

Sandra Beekhoven & Frits van Wel

Jongeren en nieuwsmedia

Uit een onderzoek onder 356 jongeren naar hun interesses en hun oriëntatie op (nieuws)media blijkt dat jongeren redelijk breed geïnteresseerd zijn, maar dat ze zich over weinig zaken echt zorgen maken.

Hoewel ze zich geen wereldburger voelen ('mondiale identiteit'), is er van onverschilligheid tegenover het wereldgebeuren geen sprake ('mondiale betrokkenheid').

Een als gefragmenteerd en zwartgallig ervaren wereldbeeld in de media hangt negatief samen met hun mondiale en politieke betrokkenheid. Politieke interesses/zorgen gaan gepaard met een oriëntatie op andere mediagenres dan interesses/zorgen op relationeel gebied.

Inleiding

'De huidige generatie jongeren zou een generatie zijn die verwend en lui is, in zichzelf gekeerd en zonder enige maatschappelijke en politieke interesse en affiniteit. Zij zou zich drukker maken om houseparty's, relaties en *The bold and the beautiful*, dan om een goed boek of de uitslag van de Tweede Kamer-verkiezingen. (...)

Jongeren lijken zich nauwelijks te bekommeren om maatschappelijke problemen en ontwikkelingen, maar maken zich slechts zorgen om hun eigen hachie.' Dat stelde de Studentengroep Sociale Wetenschappen van de Universiteit Utrecht in een folder voor een actualiteitenforum *Een verloren generatie: over lifestyle en lamelndigheid* (9-11-1995). Zijn hedendaagse jongeren exponenten van een apolitieke 'generatie Nix', van een 'bold-and-beautiful-generatie' die alleen voor liefde en relaties warmloopt, of is deze typering de zoveelste modieuze karikatuur van jongeren?

Volgens Inglehart heeft de Nederlandse samenleving zich de laatste decennia in een richting ontwikkeld waarin postmaterialistische waarden van subjectief welzijn en levensgeluk hoog in het vaandel staan, ook in vergelijking met andere landen (Inglehart & Carballo, 1997). Postmaterialistische waarden duiden op een progressief waardencomplex tout court (Meeus, 1986, 1990): op zowel economische en politieke progressiviteit (medezeggenschap, maatschappijkritiek) als op culturele progressiviteit (een moderne levensstijl van individuele ontplooiing en 'hogere' genoegens). Uit ander onderzoek onder jongeren blijkt echter dat economische en culturele opvattingen niet in dezelfde conservatieve of progressieve richting hoeven te wijzen (Raaijmakers, 1993). De opvattingen van de huidige generatie jongeren bewegen zich economisch in conservatieve richting (zoals over inkomensnivellering, sociaal-economische gelijkheid, inspraak) en cultureel in progressieve richting (zoals over emancipatie van vrouwen, alternatieve samenlevingsvormen, vrijheid van meningsuiting). Daarbij sluiten jongeren aan bij trends in de wereld der volwassenen. De jongere generatie kan volgens Raaijmakers (1993) een 'seismograaf-functie' worden toegedicht, omdat zij het meest ex-

Mw. drs. Sandra Beekhoven is socioloog en bursaal bij de Faculteit der Pedagogische en Onderwijskundige Wetenschappen van de Universiteit van Amsterdam. **Dr. Frits van Wel** is cultuurpsycholoog en -socioloog en als universitair docent werkzaam bij de vakgroep Algemene Sociale Wetenschappen van de Universiteit Utrecht. Correspondentieadres: vakgroep Algemene Sociale Wetenschappen, Heidelberglaan 2, 3584 CS Utrecht, tel. +30 253 4648, fax +30 253 4733, e-mail f.vanwel@fsw.ruu.nl.

treem reageert op reeds in gang gezette veranderingen in opvattingen.

In bestaand jeugdonderzoek wordt geen verband gelegd tussen de opvattingen over politiek en maatschappij van jongeren en hun relatie tot de (nieuws)media, de moderne fourageurs van beelden en verhalen over de hele wereld. Zo blijkt uit het *Scholierenonderzoek 1994* (De Zwart & Warnaar, 1995) dat scholieren milieuvervuiling als veruit het belangrijkste maatschappelijke probleem ervaren (vóór werkloosheid, criminaliteit, 'te veel buitenlanders', racisme, aids en drugs), zonder dat duidelijk wordt in welke mate de media hun probleembewustzijn beïnvloeden.

De huidige nieuwsmedia spreken Nederlandse jongeren niet erg aan; slechts één op de vijf adolescenten heeft een brede belangstelling voor de *informatiecultuur*, een interesse die sterker is bij oudere en hoog opgeleide adolescenten dan bij jongere en laag opgeleide adolescenten (Van Wel, 1993). Met informatiecultuur wordt het geheel aan informatieve en nieuwsgerichte media bedoeld, zoals krant, journaal, documentaires, praatprogramma's, actualiteitenrubrieken en opiniebladen. De nieuwsmedia mogen onder jongeren impopulair zijn, ze worden er gewild of ongewild dagelijks mee geconfronteerd. Hun gebruik en beleving van nieuwsmedia zal hun wereldbeeld, hun mondiale oriëntatie, hoe dan ook beïnvloeden. Over de richting van deze beïnvloeding lopen de meningen uiteen. In het onderzoek dat we hier presenteren hebben we de pessimistische visie van Postman (1986) geconfronteerd met het optimistische geluid van McLuhan (1962, 1964; zie ook McLuhan & Powers, 1989).

Volgens Postman wordt het televisienieuws te snel, te oppervlakkig en te gefragmenteerd gebracht, waardoor het alleen nog amusementswaarde heeft. Een stortvloed van verbrokkelde, zwartgallige nieuwsbeelden leidt naar zijn zeggen niet tot *mondiale betrokkenheid* maar tot afstomping, omdat alles – van aardbevingen tot massamoorden – wordt gepresenteerd als puur vermaak en iedereen verdrinkt in een zee van trivialiteit. McLuhan sprak daarentegen met zijn klassiek geworden 'global village prophecy' de verwachting uit dat mensen geïnvolveerd raken bij de wereldgebeurtenissen op hun beeldscherm. Dank zij de media zou de hele wereld één groot dorp worden en zouden de mensen een *mondiale identiteit* als wereldburger ontwikkelen. Dit idee van een wereldwijde 'locus of identity' treffen we ook aan in onderzoek naar de geografische reikwijdte van informatie-interesse (Eisenga & Peters, 1989; Vergeer, 1993; Van Schuur & Sanders, 1997): kosmopolieten zouden in tegenstelling tot lokalisten over de grenzen van hun directe woonomgeving heen kijken en meer interesse hebben voor wat er in het land en in de rest van de wereld gebeurt.

In dit artikel presenteren we een onderzoek naar de interesses van jongeren in relatie tot de nieuwsmedia. We hebben ons ten eerste afgevraagd hoeveel belangstelling jongeren hebben voor allerlei maat-

schappelijke vraagstukken of levensvragen. Maken ze zich over veel zaken zorgen of gaan ze onbekommerd door het leven? Gaat hun belangstelling voor het relationele domein wel ten koste van hun politieke interesse?

Ten tweede zijn we nagegaan of het wereldbeeld van de huidige jongeren kan worden getypeerd als dat van een 'multimedia-generatie' (Bonfadelli, 1993); voelen ze zich een wereldburger (mondiale identiteit) en zijn ze betrokken bij het wereldgebeuren (mondiale betrokkenheid)? De 'global village prophecy' van McLuhan verwijst naar het groeiende *gebruik* van informatieculturele kanalen.

Uitgaande van zijn gedachtengang kan de hypothese worden geformuleerd dat jongeren een sterkere mondiale identiteit hebben – een gevoel wereldburger te zijn, de wereld als één groot dorp, één familie ervaren – naarmate ze zich meer oriënteren op de huidige informatiestroom over gebeurtenissen waar ook ter wereld. De polemische stellingen van Postman strekken zich uit tot de *beleving* van nieuwsmedia (de zwartgallige *inhoud* en de gefragmenteerde *vorm* van nieuwsberichten). In het voetspoor van Postman kan de hypothese worden geformuleerd dat jongeren weinig betrokken zijn bij het wereldgebeuren; ze zullen dat nog minder zijn als ze het nieuws als zwartgallig ervaren en naarmate ze minder wijs kunnen worden uit de brij van nieuwsberichten.

Ten derde onderzoeken we in hoeverre interesses en zorgen van jongeren op het politieke terrein en in de relationele levenssfeer samenhangen met hun oriëntatie op de (nieuws)media, hun mondiale identiteit en betrokkenheid. Deze interesses en zorgen kunnen zich ook langs andere kanalen ontwikkelen dan die van de media; ze kunnen leeftijdsgebonden zijn, deel uitmaken van een jongens- of meisjescultuur, typerend zijn voor 'nadenkende types' (wie plezier ontleent aan cognitieve inspanningen is wellicht meer in politieke zaken geïnteresseerd). Om dit te onderzoeken zijn naast de media andere variabelen bij de analyse betrokken, zoals leeftijd, sekse, geloof, politieke opstelling en een reflexieve houding (een 'neiging tot nadenken').

Methode van onderzoek

Aan het onderzoek naar nieuwsmedia hebben in 1995 356 jongeren (45% jongens en 55% meisjes) meegewerkt, met een gemiddelde leeftijd van 15 jaar. Het betreft leerlingen uit het algemeen voortgezet onderwijs van drie scholengemeenschappen, die tijdens een lesuur een vragenlijst hebben ingevuld. Bij deze groep jongeren is gestreefd naar een differentiatie in leeftijd en opleidingsniveau: de responsgroep bestaat uit 183 tweedeklassers en 173 vierdeklassers; 230 jongeren zitten op MAVO / HAVO-niveau en 107 op VWO-niveau (om de tweedeklassers te kunnen indelen is gevraagd naar welk schooltype ze denken te gaan).

De vragenlijst bevatte de volgende meetinstrumenten:

1 Achtergrondvragen

Naast geslacht, leeftijd en opleiding is de jongeren gevraagd of ze gelovig zijn en of ze zouden willen stemmen en zo ja, op welke politieke partij.

2 Neiging tot nadenken

Deze bestaande schaal meet de tendens van het individu om cognitieve inspanningen te verrichten en daarin plezier te hebben (Pieters, 1987; Cacioppo & Petty, 1982). Er is gewerkt met een verkorte versie van elf uitspraken (Cronbachs alfa = .80; de antwoorden op de uitspraken van deze schaal – en van die onder 5 en 6 – variëren van 1 = zeer mee oneens, tot 5 = zeer mee eens). Voorbeelden van schaalitems: 'Ik heb liever een ingewikkeld dan een simpel probleem'; 'Ik denk alleen zoveel als nodig'.

3 Mediagebruik

Gevraagd is hoeveel keer men het televisiejournaal ziet, kijkt naar een actualiteitenprogramma en de krant leest (variërend van 0-7 keer per week). Ook is gevraagd hoeveel keer men per dag het radio-nieuws hoort.

4 Interesse in nieuwsmedia

Aan de hand van verschillende soorten media hebben de jongeren aangegeven in hoeverre deze hen aanspreken (variërend van 1 = spreekt totaal niet aan, tot 5 = spreekt zeer aan). Negen items blijken een schaal *interesse in informatiecultuur* te vormen (vgl. Van Wel, 1993): krant, journaal en jeugdjournaal, opiniebladen, actualiteitenrubrieken, informatieve/praktische boeken, informatieve programma's/documentaires, films en boeken gebaseerd op waar gebeurde feiten, politiek-culturele films (Cronbachs alfa = .74). Daarnaast is door middel van telkens een item de interesse gemeten in 'emotie-tv' (programma's over liefde, relaties) en 'reality-tv' (programma's waarin politiek, brandweer of ambulance worden gevolgd).

5 Het wereldbeeld van de media

Dit is via twee schalen onderzocht:

- a *Gefragmenteerd wereldbeeld media*. Deze schaal meet in hoeverre het nieuws in de media wordt ervaren als onsamenhangend, verwarrend, onbegrijpelijk, te complex en als niet te volgen door het hoge tempo (acht uitspraken; Cronbachs alfa = .85). Voorbeelden van schaalitems: 'Het nieuws is door het hoge tempo niet te volgen'; 'Nieuwsberichten over politiek zijn onbegrijpelijk'.
- b *Zwartgallig wereldbeeld media*. Deze schaal gaat na in hoeverre jongeren vinden dat de media alles van de negatieve kant bekijken, de wereld afschilderen als een chaos of één groot zootje, als alleen maar ellende (vijf uitspraken; Cronbachs alfa = .72). Voorbeelden van schaalitems: 'De media schilderen de wereld af als één groot zootje'; 'Als je de kranten gelooft, is er alleen maar ellende in de wereld'; 'Nieuws is slecht nieuws'.

6 De mondiale oriëntatie van jongeren

Dit is aan de hand van twee schalen onderzocht:

- a *Mondiale identiteit*. De jongeren gaven aan in hoeverre ze zich een wereldburger voelen, de wereld als één groot dorp ervaren, alle mensen als één grote familie zien, zich verbonden voelen met en verantwoordelijk voelen voor mensen uit allerlei culturen (vijf uitspraken; Cronbachs alfa = .69). Voorbeelden van schaalitems: 'De wereld is één groot dorp'; 'Ik voel me een wereldburger'.
- b *Mondiale betrokkenheid*. Deze schaal meet de geïnvolveerdheid van jongeren bij het wereldgebeuren (op cognitief, emotioneel en handelingsniveau): willen ze van de toestand in de wereld op de hoogte zijn, weten wat er allemaal mis is in de wereld, maken ze zich druk over de ellende in de wereld, laat het hen koud, kan het hen allemaal niets schelen, of denken jongeren iets aan de wereldproblemen te kunnen doen (acht uitspraken; Cronbachs alfa = .84). Voorbeelden van schaalitems: 'Wat er elders in de wereld gebeurt... het kan mij allemaal niets schelen'; 'Je hebt er weinig aan te piekeren over erge dingen die zich in de wereld afspeelen, wat gebeurt, gebeurt'.

7 Interesses en bezorgdheid

- Op achttien gebieden (zie tabel 1) is onderzocht in hoeverre jongeren geïnteresseerd (variërend van 1 = totaal niet geïnteresseerd, tot 5 = zeer geïnteresseerd) en bezorgd zijn (variërend van 1 = nooit, tot 5 = altijd). Vijf gebieden liggen op politiek en drie op relationeel vlak:
- a *Politiek*: politieke verhoudingen, racisme/fascisme/neonazisme, oorlogen, godsdienstconflicten, kloof arme en rijke landen (schaal *politieke interesse*: Cronbachs alfa = .68; schaal *politieke bezorgdheid*: Cronbachs alfa = .77).
- b *Relationeel*: lief en leed tussen mensen, psychische problemen en persoonlijke verhalen van mensen (schaal *interesse in relaties*: Cronbachs alfa = .68; schaal *bezorgdheid over relaties*: Cronbachs alfa = .83).

Resultaten

Interesses en bezorgdheid van jongeren

We zijn aan de hand van achttien onderwerpen nagegaan waarin de onderzochte jongeren geïnteresseerd zijn en waarop hun mogelijke bezorgdheid zich richt. Uit tabel 1 blijkt dat men in een breed scala van onderwerpen geïnteresseerd is (gemiddelde > 3). Meisjes tonen belangstelling voor veertien en jongens voor twaalf van de achttien hen voorgelegde thema's. Oorlogen, rampen en techniek en wetenschap spreken – behoorlijk stereotiep – jongens het meeste aan en ook meer dan meisjes. Meisjes zijn op hun beurt in niet minder dan acht onderwerpen meer geïnteresseerd dan jongens (in onderwerpen op het relationele vlak, in zaken die jongeren raken als aids en veilig vrijen, onderwijs en studiefinanciering, en in sociale kwesties zoals sociale voorzieningen). Het onderwerp aids en veilig vrijen raakt hen het meest.

TABEL 1 Interesses en bezorgdheid van jongeren¹.

Onderwerpen	Interesse		Bezorgdheid	
	jongens	meisjes	jongens	meisjes
Lief en leed tussen mensen	2,7	< 3,3	1,9	< 2,6
Persoonlijke verhalen van mensen	3,0	< 3,9	2,1	< 2,9
Psychische problemen van mensen	2,7	< 3,4	1,9	< 2,7
Oorlogen	3,8	> 3,3	2,6	2,5
Politieke verhoudingen	2,4	2,3	1,8	1,7
Racisme, fascisme, neonazisme	3,7	3,8	3,0	3,0
Godsdienstconflicten	2,8	2,8	2,0	2,0
Kloof arme en rijke landen	3,1	< 3,4	2,4	2,5
Criminaliteit	3,7	3,7	2,9	2,8
Werkeloosheid	3,2	3,3	2,7	2,6
Sociale voorzieningen	3,2	< 3,5	2,4	2,5
Onderwijs en studiefinanciering	3,1	< 3,5	2,5	< 2,8
Aids en veilig vrijen	3,7	< 4,0	3,0	3,2
Discussies over jongeren	3,4	< 3,8	2,4	< 2,8
Milieuvervuiling	3,5	3,6	2,9	2,8
Rampen	4,0	> 3,7	2,9	2,8
Techniek en wetenschap	3,8	> 2,6	2,8	> 1,8
Overbevolking	2,7	2,8	2,2	2,1

¹ > of <: significant verschil tussen jongens en meisjes (t-test, $p < .05$).

Naarmate jongeren meer geïnteresseerd zijn in een bepaald onderwerp, is hun bezorgdheid daarover hoger (alle correlaties tussen interesse en bezorgdheid hangen op ieder gebied significant positief samen). Maar die bezorgdheid volgt hun interesse op gepaste afstand; kijken we naar de gemiddelde scores, dan constateren we dat de redelijke brede belangstelling van de onderzochte jongeren niet gepaard gaat met een grote bezorgdheid op al deze gebieden. Alleen aids en veilig vrijen scoort bij meisjes boven het schaal midden.

Meisjes tonen zich bij vijf onderwerpen wat minder onbezorgd dan jongens, vooral op het relationele gebied; jongens maken zich alleen over techniek en wetenschap meer ongerust dan meisjes.

De achttien interessegebieden hangen in de regel positief met elkaar samen (een minderheid hangt niet met elkaar samen); alleen de interesse voor techniek wijkt af van dit patroon en hangt negatief samen met relationele onderwerpen. Bezorgdheid op het ene gebied gaat vrijwel altijd hand in hand met bezorgdheid op andere gebieden. Ook belangstelling en bezorgdheid voor relationele zaken blijken niet ten koste te gaan van politieke belangstelling en bezorgdheid (correlatie schalen *relationele* en *politieke interesse*: Pearsons $r = .18$, $p < .001$; schalen *relationele* en *politieke bezorgdheid*: Pearsons $r = .40$, $p < .001$). Al met al doen deze jongeren het beeld oprijzen van een betrekkelijk onbekommerde maar tamelijk breed geïnteresseerde groep.

Een mondiale identiteit en betrokkenheid?

De onderzochte jongeren komen redelijk frequent met de nieuwsmedia in aanraking. Het radionieuws horen ze gemiddeld tweemaal per dag. Het televisiejournaal zien jongens meer dan meisjes (wekelijks 5 keer tegenover meisjes 3.7), evenals actualiteitenprogramma's (wekelijks 2.4 keer en meisjes 1.4); ook de krant lezen jongens vaker (wekelijks 4.4 keer en meisjes 3.1 keer; de verschillen zijn getoetst met de t-toets, $p < .05$).

Alvorens de interesses en zorgen van de jongeren te relateren aan hun oriëntatie op de (nieuws)media, gaan we na in hoeverre ze zich bij de hedendaagse stortvloed van nieuwsbeelden wereldwijd identificeren (*mondiale identiteit*) en in hoeverre ze zich het lot van mensen elders op de wereld aantrekken (*mondiale betrokkenheid*).

Van een *mondiale identiteit* blijkt onder hen nauwelijks sprake te zijn; slechts één op de zes scoort boven het midden van de schaal mondiale identiteit ($M = 2.5$). De instemming met de schaal *mondiale betrokkenheid* is evenwel hoog: 85% van de jongeren scoort hier boven het schaal midden ($M = 3.7$). Beide schalen hangen positief met elkaar samen (Pearsons $r = .32$, $p < .001$).

TABEL 2 **Mondiale identiteit en mondiale betrokkenheid (correlaties)¹.**

Variabelen	Mondiale identiteit	Mondiale betrokkenheid
Sekse	.02	-.02
Leeftijd	-.07	-.03
Opleidingsniveau	-.03	.05
Geloof	.18*	.17*
Politiek stemmen	.02	.08
Neiging tot nadenken	.18*	.26*
<i>Mediagebruik:</i>		
Frequentie krant	-.06	.03
Frequentie journaal	.11	.29**
Frequentie actualiteitenrubrieken	.05	.16*
<i>Media-interesse:</i>		
Informatiecultuur	.18*	.36**
'Emotie-tv'	.01	-.05
'Reality-tv'	-.05	.04
<i>Mediabeleving:</i>		
Gefragmenteerd wereldbeeld media	-.12	-.34**
Zwartgallig wereldbeeld media	-.14	-.28**

¹ * $p < .01$; ** $p < .001$

Zowel mondiale identiteit als mondiale betrokkenheid blijken sa-

men te hangen met interesse in informatiecultuur, geloof en 'neiging tot nadenken' (tabel 2). Een sterkere mondiale betrokkenheid gaat ook gepaard met het frequenter kijken naar journaal en actualiteitenrubrieken. Naarmate het wereldbeeld van de media meer als gefragmenteerd en zwartgallig wordt ervaren, is hun mondiale betrokkenheid evenwel lager. Zowel op de schaal 'gefragmenteerd wereldbeeld media' als op de schaal 'zwartgallig wereldbeeld media' scoort ongeveer één op de drie jongeren boven het schaal midden. Een brede interesse voor de negen informatiebronnen die onder informatiecultuur vallen bestaat er niet ($M = 2.7$; 29% van de jongeren scoort boven het schaal midden). Deze interesse is wel hoger bij oudere dan bij jongere adolescenten (Pearsons $r = .18$, $p < .05$).

TABEL 3 **Interesse en bezorgheid op relationeel en politiek gebied (correlaties)¹.**

Variabelen	Relationele interesse	Relationele bezorgdheid	Politieke interesse	Politieke bezorgdheid
Sekse	.47**	.39**	.06	-.04
Leeftijd	.09	.03	.06	-.02
Opleidingsniveau	-.07	-.13	-.03	-.01
Geloof	-.04	-.06	.10	.13
Politiek stemmen	-.09	.00	.20*	.27**
Neiging tot nadenken	.04	.12	.35**	.35**
<i>Mondiale oriëntatie:</i>				
Mondiale identiteit	.13	.08	.25**	.24**
Mondiale betrokkenheid	.10	.14	.48**	.46**
<i>Mediagebruik:</i>				
Frequentie krant	-.15	-.20**	.07	-.03
Frequentie journaal	-.23**	-.17*	.27**	.20*
Frequentie actualiteitenrubrieken	.01	.04	.16*	.19*
<i>Media-interesse:</i>				
Informatiecultuur	.08	.11	.44**	.42**
'Emotie-tv'	.50**	.35**	-.08	-.11
'Reality-tv'	.16*	.10	-.11	-.12
<i>Mediabeleving:</i>				
Gefragmenteerd wereldbeeld media	.08	.09	-.42**	-.29**
Zwartgallig wereldbeeld media	.01	.09	-.25**	-.10

¹ * $p < .01$; ** $p < .001$.

Relationele en politieke interesse en bezorgdheid: samenhangen

Hoe hangen de interesses en bezorgdheid van de jongeren nu samen met hun oriëntatie op de (nieuws)media, hun mondiale identiteit en betrokkenheid? We concentreren ons voor deze analyse op die onderwerpen die bleken te liggen op het domein van *relaties* en het domein van het *politieke*.

De correlaties van tabel 3 maken duidelijk dat de *relationele* interesse en bezorgdheid bij meisjes hoger zijn dan bij jongens en dat deze vooral gepaard gaan met belangstelling voor 'emotie-tv'. Naarmate jongeren meer warmlopen voor het relationele domein, kijken ze minder naar het journaal en spreekt 'reality-tv' hen meer aan; als ze hierover meer bezorgd zijn, dan kijken ze niet alleen minder naar het journaal maar lezen ze ook minder de krant.

Politieke interesse en bezorgdheid worden onderhouden door een mondiale identiteit en betrokkenheid. Naarmate jongeren politiek meer geïnvolveerd zijn, weten ze ook beter op welke partij ze zouden willen stemmen en hebben ze een sterkere 'neiging tot nadenken'. Kijken we naar de mediavariabelen, dan tonen politiek meer geïnteresseerde en bezorgde jongeren meer interesse voor de informatiecultuur en zien ze meer het journaal en actualiteitenprogramma's. Ze hebben het gevoel het wereldgebeuren in de media beter te begrijpen en als minder gefragmenteerd te ervaren dan jongeren die weinig van politiek moeten hebben of zich er weinig zorgen om maken. Politieke desinteresse wordt geschraagd door een als zwartgallig ervaren wereldbeeld van de media.

Conclusie en discussie

De onderzochte jongeren tonen zich redelijk breed geïnteresseerd maar ze maken zich over weinig zaken echt zorgen. De verschillende interesses van hen sluiten elkaar niet uit; zo gaan politieke en relationele belangstelling niet ten koste van elkaar. Blijkens ons onderzoek sluiten de interesses en zorgen van deze 'multimedia-generatie' (Bonfadelli, 1993) aan bij hun belangstelling voor bepaalde media-genres of -kanalen: zoals 'emotie-tv' en 'reality-tv' voor het relationele domein en de informatiecultuur voor het politieke domein; jongeren met meer politieke interesse kijken bijvoorbeeld meer naar journaal en actualiteitenrubrieken.

Ons onderzoek biedt geen steun aan de optimistische verwachtingen van McLuhan en zijn 'global village prophecy': de onderzochte jongeren hebben duidelijk niet het gevoel te leven in een 'global village', ze voelen zich bepaald geen wereldburger. 'Globalization' als effect van de media lijkt vooralsnog een mythe (vgl. Ferguson, 1992). Dat wil nog niet zeggen dat alles wat ver van hun bed ligt jongeren koud laat; van onverschilligheid tegenover het wereldgebeuren is geen sprake. De meerderheid van de jongeren ervaart het wereldbeeld in de media niet als gefragmenteerd en zwartgallig. Ook de

sombere beweringen van Postman vinden weinig steun. Het ongelijk van McLuhan impliceert derhalve niet het gelijk van Postman: jongeren blijken betrokken bij de ellende en problemen in andere werelddelen zonder verschillen in culturele identiteit uit te vlakken; dus zonder dat ze zich als wereldburgers met iedereen vereenzelvigen. Hun mondiale betrokkenheid drukt zich niet uit in een mondiale identiteit.

Jongeren mogen weinig enthousiast zijn over nieuwsmedia, ze sluiten zich in overgrote meerderheid niet af voor het wereldnieuws. Ons onderzoek biedt wel steun aan de gedachte van Postman dat een als gefragmenteerd en zwartgallig ervaren wereldbeeld in de media hand in hand gaat met een lage mondiale en politieke betrokkenheid. Nieuwsberichten dienen begrijpelijker en leuker (met niet louter 'slecht-nieuws'-onderwerpen) te worden gepresenteerd, willen grote groepen jongeren niet voortijdig wegzappen. Maar geldt dat ook niet voor volwassenen?

Literatuur

- Bonfadelli, H.** (1993). Adolescent media use in a changing media environment. *European Journal of Communication*, 8, 225-256.
- Cacioppo, J., & Petty, R.** (1982). The need for cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 116-131.
- Eisinga, R., & Peters, J.** (1989). Lokalisten en kosmopolieten: een typologische beschrijving. *Sociale Wetenschappen*, 32, 31-61.
- Ferguson, M.** (1992). The mythology about globalization. *European Journal of Communication*, 7, 69-53.
- Inglehart, R., & Caballo, M.** (1997). Does Latin America exist? (And is there a Confucian culture?): A global analysis of cross-cultural differences. *Political Science & Politics*, 30, 34-47.
- McLuhan, M.** (1962). *The Gutenberg Galaxy*. New York: McGraw-Hill.
- McLuhan, M.** (1964). *Understanding media*. New York: McGraw-Hill.
- McLuhan, M., & Powers, B.** (1989). *The global village*. New York: Oxford University Press.
- Meeus, W.** (1986). De twee gezichten van het jeugdige conservatisme. In M. Matthijssen, W. Meeus & F. van Wel (red.), *Beelden van jeugd. Leefwereld, beleid, onderzoek* (pp. 109-127). Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Meeus, W.** (1990). Over jeugd, burgerlijkheid en conservatisme. Kanttekeningen bij Jeugd '87 en '89. *Comenius*, 10, 518-527.
- Pieters, G.** (1987). 'Neiging tot nadenken': samenhang met beredeneerd gedrag. *Nederlands Tijdschrift voor de Psychologie*, 42, 62-70.
- Postman, N.** (1986). *Wij amuseren ons kapot. De geestdodende werking van de beeldbuis*. Houten: Het Wereldvenster.
- Raaijmakers, Q.** (1993). Opvattingen over politiek en maatschappij. In W. Meeus & H. 't Hart (red.), *Jongeren in Nederland* (pp. 106-131). Amersfoort: Acco.
- Van Schuur, W., & Sanders, K.** (1997). De noorderlingen: identiteit en vertrouwen. Paper NSV Marktdag Sociologie Utrecht.
- Van Wel, F.** (1993). Een cultuurkloof tussen de generaties? Cultuurstijlen onder jongeren en hun persoonlijke netwerk. *Boekmancahier*, 5, 306-327.
- Vergeer, M.** (1993). De doden van ver. Geografische reikwijdte van informatie-interesse en het gebruik van lokale media. *Massacommunicatie*, 21, 102-119.
- Zwart, R., & Warnaar, M.** (1995). *Scholierenonderzoek 1994*. Den Haag: NIBUD.