L. d'Haenens & F. Saeys (red.) (1996)

Media en Multiculturalisme in Vlaanderen

Gent: Academia Press
ISBN 90 382 0102 8; prijs ƒ 45,00/Bfr. 835; 186 pagina's

De vakgroep Communicatiewetenschappen van de Rijks Universiteit Gent heeft tussen 1992 en 1995 in samenwerking met de publieke omroep in België een aantal onderzoeken gedaan rond het brede thema media, multiculturalisme en migranten in Vlaanderen. De onderzoeksverslagen zijn in dit boek gebundeld. Het bestaat uit drie delen. Deel een bevat twee literatuurstudies, waarvan de eerste zich vooral richt op media-inhouden en de tweede op mediabeleid. In het volgende deel wordt onderzoek naar het mediagebruik van Turkse en Marokkaanse migranten in Vlaanderen gerapporteerd. Deel drie bevat onderzoeken naar de inhoud van respectievelijk de Vlaamse pers, de tv-journaals en het overige aanbod van de publieke omroep. Vervolgens wordt beknopt verslag gedaan van de resultaten van een workshop gericht op het ontwikkelen van ideeën.
Zoals deze opsomming al laat zien hebben de onderzoekers hun terrein breed gedefinieerd. De bundel heeft ook duidelijk het karakter van een eerste verkenningsvlucht over het uitgezette gebied. Die levert een aardige collectie gegevens op, maar sticht bij de lezer ook herhaaldelijk verwarring. Dat komt onder meer doordat bepaalde kernbegrippen – zoals multiculturalisme – door verschillende auteurs verschillend worden uitgelegd en geoperationaliseerd, en men vergeefs zoekt naar een verantwoording of zelfs maar een signalering van die verschillen. In bepaalde gevallen is dat echt een gemis. Zo hebben de auteurs die het tv-aanbod onderzochten ook programma's in hun categorie 'multicultureel' opgenomen als daarin mensen met een andere dan blanke huidkleur voorkwamen. Het gevolg is dat een optreden van Michael Jackson of een speech van een Japanse minister nu onder de noemer multicultureel komt te vallen. Op die basis wordt dan geteld met welke frequentie mensen van verschillende rassen (moeilijk scoren, lijkt me dat!) op de Vlaamse tv verschijnen, en welke rol ze daar spelen. Dit voert ons wel heel ver weg van de Belgische samenleving, waarop de andere analyses zich richten.

Nuttiger informatie geven de twee onderzoeken[1] naar het mediagebruik van Turken en Marokkanen in Vlaanderen. Het eerste vergelijkt het kijkgedrag en de voorkeuren van ouderen en jongeren, en van vrouwen en mannen, uit beide groepen. Vervolgens worden in het tweede onderzoek Turkse en Marokkaanse scholieren met hun Vlaamse klasgenoten binnen dezelfde scholengemeenschap vergeleken. Zowel de overeenkomsten als de verschillen zijn interessant. Zo blijken de oudere mensen over de hele linie meer gericht op nieuws, en de jongere meer op muziek en entertainment. Vrouwen kijken veel films en series, en mannen kijken veel sport. Dit is een patroon dat men momenteel overal vindt. Turken kijken meer tv dan Marokkanen en autochtonen; datzelfde vond men in Nederland. Maar dit onderzoek vergelijkt ook de kijkfrequenties van scholieren binnen een en hetzelfde schooltype, en dan blijken de verschillen goeddeels weg te vallen. Hoe zwaarder de opleiding, hoe minder tijd men doorbrengt voor de buis. Dit klinkt misschien triviaal, maar dat is het niet. Het laat weer eens zien hoe belangrijk het is om de sociale context te betrekken in de bestudering van allerlei groepsverschillen.
Neem nu het kijken naar tv-programma's uit en over het geboorteland van de ouders. In de periode dat dit onderzoek werd uitgevoerd (1991-1992), bezat nog maar veertien tot twintig procent van de ondervraagden een schotelantenne. Bovendien waren er nog niet zoveel Turkse commerciële tv-kanalen als nu. De Turkse jongeren in de

studie kijken weliswaar geregeld met hun ouders naar TRT (de Turkse publieke omroep die kennelijk ook in Vlaanderen op de kabel zat), maar ze beleven er weinig lol aan. Ten eerste speelt Turkije in hun leven een kleinere rol dan in dat van hun ouders, en ten tweede zijn de programmering en de aankleding van TRT niet echt van deze tijd. Maar voor de ouders is dit contact met Turkije enorm belangrijk – ook al omdat velen nauwelijks Nederlands verstaan – dus voor de kinderen mede daardoor ook. Het is een beetje afzien voor een goed doel. Maar dan komen er ineens Turkse zenders in de lucht die óók voor jongeren leuk zijn om naar te kijken: Show TV, STAR TV – de namen zeggen het al. Ze zijn én Turks, én Veronica-achtig, zodat beide generaties er plezier aan kunnen beleven. Geen wonder dus dat van dit aanbod zo massaal gebruik wordt gemaakt. Wat overigens niet wil zeggen dat de jongeren niet nog gretiger kijken naar wat hier in Nederland, in Vlaanderen en in Amerika wordt geproduceerd.[2] Dat doen ze, hoewel ze tegelijkertijd van oordeel zijn dat zijzelf door de Vlaamse media niet getoond en beschreven worden 'zoals we echt zijn'. Het is te weinig, te stereotiep, te negatief en te oppervlakkig menen zij.
In het derde deel van de bundel worden grepen uit het Vlaamse media-aanbod geanalyseerd. Het tv-onderzoek is zoals gezegd wat moeilijk te interpreteren, omdat kleurverschillen overal ter wereld daarin zijn meegenomen. Het onderzoek bij de dagbladen heeft een meer conventionele opzet. Het richtte zich op negen Vlaamse kranten, waaruit gedurende ruim een week alle berichten die betrekking hadden op 'allochtonen en aanverwante thema's' werden verzameld. Het ging hier om een analyse van de routineberichtgeving; later werd ook nog eens een aantal dagen crisisberichtgeving – naar aanleiding van de gebeurtenissen in het Duitse Solingen – verzameld en geanalyseerd. Geteld werd hoe vaak verschillende onderwerpen in de context van de geselecteerde berichten ter sprake kwamen. Het resultaat bevestigt wat zowel de auteur (zie eerste voetnoot) als de eerder ondervraagde allochtonen al vermoedden: in maar liefst 38 procent van de berichten en artikelen is criminaliteit een thema, zij het lang niet altijd een hoofdthema. Daar tegenover staan nul berichten waarin wetenschap en nul waarin religie een onderwerp zijn. Deze cijfers spreken voor zichzelf. Het aardige is echter dat de auteur van dit stuk ook even naar de maandagse sportpagina's heeft gekeken. Daar trof hij enkele berichten die binnen zijn onderwerp vielen en wat opvalt, schrijft hij, is 'dat de allochtone sportlui in eerst instantie als sportmensen worden voorgesteld. Vooral hun verdiensten op sportief vlak worden in de verf gezet. In de marge van het artikel, meestal slechts als detail, wordt ingegaan op eventuele aanpassingsproblemen of op het zich al dan niet thuisvoelen in België'. Het is een interessant detail, dat terecht wat extra wordt belicht. Op sportgebied kan er blijkbaar al beter geconcurreerd worden, en wie scoort komt in de krant. Inmiddels zijn er ook andere voorbeelden. Zo werd in 1997 de gesluierde studente Nabela Benaissa, dochter van een Marokkaanse gastarbeider en oudere zus van een van de slachtoffers van Dutroux, tot Brusselse vrouw van het jaar gekozen na een optreden dat in heel België bewondering wekte.

Het boek besluit met wat zinnige aanbevelingen aan de pers en een klein steekproefje om te zien of journalisten in 1995 al wat zorgvuldiger te werk gingen dan drie jaar daarvoor. De resultaten geven de indruk, zo melden de redacteuren, 'dat in ieder geval een aantal individuele journalisten bewust omgaat met deze materie'. Goed dat het gebeurt, en goed dat het er staat. Over journalisten wordt soms ook te stereotiep gedacht.

Noten

1 Door P. de Aguirre, G. Riebbels, F. Saeys en L. Staes (eerste onderzoek), en W. de Sutter en F. Saeys (scholieren). De literatuurstudies zijn van Bart

Crombez (media-inhouden) en D. Voorhoof (beleid). De inhoudsanalyse op de kranten is van L. Staes. De tv-analyses zijn van L. d'Haenens (journaals) en L. d'Haenens en A. Soens (totaalaanbod).

2 Zie bijvoorbeeld het in opdracht van de dienst Kijk- en Luisteronderzoek van de NOS door bureau Veldkamp verrichte Media-onderzoek Etnische Groepen 1995.
Bovenaan de favorietenlijst van jongens en meisjes uit beide groepen staat *Beverley Hills 90210*. Verder zijn *Married with Children*, *Buren* en *De Kampioenen* populair. Een in mei 1997 gehouden enquête op een grote Amsterdamse scholengemeenschap leverde sterk verwante 'top-vijf'-lijstjes op voor Marokkaanse, Turkse en Nederlandse leerlingen. Het populairst bij al deze groepen bleek *Goede Tijden Slechte Tijden*. Verder waren *Melrose Place*, *Studio Sport*, *Over de rooie* en NOW TV populair bij alle groepen. Door Turkse leerlingen werd echter het Turkse show-programma *Televole* op een eervolle vijfde plaats gezet.

Marisca Milikowski, ASCOR *en* IMES*,*
Universiteit van Amsterdam