftijd relatief opvallend weinig naar sport.

Tenslotte blijkt in het merendeel van de landen dat voetbal de meest bekeken sport is. In Nederland gaat dat ook op. Daarnaast krijgt het schaatsen veel aandacht in Nederland en is ook het tennis populair. Echter de populariteit van specifieke sporten varieert regionaal sterk. Het

voetbal is bijvoorbeeld lang niet zo populair in landen als de Filippijnen en de Dominicaanse Republiek. Basketbal en honkbal krijgen daar de aandacht, die het voetbal in Europa krijgt.

Inhoudsopgave

Samenvatting	3
1. Inleiding	7
1.1 Kennis over passieve sportdeelname	7
1.2 Methode	8
1.3 Leeswijzer	9
2. Kijken naar sport in Nederland	11
2.1 Toeschouwers van sportevenementen	11
2.2 Kijken naar sport op televisie.	12
3. Kijken naar sport crossnationaal	15
3.1 Omvang van kijken naar land	15
3.2 Kijkersprofiel naar land	17
3.2.1 Bezoeken naar achtergrondkenmerken	18
3.2.2 Kijken op televisie naar achtergrondkenmerken.	19
3.3 Kijken op televisie naar takken van sport	21
4. Epiloog	23
Literatuur	25
Bijlagen	27

1. Inleiding

1.1 Kennis over passieve sportdeelname

In de afgelopen decennia is in Nederland de belangstelling voor sport enorm toegenomen. In 2008 rapporteerde het SCP dat het aantal uitgezonden uren sport op de televisie tussen 1991 en 2005 verviervoudigd is en het aantal gekeken uren in die periode verdubbelde. Bovendien is er, naast de vele aandacht voor sport in de media, ook een nog steeds groeiende groep mensen die sportevenementen bezoekt. Zo groeide het aantal bezoekers in het betaald voetbal van 3,7 miljoen in 1996 naar maar liefst 7,2 miljoen in 2008 (Kamphuis & Van den Dool, 2008). Deze cijfers tonen aan dat binnen de (top)sport de nadruk niet langer ligt op de actieve beoefening, maar steeds meer op de passieve beleving. Sport kan steeds meer worden gezien als een activiteit ten behoeve van zowel het stadionpubliek als het mediapubliek (Stokvis, 2003). Daarnaast illustreren deze cijfers de prominente plaats die het kijken naar sport inneemt in onze maatschappij.

Het Olympisch plan 2028 stelt dat het beleven van sportieve successen, als toeschouwer dan wel deelnemer, zorgt voor een gevoel van verbondenheid en saamhorigheid. Deze verbondenheid is tevens terug te vinden in het *Beleidsplan betaald voetbal 2005-2009* van de KNVB. Het bewerkstelligen van (sociale) binding met en tussen miljoenen mensen die het voetbal volgen of bezoeken, is daarin één van de hoofddoelstellingen. Echter, hoewel de aanname dat sport tot verbondenheid leidt in de wetenschappelijke literatuur dikwijls onderwerp van discussie is geweest, waren de resultaten van deze studies niet altijd eenduidig. Enkele studies bevestigen inderdaad de positieve relatie tussen het beoefenen van sport en de mate van burgerlijke betrokkenheid (Seippel, 2006). Er werd geconcludeerd dat mensen die betrokken zijn bij sport, zich meer verbonden voelen met hun land en een hogere politieke en maatschappelijke participatie kennen. De causaliteit van deze relatie staat in de wetenschappelijke literatuur echter ter discussie.

De passieve beleving van sport is in Nederland al dikwijls onderwerp van niet alleen theoretische studies, maar ook empirische studies geweest. Mede dankzij een serie POLS-onderzoeken van het CBS en de SCP-reeksen TBO en AVO, hebben we inmiddels een redelijk overzicht van de omvang van de passieve sportdeelname in Nederland. Daarentegen is er minder bekend over de mate waarin de passieve sportdeelname in Nederland verschilt ten opzichte van andere landen. Dit rapport stelt zich derhalve ten doel meer inzicht te verkrijgen in hoe de passieve sportdeelname in Nederland zich verhoudt tot die in zowel andere Europese landen, als niet-Europese landen. Deze studie zal zich daarom toeleveren op het beantwoorden van de volgende vragen:

- Wat is de aard en de omvang van het kijken naar sport in Nederland?
- In welke mate zijn er crossnationale verschillen in de aard en omvang van het kijken naar sport?
- In welke mate zijn er crossnationale verschillen in de achtergrondkenmerken van kijkers naar sport?
- In welke mate zijn er crossnationale verschillen in de populariteit van het kijken naar specifieke sporten?

Passieve sportdeelname is in dit rapport geoperationaliseerd als zijnde kijken naar sport via de televisie, dan wel als live toeschouwer. Uiteraard zijn er ook andere vormen van media, zoals het internet, de krant en de radio, waarmee de sport kan worden gevolgd. De populariteit van het internet als bron wordt onder andere besproken in de rapportage sport van het SCP in 2008. Voor deze studie is echter gekozen om hoofdzakelijk te focussen op het kijken van sport via de televisie en het volgen van sport als toeschouwer. De aard van het kijken beperkt zich derhalve tot kijken als toeschouwer en kijken via de televisie.

1.2 Methode

Voor een beschrijving van de aard en de omvang van het kijken naar sport in Nederland, zullen met name secundaire bronnen, afkomstig van de stichting kijkonderzoek, de KNVB en het SCP, gebruikt worden. Voor de crossnationale analyse van dit rapport zal gebruik gemaakt worden van ‘ruwe’ data van het ISSP uit 2007.

Het ISSP is een internationaal onderzoeksprogramma waarin meerdere sociaal-wetenschappelijke projecten worden samengebracht. Het programma bestaat uit een jaarlijks opinieonderzoek onder de bevolking van de participerende landen. Elk jaar wordt door de deelnemende landen gezamenlijk een thema gekozen dat aansluit bij de informatiebehoefte van de deelnemende projecten. De data van 2007 bevat een module die ingaat op het onderwerp ‘Vrije Tijd en Sport’. Een totaal van 48826 respondenten uit 35 verschillende landen, in de leeftijdscategorie van 18 tot 80, werd ondervraagd.

Het grootschalige crossnationale karakter van deze data en het feit dat de data werden verzameld met gestandaardiseerde vragenlijsten, maken de data zeer geschikt voor het beoogde onderzoek. Echter, dat neemt niet weg dat er in de onderzoekspraktijk concessies worden gedaan (bijvoorbeeld omdat nationale belangen niet altijd goed rijmen met de gezamenlijke belangen van de participanten van het ISSP) waardoor crossnationale vergelijkingen aan zuiverheid inboeten (vgl. Edlund 2004; Ganzeboom 2006). Tevens is een uniforme vraagstelling in alle landen geen garantie voor een identieke interpretatie van begrippen door respondenten. Een overzicht van de methodologische aspecten over de ISSP kan verkregen worden via www.issp.org.

In de module ‘Vrije Tijd en Sport’ zijn een aantal vragen opgenomen die het kijken naar sport als toeschouwer of als televisiekijker kunnen meten. De betreffende vragen, inclusief antwoordcategorieën, zijn in tabel 1.1 opgenomen.

Tabel 1.1 Vragen over kijken naar sport in ISSP 2007

-
1. Hoe vaak bezoekt u sportevenementen als toeschouwer? (basis: alle respondenten)
 - a. Dagelijks;
 - b. Paar keer per week;
 - c. Paar keer per maand;
 - d. Paar keer per jaar of minder;
 - e. Nooit.

 2. Naar welke sport op televisie kijkt u het vaakst? (Als u geen sport kijkt, vul dan het vakje 'Ik kijk geen sport op televisie' in.) (basis: alle respondenten)
-

De antwoordschaal van vraag één is ten behoeve van dit rapport omgezet in een dichotome schaal. De respondenten die antwoord 'a', 'b', 'c' of 'd' gaven werden aangemerkt als personen die soms sportevenementen bezoeken. Voor een specifiek beeld van de respondenten die meer frequent sportevenementen bezoeken zijn daarnaast de categorieën 'a', 'b' en 'c' in der originele vorm gebruikt. Een mogelijk gevaar voor de betrouwbaarheid van dit item zou het feit kunnen zijn dat de vraag open laat of het een betaald of onbetaald bezoek is. Bovendien is het moeilijk te definiëren welke evenementen gezien moet worden als een sportevenement. Het is bijvoorbeeld de vraag in hoeverre een vader, die zijn zoon komt aanmoedigen bij het voetbal, deze activiteit moet beschouwen als een bezoek aan een sportevenement. Bij het interpreteren van de resultaten zal hier derhalve rekening mee gehouden moeten worden.

Vraag 2 is primair een vraag om vast te stellen naar welke sport er door de respondent gekeken wordt. Het betreft een open vraag waarbij de antwoorden achteraf zijn gecodeerd. Wanneer de respondent aangaf niet naar sport te kijken, is daarvoor een aparte codering gebruikt. Om te kunnen bepalen hoeveel mensen naar sport op televisie kijken is de antwoordschaal omgezet in een dichotome schaal. Om een beeld te kunnen schetsen naar welke specifieke sporten er gekeken wordt is de originele codering gebruikt.

De namen van landen in de tabellen en figuren zullen verkort weergegeven worden. Voor een legenda hiervan, zie bijlage. Bovendien zullen de landen geordend worden op basis van geografie. Deze indeling maakt het mogelijk eventuele regionale, in plaats van nationale, effecten te duiden.

1.3 Leeswijzer

In dit rapport zal in hoofdstuk 2 eerst specifieke aandacht worden besteed aan de aard en de intensiteit van het kijken naar sport in Nederland. In hoofdstuk 3 zal vervolgens gekeken worden hoe het kijken naar sport in Nederland zich verhoudt tot die in de overige landen aanwezig in de ISSP-data. Opvallende verschillen in de mate van kijken en bezoeken zullen uitgelicht worden en daarnaast zullen de Nederlandse cijfers afgezet worden tegen de overige landen. Bovendien zal aandacht besteed worden aan de sociale achtergrondkenmerken van de kijkers en bezoekers en zullen wederom de Nederlandse cijfers vergeleken worden met de resultaten uit de overige 34 landen. Tenslotte zal een korte beschrijving van de specifieke

sporten waarnaar gekeken wordt, gegeven worden. Het rapport wordt afgesloten met een epiloog waarin, vanuit een Nederlandse invalshoek, wordt stilgestaan bij enkele opvallende zaken. Ter bevordering van de leesbaarheid van dit rapport zijn alle onderzoeksresultaten die grafisch of samengevat in tabellen worden weergegeven, ook in een tabel in de bijlage opgenomen en daarnaast zijn bij diverse figuren omwille van de leesbaarheid geen gegevenslabels opgenomen.

2. Kijken naar sport in Nederland

Voordat er aandacht zal worden besteed aan de crossnationale verschillen in het kijken naar sport, zal in dit hoofdstuk een meer gedetailleerde analyse naar het kijken naar sport in Nederland worden gedaan. In de Rapportage Sport van het SCP werd in 2008 al eerder specifieke aandacht besteed aan het volgen van sport in Nederland. De focus hierin lag sterk op het voetbal en ook in dit hoofdstuk zal een deel van de gepresenteerde cijfers weer specifiek ingaan op het voetbal. Hier liggen een aantal redenen aan ten grondslag. De belangrijkste reden is simpelweg dat het voetbal veruit de grootste sport in Nederland is. Niet alleen is de KNVB de grootste sportbond van Nederland, ook het aantal gekeken en uitgezonden uren is groter dan van elke andere sport (SCP, 2008).

2.1 Toeschouwers van sportevenementen

Jaarlijks zijn er in Nederland tal van grote sportevenementen die soms honderdduizenden toeschouwers weten te trekken. Toeschouwers uit alle delen van Nederland bezoeken, soms tegen betaling, evenementen om een glimp van hun idolen op te vangen, om deelnemende kennissen aan te moedigen of gewoon omdat men het leuk vindt om onderdeel te zijn van een dergelijk groot evenement (Stokvis, 2003). De twee grootste sportevenementen in Nederland zijn de Vierdaagse van Nijmegen en de Marathon van Rotterdam. Beide evenementen zijn al jaren goed voor ongeveer 800.000 á 900.000 bezoekers. De marathon van Rotterdam wist in 2008 zelfs de grens van 1.000.000 bezoekers te verbreken. Het aantal deelnemers van beide evenementen staat daarmee in schril contrast. In 2008 verwelkomde de Marathon van Rotterdam 21.000 deelnemers, terwijl 44.000 deelnemers de Nijmeegse Vierdaagse liepen in dat jaar. Daarnaast kan er geconcludeerd worden dat het publiek een toenemende interesse heeft in dergelijke grote evenementen. In tabel 2.1 valt af te lezen dat de meeste sportevenementen hun bezoekersaantallen in de laatste jaren hebben zien toenemen.

Tabel 2.1 Bezoekersaantallen van top-10 sportevenementen, 2000-2008 (x1000)

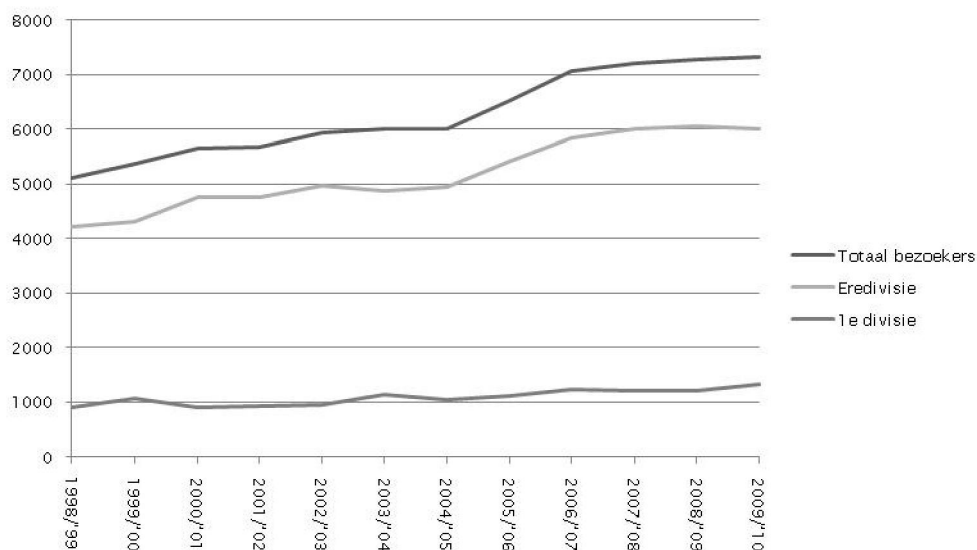
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1. Fortis Marathon Rotterdam	625	800	925	975	975	825	850	900	1000
2. Vierdaagse Nijmegen	500	800	800	830	930	950	*	850	900
3. Bavaria City Racing	-	-	-	-	-	300	400	500	575
4. City Beach! Tour	240	260	289	139	118	115	150	750	510
5. Eneco Tour	100	200	240	265	260	300	450	450	450
6. Youth Friendship Games	-	-	-	-	150	150	200	300	375
7. NK Beach Soccer	-	-	-	-	-	-	-	-	315
8. Amstel Gold Race	425	400	325	275	325	325	335	350	250
9. Dam tot Damloop	150	150	125	120	150	200	200	200	200
10. Amsterdam Marathon	125	125	125	184	195	225	190	215	190

Bron: Respons evenementenmonitor* Nijmeegse vierdaagse afgelast

Daarnaast nam ook de belangstelling voor het betaald voetbal de laatste jaren toe (zie figuur 2.1). Deze toename valt deels te verklaren door de vernieuwde competitieopzet sinds het seizoen 2005-2006, waar het instellen van play-offs leidde tot een toename in het aantal wedstrijden (Kamphuis & Van den Dool, 2008). Echter, belangrijker is misschien nog wel dat er door de clubs in de afgelopen jaren veel geïnvesteerd is in het moderniseren van de stadions.

Vaak ging dat gepaard met een uitbreiding van de capaciteit. Een aantal andere clubs kreeg zelfs de beschikking over een geheel nieuw en dikwijls groter stadion.

Figuur 2.1 Bezoekersaantallen van wedstrijden betaald voetbal, 1998/'10



Bron: KNVB

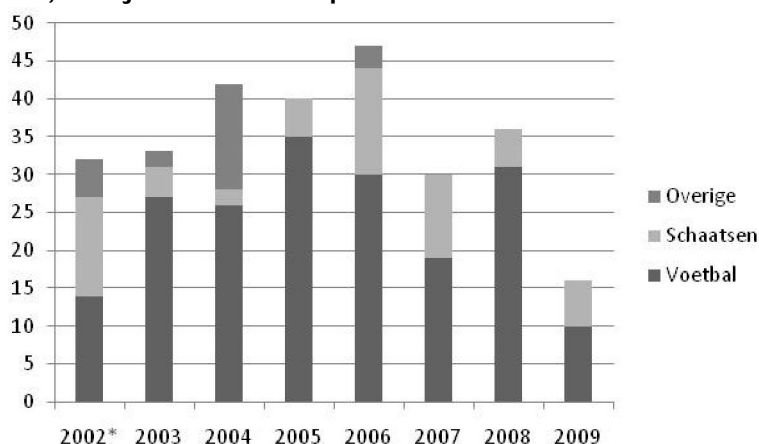
Bovendien zorgden verbeterde faciliteiten voor een grotere diversiteit in de bezoekers. Faciliteiten zoals het inrichten van vakken speciaal voor gezinnen, zorgden er voor dat steeds vaker meer verschillende doelgroepen de gang naar het stadion wisten te vinden. Zo concludeerden Kamphuis & Van den Dool (2008) dat de stijgende trend het duidelijkst waarneembaar is in groepen die van oudsher minder vaak als toeschouwer naar het betaalde voetbal kwamen. Bovendien bleek uit bevolkingsonderzoek (AVO '83-'07) dat in 2007 maar liefst 13 procent ten minste eens per jaar een wedstrijd in het betaald voetbal bezocht, waar dat in 1991 nog 9 procent was. Maassen (1999) concludeerde dat door deze toename van de diversiteit in de sociale achtergrond van de bezoekers, het stadionpubliek verburgerlijkt en nu een meer representatieve weerspiegeling van de Nederlandse samenleving vertegenwoordigt.

2.2 Kijken naar sport op televisie.

De wereldkampioenschappen voetbal lieten afgelopen zomer weer zien wat voor aantrekkingskracht sport en dan specifiek het voetbal kan hebben op het Nederlandse televisiepubliek. Uit de meest recente cijfers van de stichting kijkonderzoek blijkt dat belangrijke wedstrijden van het Nederlands elftal zorgen voor een, in vergelijking met andere programma's, ongeëvenaard aantal Nederlandse kijkers. De finale tegen Spanje is nu het best bekeken programma op de Nederlandse televisie ooit en de gehele top-10 van best bekeken programma's sinds 2002 bestaat uit wedstrijden van het Nederlands elftal. Andere cijfers suggereren echter dat de tijd die mensen besteden aan het kijken naar sport op televisie behoorlijk aan het afnemen is (zie figuur 2.2). Hoewel in de even jaren de wedstrijden van het Nederlands elftal nog steeds in de top van de best bekeken programma's te vinden zijn, laten de cijfers van 2007 en 2009 zien dat de sportprogramma's en dan met name het voetbal langzaam hun dominantie op de Nederlandse televisie aan het verliezen is. Kamphuis en Van den Dool (2008) trokken derhalve de conclusie dat er enerzijds minder vaak door veel mensen tegelijk

naar sportprogramma's wordt gekeken dan eind jaren negentig; anderzijds, als dat wel gebeurt, is het aantal mensen dat kijkt ook meteen zeer hoog.

Figuur 2.2 Aantal sportprogramma's in de top-50 van best bekeken programma's sinds 2002, naar jaar en tak van sport



Bron: Stichting Kijkonderzoek, eigen bewerking * Geen deelname WK.

Verder valt op dat in de jaren 2002 en 2006 er, vanwege de Olympische winterspelen in Salt Lake City en Turijn, beduidend meer is gekeken naar schaatsen. Het zelfde kan geconcludeerd worden voor het jaar 2004, waarin er veel gekeken is naar het zwemmen tijdens de Olympische zomerspelen in Athene. Naast het schaatsen en het voetbal, blijkt in de zomermaanden ook de Tour de France jaarlijks veel kijkers te trekken en hoewel de kijkdichtheid relatief wat lager is, blijkt het aantal gekeken uren te kunnen concurreren met het schaatsen (SCP, 2008).

Tabel 2.2 Kijktijd en zendtijd aan sport, 1991-2007* (in uren per persoon per jaar/ per jaar)

	1991	1992	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
totale kijktijd aan sport	51	84	105	90	105	104	130	106	132	87
algemene sportprogramma's	26	33	41	36	35	37	47	33	31	20
voetbalreportage	8	18	34	22	31	23	33	32	52	30
overige sportreportage	17	34	30	31	39	44	50	41	48	38
totale zendtijd aan sport	927	1311	2699	2523	2575	2822	2899	2634	3020	2876
algemene sportprogramma's	411	399	1143	1154	913	1011	1097	915	882	870
voetbalreportage	55	85	369	345	538	328	340	305	693	524
overige sportreportage	461	826	1187	1025	1123	1483	1462	1414	1444	1482

Bron: SCP, * Cijfers voor tussenliggende jaren zijn te vinden op www.scp.nl

Dat Nederland langzaam wellicht een beetje sportmoe aan het worden is blijkt ook uit cijfers die in de rapportage sport uit 2008 werden gepresenteerd (zie tabel 2.2). Deze cijfers, die een beeld schetsen van het aantal gekeken en uitgezonden uren sport, laten een duidelijke daling in het aantal gekeken uren zien. Met name in 2007 werd er beduidend minder naar sport gekeken. De integrale verslagen van voetbalwedstrijden verloren daarbij relatief de meeste kijkers. Het aantal uitgezonden uren volgt die daling voorlopig nog niet. Meer recentere cijfers moeten uitwijzen of het aantal uitgezonden uren deze daling in de gekeken uren gaat volgen. Tenslotte is wederom een duidelijke toename in het aantal kijkers in de even jaren zichtbaar.

3. Kijken naar sport crossnationaal

Nadat een indruk is verkregen over de aard en omvang van het kijken naar sport in Nederland, besteden we in dit hoofdstuk aandacht aan het kijken naar sport vanuit een crossnationaal perspectief. Hoewel Nederlanders goed lijken te zijn in het organiseren van grootschalige eendaagse sportevenementen met hoge bezoekersaantallen, vallen de bezoekersaantallen in de eredivisie in het niet bij de aantallen die worden gehaald in de bijvoorbeeld de Amerikaanse honkbal competitie. In seizoen 2009 werden er in de Major League Baseball ruim 73 miljoen kaartjes verkocht¹ en trok de Engelse Premier league bijna 14 miljoen bezoekers² Het Engelse voetbal werd daarnaast wereldwijd uitgezonden in meer dan 200 landen. In dit hoofdstuk zal aan de hand van de ISSP data een beeld van de aard en omvang van het kijken naar sport in 35 landen geschetst worden. Daarnaast zal er aandacht besteed worden aan verschillen in de populariteit van specifieke sporten en verschillen in de achtergrondkenmerken van de bezoekers en televisiekijkers.

3.1 Omvang van kijken naar land

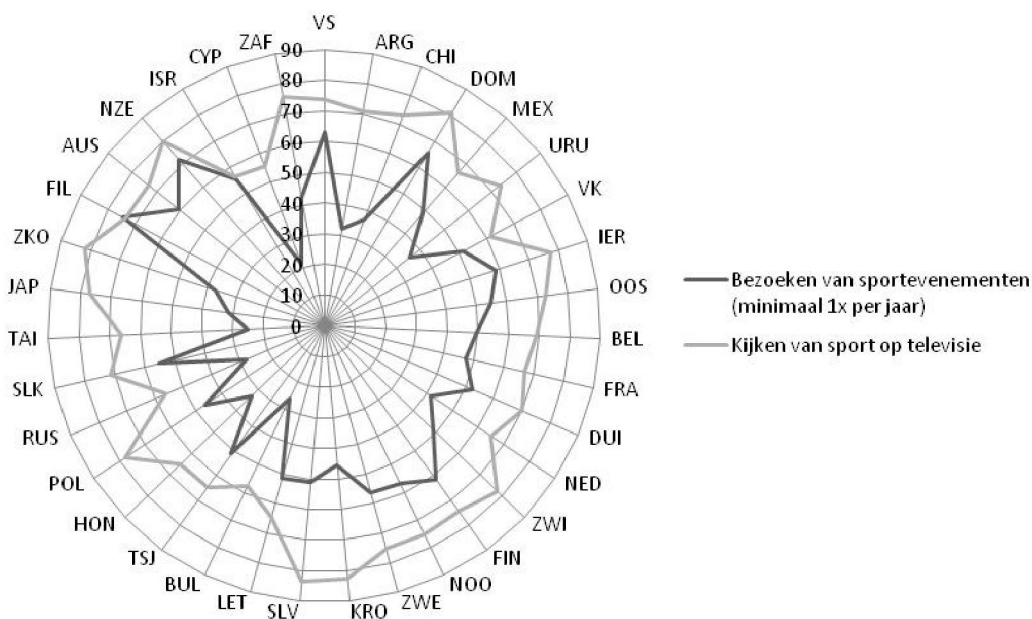
Figuur 3.1 laat zien dat er in het algemeen veel gekeken wordt naar sport via de televisie, maar dat het bezoeken van sportevenementen in vergelijking met het kijken naar sport op de televisie veel minder populair is. Hoewel gemiddeld nog steeds 48 procent van de respondenten aangaf soms een sportevenement te bezoeken, bezoekt slechts 19 procent vaker dan 1 keer per maand een evenement. In Nederland worden er in het algemeen door maar weinig mensen sportevenementen bezocht. Slechts 42 procent bezoekt soms een sportevenement (zie figuur 3.1) en 15 procent doet dat vaker dan 1 keer per maand (zie bijlage). Bovendien bezoeken, in vergelijking met de andere West-Europese landen, Nederlanders maar weinig sportevenementen. Binnen Europa worden er verder weinig sportevenementen bezocht in de Oost-Europese landen Rusland, Hongarije en Bulgarije. In deze landen werd er ook weinig naar sport gekeken op de televisie. Veel meer mensen bezoeken sportevenementen in Europese landen als Finland (62%) en Ierland (59%). Tenslotte kan geconcludeerd worden dat op de Filippijnen het aandeel mensen dat soms een sportevenement bezoekt het grootst is. Maar liefst 74 procent bezoekt soms een sportevenement.

Daarnaast wordt er in Nederland in vergelijking met andere landen relatief ook minder naar sport op televisie gekeken. 65 procent zegt naar sport op televisie te kijken. Ook in vergelijking met enkele West-Europese buurlanden wordt er in Nederland minder gekeken en alleen in het Verenigd Koninkrijk wordt er met een percentage kijkers van 61 procent nog minder gekeken. In Rusland, Bulgarije, Cyprus en Israël, waar het percentage kijkers ongeveer 55 procent is, wordt er relatief het minst naar sport gekeken. Bovendien kan er geconcludeerd worden dat in de Oost-Europese landen, met uitzondering van Polen, het kijken naar sport in het algemeen minder populair is. Tenslotte wordt er het meest gekeken naar sport op televisie in Slovenië en Kroatië, waar 83 procent aangaf naar sport op televisie te kijken.

¹ <http://espn.go.com/mlb/attendance>, gedownload op 16-08-2010.

² <http://socccernet.espn.go.com/stats/attendance>, gedownload op 16-08-2010.

Figuur 3.1 Bezoeken & kijken naar televisie (%) naar land



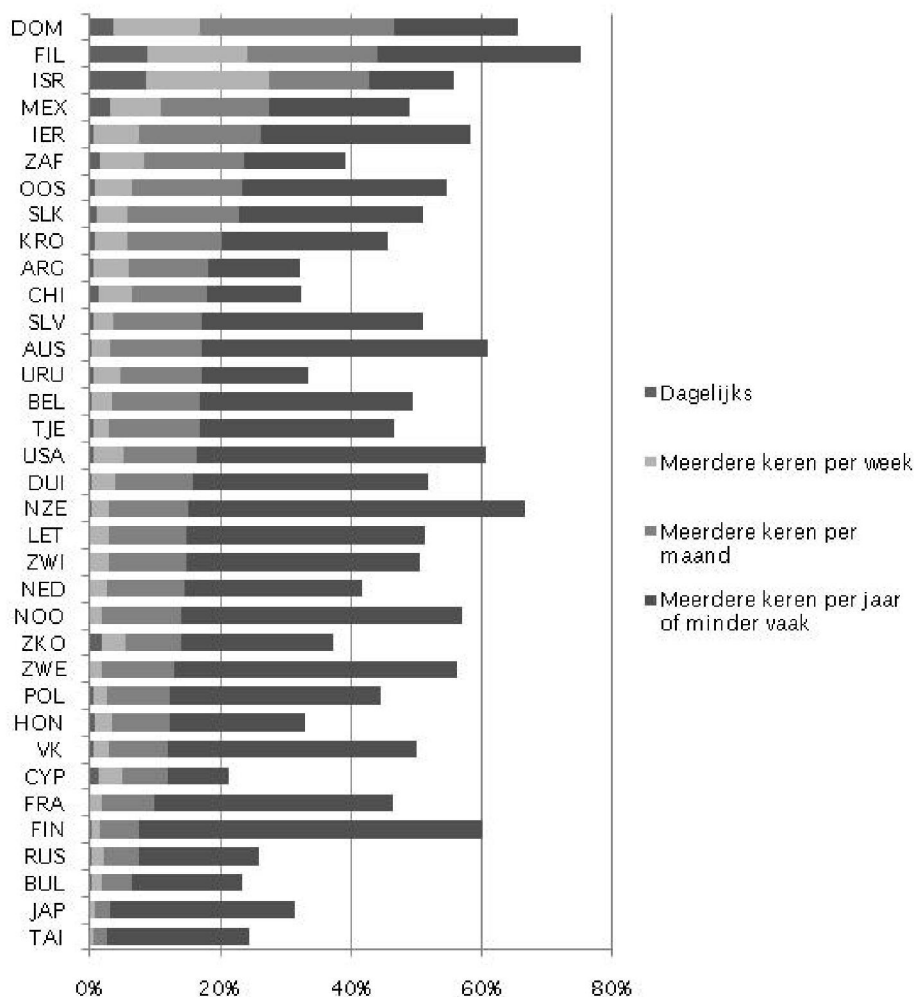
Bron: ISSP, Eigen bewerking

Opvallend is verder dat in landen waar er door veel mensen gekeken wordt naar sport op de televisie, er niet ook altijd door veel mensen gekeken wordt als bezoeker. Het verschil tussen het aantal mensen dat kijkt als bezoeker en het aantal mensen dat kijkt op de televisie is vooral groot in Kroatië en Slovenië, maar ook in enkele Aziatische landen. Anderzijds is het bezoeken van sportevenementen in vergelijking met het kijken op televisie juist erg populair in landen als de Filipijnen en Israel. Naar de oorzaken van deze verschillen kunnen we alleen maar gissen. Mogelijke factoren die in de keuze tussen het live beleven van sport als bezoeker of het thuis beleven voor de televisie een rol spelen zijn onder andere; de prijs van een toegangkaartje, de kwantiteit en kwaliteit van het aanbod op televisie, maar ook de geografische afstand tussen de woonplaats en de plaats waar de sportwedstrijd, waarin men geïnteresseerd is, plaats vindt (Stokvis, 2003).

Als er wat specifiek gekeken wordt naar de mensen die frequent (vaker dan 1 keer per maand) sportevenementen bezoeken (figuur 3.2), zien we dat in sommige landen, waar de omvang van de groep bezoekers groot is, ook de intensiteit van het bezoeken hoog is. In de Filipijnen en in de Dominicaanse Republiek bezoeken veel verschillende mensen sportevenementen en bovendien bezoekt van deze groep ook een groot deel vaker dan 1 keer per maand een sportevenement. Verder is met name in Israel het percentage mensen dat dagelijks of meerdere keren per week een sportevenement bezoekt opvallend hoog. Maar liefst 27 procent bezoekt vaker dan 1 keer per week een sportevenement. Echter, er zijn ook opvallend veel landen waar het percentage frequente bezoekers relatief veel lager is dan het percentage bezoekers dat hooguit enkele keren per jaar of minder een wedstrijd bezoekt. Voorbeelden hiervan zijn landen als Nieuw-Zeeland, de Verenigde Staten en de Scandinavische landen. Hoewel daar veel mensen soms een sportevenement bezoeken, doen maar weinig mensen dat vaker dan 1 keer per maand. Opvallend is dat het hier landen betreft die over het algemeen een zeer hoog ontwikkelingspeil hebben en daarnaast een bevolking met een hoge koopkracht. In de bijlage

zijn figuren opgenomen waarin het percentage mensen in een land dat respectievelijk soms en frequent een sportevenement bezoekt is uitgezet tegen de koopkrachtpariteit. De figuren lijken het verband te bevestigen en lijken aan te tonen dat een grotere koopkracht leidt tot meer mensen die soms een sportevenement bezoeken, maar minder mensen die meer frequent een sportevenement bezoeken.

Figuur 3.2 Bezoeken van sportevenementen naar intensiteit (percentages), aflopend gesorteerd op percentage frequente bezoekers



Bron: ISSP (2007), Eigen bewerking

3.2 Kijkersprofiel naar land

De vraag is nu welke achtergrondkenmerken bepalen dat iemand meer interesse heeft in het kijken naar sport en hoe die achtergrondkenmerken van de kijkers verschillen tussen landen onderling. In Nederland zagen we dat in de laatste decennia het bezoekersprofiel in het betaald voetbal veranderde. In plaats van de traditionele doelgroep die bestond uit voornamelijk mannen uit de lagere midden- en arbeidersklasse, verwelkomen voetbalstadions tegenwoordig steeds meer vrouwen en kinderen (SCP, 2008). Daarnaast nam ook het aandeel hoger opgeleiden toe. Derhalve kan geconcludeerd worden dat onder het voetbalpubliek in Nederland mensen van

meer verschillende sociale achtergronden te vinden zijn. In andere landen zijn er wellicht grotere verschillen in de achtergrondkenmerken van kijkers en niet-kijkers te vinden. In dit hoofdstuk zal gekeken worden in welke mate respectievelijk geslacht, opleidingsniveau, leeftijd en het zelf actief sporten invloed hebben op de interesse om naar sport te kijken.

3.2.1 Bezoeken naar achtergrondkenmerken

Uit tabel 3.1 kan worden opgemaakt dat in het algemeen meer mannen dan vrouwen sportevenementen bezoeken. Het verschil tussen mannen en vrouwen is voor de meeste landen ongeveer 20 procent. Nederland is hierin niet afwijkend. Van de Nederlandse mannen bezoekt 52 procent soms een sportevenement, terwijl slechts 32 procent van de vrouwen minimaal een paar keer per jaar of minder een sportevenement bezoekt. De verschillen tussen mannen en vrouwen zijn echter niet in alle landen even groot. Weliswaar geldt in alle landen dat meer mannen sportevenementen bezoeken dan vrouwen, opvallend klein zijn de verschillen in de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk. In deze landen zijn de verschillen tussen mannen en vrouwen respectievelijk slechts 8 en 5 procentpunten (zie bijlage). Veel groter zijn de verschillen in de Zuid-Amerikaanse landen, Kroatië en Slowakije. In deze landen vinden we ruim 30 procentpunten verschil tussen mannen en vrouwen. Regionaal kunnen clusters met relatief grotere verschillen gevonden worden in Zuid-Oost Europa, Oost-Europa en Zuid-Amerika.

Tabel 3.1 Bezoeken naar individuele kenmerken (Percentage dat minimaal een paar keer per jaar of minder vaak een sportevenement bezoekt)

		Nederland	Mimumum	Maximum	Gem.	
		%	%	Land	%	Land
Geslacht	<i>Mannen</i>	52	14	CYP	87	FIL
	<i>Vrouwen</i>	32	16	BUL	63	FIL
Sport	<i>Sporter</i>	46	23	CYP	91	FIL
	<i>Niet-Sporter</i>	28	14	ZKO	67	FIL
Opleiding	<i>Laag</i>	36	3	RUS	64	FIL
	<i>Midden</i>	45	18	CYP	76	FIL
	<i>Hoog</i>	44	21	CYP	82	FIL
Leeftijd	<i>18-30 jaar</i>	48	18	CYP	81	FIL
	<i>30-49 jaar</i>	46	19	CYP	80	NZE
	<i>50-70 jaar</i>	36	15	TAI	64	FIL

Bron: ISSP (2007), Eigen bewerking

Ook het verschil tussen niet sporters en sporters is duidelijk aanwezig. Tot de groep sporters worden gerekend; mensen die aangaven minimaal 12 keer per jaar aan sport te doen. Gemiddeld bezoekt 59 procent van de sporters soms een sportevenement tegenover 32 procent van de niet-sporters. Het verband tussen passief en actief deelnemen aan sport is eerder verwoord door Stokvis (2003). Hij stelde dat het deelnemen aan sport zorgt voor sportieve competenties, die tevens zorgen dat het kijken naar sport door mensen met grotere sportieve competenties meer geapprecieerd wordt. In Nederland is het verschil van 18 procentpunten tussen de sporters en niet-sporters relatief klein. Grotere verschillen worden gevonden in landen als Letland, Zuid-Afrika en Bulgarije (zie bijlage). Deze verschillen lijken verband te houden met het percentage sporters in een bepaald land. In de bijlage is een figuur opgenomen dat de negatieve relatie

tussen het percentage sporters in een bepaald land en het verschil in sportbezoekers tussen sporters en niet-sporters laat zien. Opvallend is dat naarmate er meer gesport wordt in een land, de verschillen tussen sporters en niet-sporters kleiner worden.

Als er gekeken wordt naar verschillen tussen mensen met verschillende niveaus van opleiding dan kan er in het algemeen gesteld worden dat een grotere groep hoger opgeleiden sportevenementen bezoekt en dat lager opgeleiden dat beduidend minder doen. Echter niet in alle landen is dit verschil even groot. In Nederland zijn de verschillen maar klein. 36 procent van de lager opgeleiden in Nederland bezoekt soms een sportevenement, terwijl van de hoger opgeleiden in Nederland 44 procent soms een sportevenement bezoekt. Het grootst zijn de verschillen in Zuid-Afrika (41 procentpunt) en Zuid-Korea (40 procentpunt). In Frankrijk is het verschil tussen lager en hoger opgeleiden met slechts 4 procentpunten verschil het kleinst. Frankrijk is hiermee representatief voor de West-Europese landen waar de verschillen in het algemeen klein zijn.

Tenslotte kan er worden geconcludeerd dat voor bijna alle landen geldt dat jongere mensen vaker sportevenementen bezoeken dan oudere mensen. Cyprus is hierop de enige uitzondering. Ook in Nederland is, hoewel de verschillen maar klein zijn, het bezoeken van sportevenementen populairder onder jongeren.

3.2.2 Kijken op televisie naar achtergrondkenmerken.

In Nederland kijkt 74 procent van de mannen naar sport op televisie, terwijl onder de vrouwen dat 56 procent is en waar het verschil tussen mannen en vrouwen in kijken naar sport als toeschouwer 20 procentpunten bedroeg, is dat voor het kijken naar de televisie 18 procentpunten. Daarmee verschillen mannen en vrouwen in Nederland in vergelijking met de andere landen relatief maar weinig en ook de meeste andere West-Europese buurlanden zijn de verschillen maar klein. In Zwitserland (15 procentpunten) en Slovenië (14 procentpunten) zijn de verschillen het kleinst, terwijl op Cyprus (56 procentpunten) en in Tsjechië (42 procentpunten) de verschillen het grootst zijn (zie bijlage). In vergelijking met het bezoeken van sportevenementen blijven de verschillen regionaal groot in Oost-Europa. Zowel Zuid-oost Europa als Zuid-Amerika laten voor het kijken op de televisie echter een ander beeld zien. De verschillen tussen mannen en vrouwen zijn hier veel kleiner.

Tabel 3.2 Kijken op televisie naar individuele kenmerken (percentage)

		Nederland	Mimumum	Maximum			Gem.
		%	%	Land	%	Land	%
Geslacht	<i>Mannen</i>	74	67	RUS	93	ZKO	84
	<i>Vrouwen</i>	56	42	BUL	77	SLK	60
Sport	<i>Sporter</i>	66	63	GB	90	CYP	76
	<i>Niet-Sporter</i>	59	44	CYP	80	SLV	63
Opleiding	<i>Laag</i>	71	29	BUL	84	SLV	64
	<i>Midden</i>	66	52	RUS	87	SLV	72
	<i>Hoog</i>	60	57	RUS	93	Z-AF	72
Leeftijd	<i>18-30 jaar</i>	70	53	BUL	86	KRO	73
	<i>30-49 jaar</i>	57	56	RUS	84	KRO	71
	<i>50-70 jaar</i>	69	45	CYP	84	SLV	69

Bron: ISSP (2007), Eigen bewerking

Zoals ook bleek uit de cijfers over het bezoeken van sportevenementen, zijn sporters meer geïnteresseerd in het kijken naar sport dan niet-sporters. Ook in de cijfers voor het kijken via de televisie, kan een bevestiging van de theorieën van Stokvis (2003) worden gevonden. Hoewel de verschillen minder groot zijn in vergelijking met het bezoeken, kijken sporters meer sport op de televisie dan niet-sporters. In Nederland is het verschil tussen beide, met 7 procentpunten verschil, wederom maar klein. Gemiddeld kijken 13 procent meer sporters naar sport op de televisie dan niet-sporters. Met 56 procentpunten verschil kan het grootste verschil gevonden worden in Cyprus, een land waarin überhaupt weinig gekeken wordt naar sport. Bovendien is het percentage sporters in Cyprus erg laag (Hover, Romijn & Breedveld, 2010, zie bijlage voor cijfers) en kan er een relatie gevonden worden met het aantal sporters in een land. Zoals ook bleek voor het bezoeken van sportevenementen, zijn de verschillen tussen sporters en niet-sporters voor het kijken naar sport groter in landen waar weinig gesport wordt (zie bijlage).

Wanneer we kijken naar mensen met verschillende niveaus van opleiding, valt op dat Nederland een, in vergelijking met de overige landen, afwijkend patroon laat zien. In Nederland kijken lager opgeleiden meer naar sport dan hoger opgeleiden, terwijl voor de meeste landen geldt dat hoger opgeleiden meer kijken. In landen als Zwitserland, Oostenrijk, Frankrijk, Slovenië en Duitsland kan een zelfde patroon worden gevonden, maar nergens kijken lager opgeleiden zoveel meer als in Nederland. Van de lager opgeleiden kijkt 71 procent naar sport op televisie, tegenover 60 procent van de hoger opgeleiden. Internationaal gezien zijn de verschillen maar klein en laten zij grotendeels een zelfde patroon zien als voor het bezoeken van sportevenementen.

Tenslotte laat Nederland ook een afwijkend beeld zien wat betreft het kijken naar sport in verschillende leeftijdscategorieën. In Nederland kijken vooral de ouderen (69%) en jongeren (70%) veel naar sport op televisie. Mensen van middelbare leeftijd kijken veel minder. Een zelfde patroon kan gevonden worden in bijvoorbeeld Argentinië en Duitsland, echter de verschillen beperken zich daar tot 5 procentpunten. In het algemeen zijn de verschillen in overige landen maar klein en kunnen de resultaten moeilijk gegeneraliseerd worden.

3.3 Kijken op televisie naar takken van sport

Naast cijfers over het bezoeken van sportevenementen en het kijken van sport op televisie, bevat de ISSP-data ook informatie over de soort sporten waar mensen het meest naar kijken op televisie. In deze paragraaf zal er derhalve aandacht besteedt worden aan de crossnationale verschillen in de interesse voor specifieke sporten. Hoewel het voetbal veruit de meest gekeken sport is en in bijna alle landen aanzienlijke aandacht krijgt (zie bijlage), valt op dat de populariteit van de overige sporten sterk geografisch varieert. In de literatuur zijn hier verschillende verklaringen voor te vinden. In het algemeen kan worden geconcludeerd dat de populariteit van het kijken naar sport zich na de komst van de radio en televisie langzaam is gaan verspreiden. Deze verspreiding vond plaats in een gekoloniseerde wereld. Deze koloniale invloeden zijn tevens terug te zien in de regionale verspreiding van specifieke sporten. Dikwijls werden takken van sport geëxporteerd van politiek en economisch dominante landen naar minder machtige en onderworpen landen (Kunnen, 2007). Daarnaast werd er in dit rapport al eerder gesproken over de invloed van sportieve competenties. De individuele beoefening van sport concentreert zich nog steeds in de meer ontwikkelde landen die van oudsher als koloniale machten hun invloed uitoefenden op de, in de meeste gevallen, minder ontwikkelde landen van nu. Het ontbreken van sportieve competenties in de onderworpen landen resulteert erin dat de interesse in sport meer toegespitst is op één of enkele sporten. De populariteit van het voetbal in Afrika, ondanks het ontbreken van een professionele competitie, is daar een goed voorbeeld van. Het voetbal, met Europa als bakermat, werd in Afrika geïntroduceerd door de koloniale machten en groeide uit tot een zeer populair volksvermaak (Kunnen, 2003).

Die zelfde sportieve competenties zorgen ervoor dat het aanbod van sport op televisie en de interesses in specifieke sporten in West-Europa over het algemeen meer gevarieerd is. Het beoefenen van een sport en het daardoor bezitten van sportieve competenties zorgt, nationaal gezien, voor een grotere interesse om naar meer diverse sporten te kijken (Stokvis, 2003). Verder heeft de kans op (nationaal) succes een grote invloed op de populariteit van een sport. Succesvolle sporters en sportploegen kunnen er voor zorgen dat, door het aanwakkeren van de nationaal chauvinistische gevoelens (Stokvis, 2003), de populariteit van het kijken naar specifieke sporten toeneemt. Goede voorbeelden hiervan zijn de populariteit van tennis in België, waar de Belgische Justine Henin en Kim Clijsters in de laatste jaren menige toernooizeges wisten te behalen, maar natuurlijk ook het schaatsen in Nederland en het Skiën in Noorwegen en Oostenrijk (tabel 3.3). De Belgische tennissters en bijvoorbeeld Sven Kramer in het Nederlandse schaatsen zijn verworden tot nationale sporthelden, die ervoor zorgen dat menig landgenoot hun verrichtingen intensief volgt.

Tabel 3.3 Top-10 meest bekeken sporten

	Gemiddeld	+++		++		+		NL
	%	%	Land	%	Land	%	Land	%
Voetbal	28	59	URU	55	CHI	53	ARG	33
Honkbal	7	67	DOM	43	TAI	31	JAP	-
Rugby	4	57	NZE	16	AUS	13	ZAF	-
Basketbal	4	45	FIL	12	ISR	12	USA	-
Skiën/snowboarden	3	33	NOO	25	OOS	18	SLK	1
Tennis	3	17	BEL	11	ZWI	10	CHI	7
(kunst-)Schaatsen	3	12	RUS	12	NED	8	LET	12
IJshockey	3	22	SLK	20	LET	18	TJE	-
Vechtsporten	2	23	FIL	7	HON	6	JAP	1
Motorsport	2	14	FIN	8	SLV	7	LET	2

Bron: ISSP (2007), Eigen bewerking

Bovenstaande tabel geeft een overzicht van de tien sporten waarnaar, in de 35 landen, het liefst gekeken wordt. Grote landen als India en China ontbreken in dit lijstje en de Europese landen zijn duidelijk oververtegenwoordigd, toch wordt voetbal in het algemeen gezien als de meest populaire sport ter wereld (Coakley, 2004). 28 procent van de mensen zegt het liefst naar voetbal te kijken op televisie. Bovendien kan er geconcludeerd worden dat de ‘voetbalgekte’ het grootst is in de Zuid-Amerikaanse landen. Bijna 60 procent kijkt naar voetbal in deze landen. Dat het voetbal niet overal voeten in de aarde heeft gekregen, blijkt onder andere uit de populariteit van basketbal op de Filippijnen en het rugby in Nieuw-Zeeland. Tenslotte is het honkbal opvallend populair in de Dominicaanse republiek en de Aziatische landen.

4. Epiloog

In dit rapport is er gekeken naar de aard en de omvang van het kijken naar sport vanuit een crossnationaal perspectief. De positie van Nederland, die in hoofdstuk 2 extra belicht is, is daarbij als uitgangspunt gebruikt en werd vergeleken met 34 andere landen. Daarnaast is het kijkgedrag van mensen met verschillende achtergrondkenmerken vergeleken en is er getracht een overzicht te geven van de sporten waar mensen het meest naar kijken. We hebben kunnen zien dat over het algemeen het bekijken van sport, op de televisie of als toeschouwer, voor veel mensen een zeer populaire vorm van vrijetijdsbesteding is. Hoewel de frequentie van het bezoeken zich in de meeste landen weliswaar beperkt tot enkele keren per jaar, kijkt het merendeel van de mensen naar sport op televisie. Bovendien, wanneer deze cijfers vergelijken met cijfers over actieve sportdeelname (zie bijlage), moeten we concluderen dat in de meeste landen de passieve deelname aan sport groter is dan de actieve deelname. Het transformatieproces binnen de sportwereld waarin de entertainmentfunctie van sport steeds groter is geworden, wordt in de literatuur over het algemeen aangeduid als de mediatisering van de sport (Kunnen, 2007). De relatie tussen sport, commercie en de media is binnen de literatuur dikwijls onderwerp van studie geweest (McChesney, 1989; Stokvis, 2003; Kunnen, 2004). Deze studies toonden aan dat de mediatisering de ontwikkeling van de sportwereld in de afgelopen decennia in grote mate heeft beïnvloed. Het streven van sportorganisaties om de sport aantrekkelijker te maken door middel van bijvoorbeeld wijzigingen in de spelregels is daarvan één van de meest evidente voorbeelden (Stokvis, 2003).

De vraag is echter wat de maatschappelijke belangstelling voor de sport zo heeft doen toenemen. Stokvis (2003) stelt dat de interesse in kijken naar sport, als vorm van vrijetijdsbesteding, gewekt wordt door zowel de segregerende als integrerende werking van sport. Chauvinistische gevoelens creëren een 'wij-tegen-zij' gevoel dat als plezierig wordt ervaren (Elias & Duning, 1986). Echter, misschien moet er geconcludeerd worden dat deze chauvinistische gevoelens in Nederland minder voedingsbodem vinden. Ook al lijkt het aantal volgers van sport groot, de Nederlander bezoekt relatief maar weinig sportevenementen en kijkt ook relatief weinig sport op televisie. Zelfs in vergelijking met zijn buurlanden, is het kijken naar sport in Nederland minder populair. De diversiteit van het kijkerspubliek is echter groot en de verschillen in de aantallen kijkers met verschillende achtergrondkenmerken zijn derhalve maar klein. Tenslotte kijken vooral opvallend weinig mensen van middelbare leeftijd naar sport op televisie in Nederland.

Meer in het algemeen valt op dat mannen veel meer geïnteresseerd zijn in het kijken naar sport dan vrouwen. Misschien niet verwonderlijk maar in vergelijking met mannen bezoeken 20 procent minder vrouwen sportevenementen. Tevens kijken ongeveer 20 procent minder vrouwen naar sport op televisie. Hoewel op het gebied van de actieve sportdeelname geconcludeerd kan worden dat de sport al lang geen (jonge) mannenbolwerk meer is (Stevens, 2004), geldt dit voor het bekijken van sport nog wel. Bovendien, als vrouwen wel naar sport kijken, wordt hun kijkgedrag in grote mate beïnvloed door de man in het huishouden (Stokvis, 2003). De discrepantie tussen mannen en vrouwen laat zich moeilijk verklaren. Echt problematisch is het ook geenszins, hoewel de mannelijke wens om naar sport te kijken in menig huishouden soms kan zorgen voor (kleine) conflicten. Crossnationaal kunnen we zien dat de verschillen niet in alle landen even groot zijn en er ook niet direct geconcludeerd kan worden dat grote verschillen in het kijken op televisie altijd samen gaan met grote verschillen in bezoeken. Een zelfde

conclusie kan getrokken worden voor verschillen tussen sporters en niet-sporters. Niet-sporters kijken beduidend minder, zowel als bezoekers en kijker op televisie. Opvallend is wel dat in landen waar weinig gesport wordt, de verschillen tussen sporters en niet-sporters groter zijn. Het wordt verondersteld dat sporters, dankzij grotere sportieve competenties, meer plezier beleven aan het kijken naar sport.

Naast sekseverschillen, zijn er tenslotte duidelijke regionale verschillen in het kijken naar sport. In Oost-Europa is er in het algemeen weinig aandacht voor zowel het bezoeken als het bekijken van sport op televisie. Rusland en Bulgarije zijn de uitschieters onder deze landen. In de Aziatische landen, met uitzondering van de Filippijnen, wordt over het algemeen veel gekeken naar sport op de televisie, echter het bezoeken gebeurt veel minder. In de Filippijnen en in Nieuw-Zeeland is zowel het bezoeken als het kijken erg populair. Ook is er gekeken naar de frequentie van het bezoeken. In landen waar veel mensen minimaal een paar keer per jaar of minder vaak sportevenementen bezoeken, bleek niet altijd het percentage mensen dat minimaal één keer per maand een sportevenement bezoekt ook hoog te zijn. In landen waar de koopkrachtpariteit hoog is, bezoeken relatief meer mensen soms een sportevenement, terwijl landen met een lagere koopkrachtpariteit relatief meer mensen frequent een evenement bezoeken.

Dit onderzoek heeft aangetoond dat sport in de meeste landen een zeer sterke entertainmentfunctie heeft en bovendien heeft het aangetoond dat er ook grote verschillen in de omvang en aard van het kijken naar sport te vinden zijn. Over de implicaties van deze verschillen kan echter weinig gezegd worden. Om te kunnen bepalen in hoeverre deze passieve beleving bijdraagt aan bijvoorbeeld gevoelens van nationale trots en burgerlijke betrokkenheid is verder onderzoek nodig. Op nationaal niveau vind dergelijk onderzoek al wel plaats, maar voor een crossnationale studie zijn data nodig met meer specifieke items. Informatie over de manier waarop het kijken naar sport beleefd wordt is wenselijk. Dit onderzoek was daarnaast erg beschrijvend van karakter. Om causale verbanden aan te tonen op zowel het nationale als individuele niveau, zijn echter andere methodes van analyse nodig. De beelden die geschetst zijn en de vragen die zijn opgeroepen in deze studie, vragen om een meer toetsende benadering. Het geneste karakter van de data zorgt ervoor dat het gebruik van hiërarchische lineaire modellen essentieel is bij een dergelijke benadering.

Literatuur

- Coakley, J.J. (2004) *Sports in Society: Issues and controversies*. St. Louis: Mosby
- Edlund, J. (2004). *An introduction to the International Social Survey Program (ISSP)*. Paper presentation ESPAnet 2004. Umeå: Umeå University.
- Elias, N. & Dunning, E. (1986) *Quest for excitement. Sport and leisure in the civilizing process*. Oxford: Blackwell.
- Ganzeboom, H.B.G. (2006). *ESS en ISSP in Nederland: een vergelijking* (www-document).
URL:
http://home.fsw.vu.nl/hbg_ganzeboom/Pdf/Ganzeboom_ESS&ISSP_%5bNSV2006%5d.pdf. Geraadpleegd op 23 augustus 2010.
- Hover, P., Romijn, D. & Breedveld, K. *Sportdeelname in crossnationaal perspectief*. 's-Hertogenbosch: W.J.H. Mulier Instituut.
- Kamphuis, C. & Dool, R. van den (2008). Volgers van de sport. In: Breedveld, K. en Tiessen Raaphorst, A. (red.). *Rapportage Sport 2008*. Den Haag: SCP.
- Kunnen, R. (2004) *De nieuwe sportwereld: De opkomst en ontwikkeling van de mediasport en het mediapubliek*. 's-Hertogenbosch: W.J.H. Mulier Instituut
- Kunnen, R. (2007) *Sporten om de kijkers: Mediatisering en de invloed van sportorganisaties op het kijkerspubliek*. 's-Hertogenbosch: W.J.H. Mulier Instituut
- Maassen, M. (1999) *Betaalde liefde. Voetbal, van volkssport to entertainment-industrie*. Nijmegen: Sun
- McChesney, R.W. (1989) Media made sport: A history of sports coverage in the United States. In: Wenner, L.A. *Media, Sports & Society*. London: Sage.
- Respons (2009) *Sport evenementen monitor*, Amsterdam
- Seippel, O. (2006) Sport and social capital. *Acta Sociologica*, 49, 2, 168-183.
- Stevens, T. (2004). Vroege Nederlandse sportgeschiedenis in vogelvlucht. In: P. Breuker & W. Joustra (red.), *Sporthistorie tussen feit en mythe*. Utrecht: Uitgeverij Noordhoek BV.
- Stokvis, R. (2003) *Sport, publiek en de media*. Amsterdam: Aksant

Bijlagen

Tabel gebruikte afkortingen voor landen

Afkorting	Land
ARG	Argentinië
AUS	Australië
BUL	Bulgarije
CHI	Chili
CYP	Cyprus
DOM	Dominicaanse Republiek
DUI	Duitsland
FIL	Filippijnen
FIN	Finland
FRA	Frankrijk
VK	Verenigd Koninkrijk
HON	Hongarije
IER	Ierland
ISR	Israel
JAP	Japan
KRO	Kroatië
LET	Letland
MEX	Mexico
NED	Nederland
NOO	Noorwegen
NZE	Nieuw-Zeeland
OOS	Oostenrijk
POL	Polen
RUS	Rusland
SLK	Slowakije
SLV	Slovenië
TAI	Taiwan
TSJ	Tsjechië
URU	Uruguay
BEL	België
VS	Verenigde Staten
ZKO	Zuid-Korea
ZWE	Zweden

Tabel Bezoeken naar land (percentages)

Land	Geslacht		Sporter		Opleidingsniveau			Leeftijd		
	Man	Vrouw	Niet	Wel	Laag	Midden	Hoog	18-30	30-49	50-79
VS	68	60	43	70	38	48	72	66	69	56
ARG	49	19	24	42	21	35	39	40	34	25
CHI	54	21	24	53	26	39	47	49	38	25
DOM	72	59	46	85	57	71	73	72	66	53
MEX	57	42	33	61	32	55	62	56	53	31
URU	57	25	25	51	24	39	49	44	38	26
VK	48	43	29	58	38	58	58	62	58	40
IER	62	48	42	66	34	56	67	67	62	48
OOS	65	45	39	61	39	56	58	66	66	36
BEL	70	41	37	59	40	49	56	57	59	38
FRA	58	38	34	52	43	50	47	52	51	42
DUI	63	42	32	59	44	60	57	74	60	38
NED	52	32	28	46	36	45	41	48	46	36
ZWI	60	40	31	52	35	52	49	62	56	38
FIN	73	51	48	65	54	63	66	70	70	52
NOO	66	50	43	60	53	57	59	59	67	47
ZWE	68	46	40	59	52	59	57	66	63	48
KRO	63	30	32	59	29	55	51	68	52	27
SLV	65	38	30	60	47	58	54	70	58	35
LET	64	42	25	73	28	58	53	76	58	30
BUL	38	16	15	57	8	25	37	40	30	17
TSJ	70	34	30	62	33	56	54	66	58	36
HON	44	23	23	44	20	36	39	49	38	21
POL	57	37	33	68	24	50	54	65	52	29
RUS	36	20	16	49	3	26	33	44	31	12
SLK	74	38	41	68	47	58	54	74	58	42
TAI	32	18	14	31	11	22	38	41	23	15
JAP	38	26	24	37	18	32	37	34	34	28
ZKO	49	27	20	44	10	32	50	56	41	20
FIL	86	63	67	91	64	76	82	81	76	64
AUS	68	55	46	64	43	60	64	68	68	54
NZE	81	61	59	74	57	75	75	74	80	60
ISR	74	35	45	64	49	57	55	60	56	51
CYP	14	29	21	23	32	18	21	19	19	28
ZAF	58	28	27	73	73	50	32	57	40	21

Bron: ISSP (2007), Eigen bewerking

Tabel Televisie kijken naar land (percentages)

Land	Geslacht		Sporter		Opleidingsniveau			Leeftijd		
	Man	Vrouw	Niet	Wel	Laag	Midden	Hoog	18-30	30-49	50-79
VS	84	60	68	77	45	73	76	68	79	71
ARG	90	66	67	76	66	73	72	67	73	75
CHI	89	58	68	80	65	76	79	80	73	68
DOM	90	73	75	87	75	84	88	82	82	77
MEX	82	54	55	76	55	69	76	73	67	56
URU	88	60	70	79	67	77	74	75	72	75
VK	76	49	56	64	54	65	64	63	61	61
IER	90	65	66	82	76	77	78	78	77	78
OOS	80	65	61	77	80	70	74	68	73	75
BEL	79	59	64	73	67	70	68	71	67	70
FRA	78	57	60	70	71	70	62	67	65	70
DUI	80	60	62	73	71	70	68	70	66	73
NED	75	56	59	67	70	67	59	72	57	69
ZWI	87	71	78	78	82	80	72	86	76	78
FIN	84	66	72	75	76	74	76	69	77	75
NOO	86	66	70	76	78	77	73	67	73	80
ZWE	84	68	68	77	79	75	74	68	73	79
KRO	92	75	78	87	77	86	83	86	84	80
SLV	91	77	80	85	84	87	73	85	81	84
LET	87	50	55	73	56	63	68	67	71	58
BUL	76	41	54	68	32	58	65	55	60	58
TSJ	87	44	48	73	52	67	75	68	66	62
HON	81	52	53	79	52	70	70	72	68	60
POL	89	67	70	90	64	81	80	85	80	71
RUS	68	46	51	68	44	54	60	61	57	52
SLK	83	60	64	77	64	73	75	72	71	71
TAI	78	54	57	71	45	69	74	73	70	56
JAP	86	69	74	80	74	77	79	67	80	79
ZKO	93	73	70	87	60	84	88	88	86	73
FIL	85	62	68	86	55	78	84	81	74	64
AUS	83	66	70	74	67	73	75	67	73	75
NZE	88	71	77	81	79	82	79	70	81	83
ISR	74	38	47	64	52	61	54	55	59	56
CYP	83	28	44	90	44	58	60	62	58	45
ZAF	85	67	69	88	62	83	90	83	75	65

Bron: ISSP (2007), Eigen bewerking

Tabel Sporters & Niet-sporter, Kijken en bezoeken (percentages)

Land	Sporter (min. 1x per maand)	Kijkt sport op tv (niet-sporters)	Kijkt sport op tv (sporters)	Bezoekt soms (niet-sporters)	Bezoekt soms (sporters)
VS	76	68	77	43	70
ARG	46	67	76	24	42
CHI	45	68	80	24	53
DOM	50	75	87	46	85
MEX	56	55	76	33	61
URU	41	70	79	25	51
VK	78	56	64	29	58
IER	70	66	82	42	66
OOS	72	61	77	39	61
BEL	56	64	73	37	59
FRA	75	60	70	34	52
DUI	74	62	73	32	59
NED	77	59	67	28	46
ZWI	85	78	78	31	52
FIN	84	72	75	48	65
NOO	82	70	76	43	60
ZWE	85	68	77	40	59
KRO	52	78	87	32	59
SLV	71	80	85	30	60
LET	55	55	73	25	73
BUL	27	54	68	15	57
TSJ	67	48	73	30	62
HON	46	53	79	23	44
POL	38	70	90	33	68
RUS	34	51	68	16	49
SLK	53	64	77	41	68
TAI	66	57	71	14	31
JAP	56	74	80	24	37
ZKO	72	70	87	20	44
FIL	31	68	86	67	91
AUS	80	70	74	46	64
NZE	85	77	81	59	74
ISR	57	47	64	45	64
CYP	24	44	90	21	23
ZAF	34	69	88	27	73

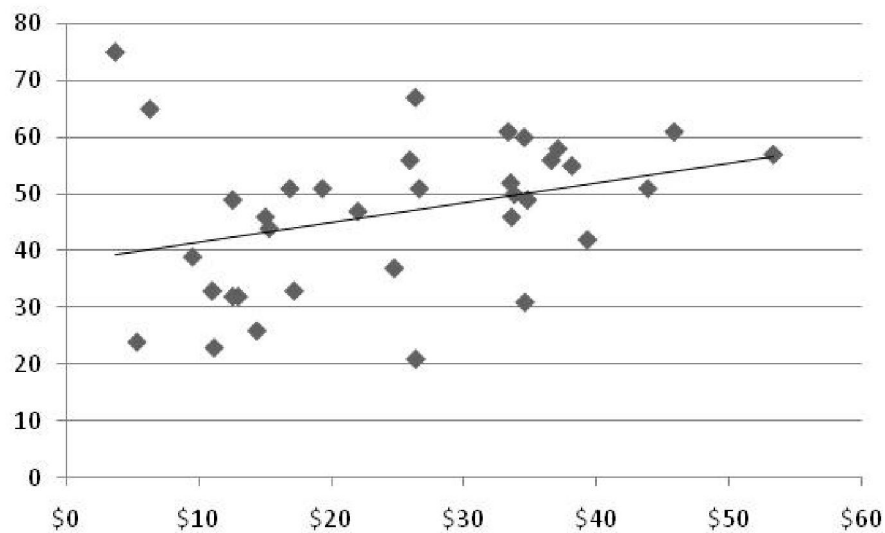
Bron: ISSP (2007), Eigen bewerking

Tabel Meest populaire sporten op televisie (percentage)

Land	Voetbal	Honkbal	Rugby	Basketbal	Skiën/snowb	Tennis	Schaatsen	Ijshockey	Vechtsport	Motor-sport	overige
VS	7	7	4	11	-	2	1	3	1	6	8
ARG	53	-	1	3	-	4	1	-	3	3	4
CHI	55	-	-	1	-	10	-	-	1	1	4
DOM	1	67	-	6	-	1	-	-	-	-	6
MEX	46	2	-	4	-	1	1	-	4	-	6
URU	59	-	-	3	-	2	-	-	2	3	5
VK	33	-	8	-	-	3	-	-	1	6	5
IER	30	-	9	-	-	3	-	-	2	2	30
OOS	28	-	-	1	25	3	1	1	1	4	7
BEL	27	-	-	1	-	17	1	-	-	4	19
FRA	30	-	14	-	1	5	3	-	-	4	8
DUI	40	-	-	-	3	2	1	-	3	5	13
NED	33	-	-	-	-	7	12	-	1	2	10
ZWI	29	-	-	-	10	11	3	5	2	5	7
FIN	9	-	-	-	9	1	-	16	1	14	8
NOO	26	-	-	-	33	-	-	-	1	3	12
ZWE	21	-	-	-	15	1	2	13	1	2	11
KRO	52	-	-	3	3	5	4	-	3	3	9
SLV	25	-	-	10	18	2	3	1	1	18	11
LET	10	-	-	5	1	3	7	19	2	1	9
BUL	34	-	-	1	3	1	5	-	2	3	11
TSJ	26	-	-	-	2	3	5	18	1	2	5
HON	26	-	-	1	-	2	3	1	7	-	18
POL	34	-	-	2	13	-	5	1	5	13	15
RUS	21	-	-	1	1	1	12	4	6	1	9
SLK	26	-	-	-	1	5	6	21	2	1	6
TAI	1	43	-	9	-	1	1	-	1	-	8
JAP	13	31	-	-	-	1	5	-	6	-	18
ZKO	50	18	-	2	-	1	-	-	3	-	7
FIL	-	-	-	45	-	-	-	-	23	-	5
AUS	4	-	16	-	-	7	-	-	-	-	36
NZE	4	-	57	-	-	1	-	-	1	-	9
ISR	35	-	-	12	-	1	1	-	1	-	4
CYP	45	-	-	2	-	4	-	-	-	-	1
ZAF	46	-	13	-	-	1	-	-	2	-	4

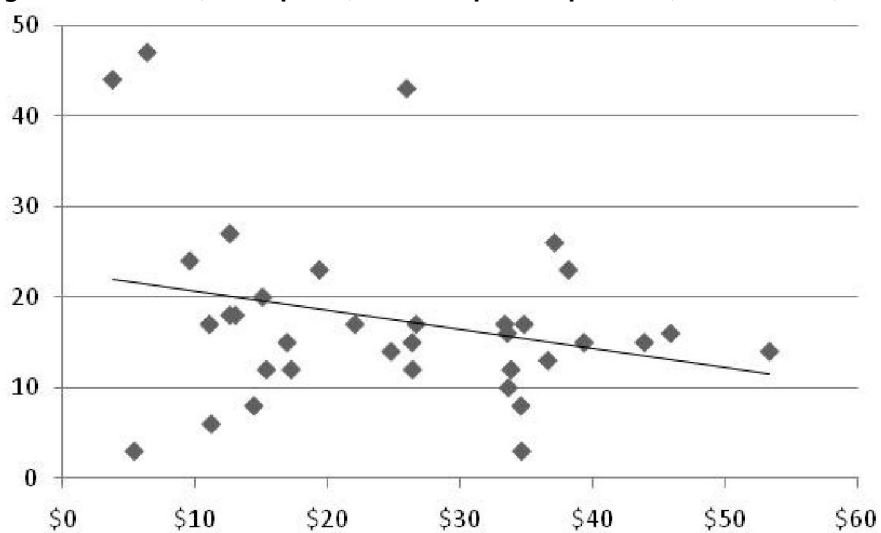
Bron: ISSP (2007), Eigen bewerking

Figuur Bezoeken (% 'soms') naar koopkrachtpariteit (in duizenden)



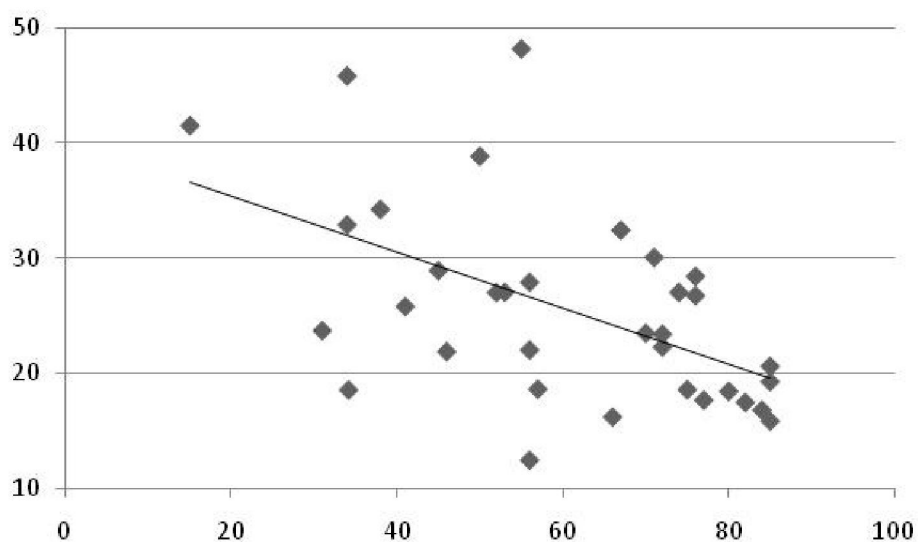
Bron: ISSP (2007), Eigen bewerking

Figuur Bezoeken (% 'frequent') naar koopkrachtpariteit (in duizenden)



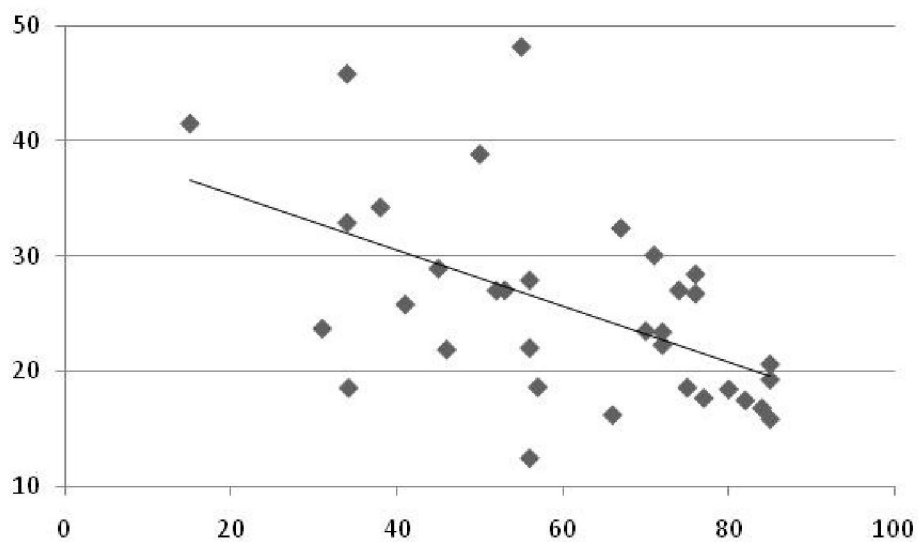
Bron: ISSP (2007), Eigen bewerking

Figuur Verschil 'soms' bezoeken tussen sporters en niet-sporters (%) naar percentage sporters (%)



Bron: ISSP (2007), Eigen bewerking

Figuur Verschil sport kijken op televisie tussen sporters en niet-sporters (%) naar percentage sporters (%)



Bron: ISSP (2007), Eigen bewerking