

BIB
-COMMUN
WETENS

30(2)

2002

Tijdschrift voor Communicatiewetenschap

Jaargang 30/2002 nr 2

Boom Tijdschriften

Tijdschrift voor Communicatiewetenschap richt zich op het signaleren en registreren van ontwikkelingen binnen de communicatiewetenschap en haar verwante wetenschapsgebieden (journalistiek, de toepassingsgebieden van de communicatiewetenschap, film- en televisiewetenschap, de communicatieve aspecten van informatie- en communicatietechnologie) in Nederland en Vlaanderen. Als zodanig biedt het tijdschrift een platform voor degenen die in onderzoek of beschouwing belangwekkende informatie willen publiceren over het wetenschapsgebied om een bijdrage te leveren aan discussie binnen en ontwikkeling van de communicatiewetenschap. Ieder artikel wordt gereviseerd door twee onafhankelijke beoordelaars.

Verschijnt vier keer per jaar. Een van de vier uitgaven betreft een themanummer.

Werkredactie

dr. Hilde Van den Bulck (UA, Communicatiewetenschap); dr. Mark Deuze (ASCOR); dr. Hans van Driel (UvT, Media en cultuur); dr. Jan Gutteling (UT, Toegepaste communicatiewetenschap, redactiesecretaris); dr. Leen d'Haens (KUN, Communicatiewetenschap); dr. Frank Huysmans (Sociaal Cultureel Planbureau); dr. Patrick Vyncke (UG, Communicatiewetenschap)

Redactieraad

dr. Leo Van Audenhove (TNO, VUB, Communicatiewetenschap); drs. Hermineke van Bockmeere (TNO); dr. Harry Bouwman (TU Delft); prof.dr. José van Dijk (UvA); dr. Wim Elving (UvA, Communicatiewetenschap); dr. Willem Hesling (KUL, Communicatiewetenschap); prof.dr. Carel Jansen (KUN, Bedrijfscommunicatie); prof.dr. Jan Kleinnijenhuis (VU, Communicatiewetenschap); drs. Coen van der Linden (School voor communicatiemanagement Utrecht, LOCO); prof.dr. Peter Neijens (UvA, Communicatiewetenschap); prof.dr. Gisela Redeker (RUG, Communicatie- en informatiewetenschappen); dr. Betteke van Ruler (VU, Communicatiewetenschap); prof.dr. Frieda Saeyns (UG, Communicatiewetenschap); prof.dr. Erwin Seydel (UT, Toegepaste communicatiewetenschap); dr. Katia Segers (VUB, Communicatiewetenschap); prof.dr. Patti Valkenburg (UvA, Communicatiewetenschap); dr. Ben Warner (Nederlandse Gasunie); prof.dr. Cees van Woerkum (LUW)

Redactiesecretariaat

Dr. Jan Gutteling, Toegepaste Communicatiewetenschap Faculteit WMW – Universiteit Twente / Postbus 217, 7500 AE Enschede / tel. (053) 4893290 / fax (053) 4894259 / e-mail: J.M.Gutteling@wmw.utwente.nl

Richtlijnen voor auteurs op aanvraag bij het redactiesecretariaat.

Boeken ter review kunnen worden aangeboden aan:

Dr. Frank Huysmans, Sociaal en cultureel Planbureau, Postbus 16164, 2500 BD Den Haag.

Uitgever

Uitgeverij Boom BV, Carola Hageman, Prinsengracht 747-751, 1017 JX Amsterdam, tel. (020) 5200126, chageman@uitgeverijboom.nl, www.uitgeverijboom.nl

Administratie

Voor abonnementen en losse nummers wende men zich tot het adres van de uitgeverij te Meppel: Uitgeverij Boom, Postbus 400, 7940 AK Meppel; tel. (0522) 237555. Advertentie-exploitatie: Michiel Klaasen, tel. (020) 5200122.

Nieuwe abonnementen: abonnementen kunnen op elk gewenst tijdstip ingaan. Voor het resterende deel van het jaar wordt een evenredig gedeelte van de abonnementsprijs in rekening gebracht. Nieuwe abonnementen kunnen schriftelijk of telefonisch worden opgegeven.

Adreswijziging: bij wijziging van naam en/of adres verzoeken wij u een gewijzigd plakadres toe te zenden aan de abonnementen administratie.

Beëindiging abonnement: abonnementen kunnen schriftelijk tot uiterlijk 1 december van het lopende abonnementsjaar worden opgezegd. Bij niet-tijdige opzegging wordt het abonnement automatisch voor een jaar verlengd.

Betaling: gebruik voor uw betalingen bij voorkeur de te ontvangen stortings/acceptgirokaart. Dit vergemakkelijkt de administratieve verwerking.

: voor particulieren € 80,-; voor instellingen € 135,-; voor studenten € 45,-; los nummer € 20,40.

Richtlijnen voor auteurs

Richtlijnen voor het schrijven van artikelen worden op verzoek toegezonden door de redactiesecretaris.

Auteursrecht voorbehouden

Niets uit deze uitgave mag zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever worden openbaar gemaakt of verveelvoudigd.

ISSN 1384-6930

Inhoud

- 2 **Redactioneel**
Gevoeligheden rond etnische en culturele identiteit: de rol van de media

Artikelen

- 5 *Els Dragt, Ard Heuvelman, Erik Lohmann & Menno de Jong*
Media en etnische publieksgroepen in Nederland
Het aanbod en het gebruik van media
- 26 *Susan Bink*
Allochtonenbladen in Nederland: een nieuwe markt?
- 38 *Cindy van Summeren & Leen d'Haenens*
Determinanten voor bezit en gebruik van nieuwe media door allochtone jongeren in Nederland
- 56 *Ilse Devroe & Frieda Saeyns*
Allochtonen en aanverwante thema's in de Vlaamse pers
- 77 *Marielle de Lange & Leen d'Haenens*
Het beeld van asielzoekers in Nederlandse regionale kranten
- 95 *Mark Deuze*
Allochtone journalisten in Nederland
- 105 **Aankondiging**

Redactioneel

Gevoeligheden rond etnische en culturele identiteit: de rol van de media

'The active democratic role of the mass media in society can be influenced by a number of factors. The way the mass media represent, focus and give voice to different actors and incidents in society could have the unintentional result of strengthening racist discourse instead of fighting against it. Mass media reporting is especially sensitive when it comes to ethnic, cultural and religious relations in our society.'

Beate Winkler in J. ter Wal (red.) (2002). *Racism and Cultural Diversity in the Mass Media*. Wenen: EUMC.

De jongste tijd is alle media-aandacht toegespitst op het conflict in het Midden-Oosten. Ook in de westerse wereld steeg de spanning tussen de Joodse en de Arabische gemeenschap. De berichtgeving hierover illustreert echter nogmaals de behoefte aan een genuanceerde kijk op de werkelijkheid, waarin ruimte is voor een gedifferentieerde beeldvorming over etniciteit, cultuur en religie. Ook in Nederland en Vlaanderen staat het maatschappelijk belang van een correcte en genuanceerde beeldvorming over allochtonen buiten kijf. Thans is het aantal niet-westerse allochtonen in Nederland gegroeid tot 1,5 miljoen. Hiermee komt het aandeel niet-westerse allochtonen op ruim 9% van de Nederlandse bevolking. De Turken, Marokkanen, Surinamers en Antillianen/Arubanen vormen de numeriek grootste groepen niet-westerse allochtonen in Nederland. Een gelijkaardige verhouding treffen we aan in België met ruim 900.000 buitenlanders op 10 miljoen inwoners. Behalve uit de andere EU-landen zijn de meeste immigranten ook hier afkomstig uit Marokko en Turkije, gevolgd door Zaïrezen en andere

Afrikanen. In Vlaanderen ligt het relatieve aantal allochtonen met 300.000 op 6 miljoen inwoners iets lager dan in Brussel en Wallonië. Turken en Marokkanen zijn elk ongeveer evenredig vertegenwoordigd met een kleine 50.000.

Hoewel dit themanummer vooral gericht is op de numeriek belangrijkste groepen allochtonen in Nederland en Vlaanderen, met name de Turken en de Marokkanen, is er in een aantal bijdragen toch oog voor kleinere, meer afgebakende groepen: allochtone jongeren in de leeftijd van 12 tot 19 jaar (Van Summeren & d'Haenens) en asielzoekers (De Lange & d'Haenens). Bovendien wordt niet alleen aandacht besteed aan de socio-demografische verscheidenheid (bijvoorbeeld leeftijd, geslacht, socio-economische status en origine) binnen de allochtone gemeenschap, maar ook aan hun zogenaamde etnisch-culturele positie (Van Summeren & d'Haenens) of, zoals onder meer aanbevolen door Dragt et al., aan hun niveau van integratie.

Deze bundel is opgebouwd vanuit drie invalshoeken: mediareceptie, media-inhoud en media-productie. Het eerste deel (receptie) gaat in op vragen in verband met de rol en betekenis van media (lokale vs. globale media; oude vs. nieuwe media) en media-inhouden voor etnische minderheden in Nederland.

In een eerste reeks bijdragen worden etnische minderheden bestudeerd vanuit hun hoedanigheid als mediagebruikers met specifieke voorkeuren en smaken, als betekenisgevers van de media. Media worden gezien als hulpmiddel om bepaalde behoeften te bevredigen. Media, inclusief de nieuwe media, bieden immers de mogelijkheid om door middel van processen zoals

representatie, identificatie en interactie de zoektocht naar een authentieke identiteit te begeleiden, of een identiteitscrisis te bestrijden. Dragt et al. maken een inventaris van het media-aanbod voor allochtonen in Nederland en gaan in op het tweesporige mediagebruik (eigentlich naast Nederlandstalig aanbod) en parallel hieraan, op de tweezijdige informatiebehoefte van allochtonen. Bink beperkt zich tot de printmedia gericht op allochtone lezers, en brengt de behoeften, wensen en graad van tevredenheid van de lezers ten aanzien van de *Allochtonenkrant* en de *Weekkrant Suriname* in kaart. In de bijdrage van Van Summeren & d'Haenens staan Turkse, Marokkaanse en Surinaamse jongeren centraal. Het gaat hier met andere woorden om jongeren, opgroeiend in een socialiserende omgeving bestaande uit ten minste twee etnische groepen (bijvoorbeeld de Nederlandse naast de Turkse). Hierdoor zal hun identiteitszoektocht of identiteitscrisis in potentie verschillen van die waarin autochtone leeftijdsgenoten terecht kunnen komen. De auteurs gaan na in welke mate cultuurspecifieke eigenschappen, naast de gangbare socio-demografische kenmerken, determinanten zijn voor het mediabezit, het mediagebruik en de attitude ten aanzien van media bij allochtone jongeren. Allochtone jongeren worden beschouwd als behorend tot potentiële risicogroepen in de kennismaatschappij.

De tweede invalshoek is die van de etnische minderheidsgroep als inhoud van de media. Aan de hand van systematische inhoudsanalyse (Devroe & Saeys) en frameanalyse (De Lange & d'Haenens) werd onderzocht in welke mate en op welke wijze etnische minderheden voorkomen in Nederlandse en Vlaamse kranten. In de Vlaamse studie werden recente resultaten getoetst aan een onderzoek uit 1993, dat aanleiding gaf tot het ontwikkelen van aanbevelingen voor de berichtgeving over etnische minderheden (AVBB, 1994). De bijdrage van De Lange & d'Haenens bestudeert het beeld in regionale kranten van asielzoekers en van de inplanting van asielzoekerscentra. De bestudeerde regio's vormen elkaars tegengestelden: ze zijn gekozen in functie van de uiteenlopende reacties (van negatief naar neutraal/positief) van de buurtbewoners ten aanzien van asielzoekers en asielzoekerscentra.

Het derde perspectief waarin de link tussen media en etnische minderheden naar voren komt is dat van de etnische minderheden als mediamakers. De bijdrage van Deuze is verhelderend wanneer hij onder meer ingaat op de wijze waarop de allochtone journalisten, toch meer dan hun autochtone collega's, zich blijkbaar bewust zijn van hun sociale verantwoordelijkheidstaak. Er is heel weinig communicatoren-onderzoek ter zake voorhanden. Maar er is eveneens heel weinig effectieve participatie door allochtone professionals aan het mediaproductieproces, ondanks geleverde inspanningen om allochtonen aan te trekken door onder meer de publieke omroepen. Nog steeds kan geen afdoend, op empirisch onderzoek berustend antwoord gegeven worden op de nochtans wijdverbreide assumptie als zou meer participatie van allochtone mediamakers effectief ook leiden tot een correctere en meer genuanceerde afspiegeling van de samenleving in de media. Bovendien dient te worden opgemerkt dat geïntegreerde mediamakers van niet-Europese afkomst vaak niet wensen als allochtoon gelabeld te worden!

Het wetenschappelijke belang van de studie van de drieledige link tussen media en minderheden met behulp van een multimethodische aanpak moge duidelijk zijn. Op de onderzoeksagenda staan onder meer nog de verfijning van aanbevelingen, de opvolging van de naleving ervan, mede geïnspireerd en begeleid door allochtone professionals. Ook dient aan de hand van diepgaande publieksbevraging nagegaan te worden in hoeverre media-inhouden bij allochtone mediagebruikers aanleiding kunnen geven tot processen als representatie, identificatie en interactie, op zoek naar een authentieke, meerledige identiteit in al haar nuances! Aanbevelingen voor journalisten lijken algemeen positief te worden onthaald in de redacties en ook in de mate van het mogelijke te worden opgevolgd. Wellicht dat er momenteel meer behoefte is aan sensibilisering van de uitgevers en eindredacteuren dan van de journalisten zelf: de opties waartussen de verschillende media bereid zijn te kiezen blijven immers voornamelijk ingegeven vanuit marktspecifieke overwegingen.

Leen d'Haenens en Frieda Saeys

Literatuur

AVBB, Algemene Vereniging van Beroepsjournalisten in België (1994). *Aanbevelingen voor de berichtgeving over allochtonen*. Brussel: Werkgroep Media en Migranten.

Els Dragt,
Ard Heuvelman,
Erik Lohmann &
Menno de Jong

Media en etnische publieksgroepen in Nederland

Het aanbod en het gebruik van media

In dit artikel geven we een inventarisatie van het media-aanbod voor en het mediagebruik van een aantal etnische publieksgroepen in Nederland: Turken, Marokkanen, Surinamers, Antillianen, Chinezen en Molukkers. Tv is voor deze publieksgroepen het belangrijkste medium. Gedrukte media zijn ook populair, behalve onder Marokkanen. Voor radio is aanzienlijk minder belangstelling. Er bestaat onder etnische publieksgroepen een tweezijdige informatiebehoefte: zowel aan een Nederlandstalig als aan een eigentalig aanbod. Dit geldt zowel voor laaggeïntegreerden als voor hooggeïntegreerden.

Inleiding

In de laatste tientallen jaren is Nederland een immigratieland geworden. Volgens gegevens van het CBS (2000) telde Nederland in 2000 2,8 miljoen allochtonen. Ongeveer de helft hiervan komt uit Turkije, Marokko, Suriname, de Nederlandse Antillen, Aruba en overige niet-westerse landen. Sinds 1995 is de omvang van de niet-westerse allochtone bevolking met een kwart toegenomen. Voor 2015 wordt verwacht dat er 2 miljoen niet-westerse allochtonen in Nederland woonachtig zullen zijn, waaronder 1,1 miljoen Turken, Marokkanen en Surinamers.

De nieuwkomers behoren tot de categorie asielzoekers of tot de etnische groeperingen die al decennia in Nederland gevestigd zijn. Diegenen die zich blijvend in Nederland willen vestigen, staan aan het begin van een integratieproces. De algemene opvatting is dat de verschillende media een rol in dit integratieproces kunnen spelen. Deze opvatting mag in principe juist zijn, maar de vraag is welke betekenis aan deze rol kan worden toegekend en hoe dit in de praktijk te verwezenlijken valt. Het is interessant om na te gaan in hoeverre het beschikbare media-aanbod hieraan tegemoet komt. En ten slotte de dagelijkse praktijk van het mediagedrag: van welke media maken etnische publieksgroepen wel en geen gebruik? Met media worden in dit artikel bedoeld: televisie, radio, printmedia en Internet.

De eerste auteur studeerde af als communicatiewetenschapper in Twente, waar de tweede en laatste auteur werkzaam zijn bij TWICOR. De derde auteur is werkzaam bij de NPS. Correspondentie naar de eerste auteur: NOS KLO, Postbus 26444, 1202 JJ Hilversum. E-mail: els.dragt@nos.nl

Bovenstaande vragen zijn niet alleen van nationaal maar ook van internationaal belang. De Europese Commissie (1995) gaf aan dat de media een belangrijk middel zijn voor etnische publieksgroepen om geïnformeerd te worden over hun gastland, de cultuur en de taal. Tegelijkertijd zorgen de media ervoor dat etnische publieksgroepen in contact blijven met hun moederland en via de media kunnen communiceren met mensen van dezelfde etnische afkomst.

De NPS (Nederlandse Programma Stichting) is de enige Nederlandse omroep die wettelijk verplicht is om een deel van haar programmering te besteden aan programma's die uiting geven aan de multiculturele samenleving. Deze programma's richten zich zowel op autochtone als etnische publieksgroepen. Specifieke doelgroepprogramma's in de eigen taal worden door de NPS alleen op de radio uitgezonden. Ter ondersteuning van haar programmeringsbeleid laat de NPS regelmatig onderzoek uitvoeren naar het mediagebruik van de omvangrijkste publieksgroepen in Nederland. Het laatste onderzoek in deze reeks dateert uit 1998 (NPS/Veldkamp, 1998). Het onderzoek richtte zich op het mediagebruik van zes etnische publieksgroepen: Turken, Marokkanen, Surinamers, Antillianen (inclusief Arubanen), Chinezen en Molukkers. Dit onderzoek leverde veel belangrijke data op over het mediagebruik van etnische publieksgroepen. Wat echter nog ontbrak, was een totaaloverzicht van het media-aanbod voor etnische publieksgroepen in Nederland. Daarnaast wilde de NPS meer weten over de kenmerken van specifieke groepen media-gebruikers.

Naar aanleiding van deze vragen van de NPS is in 2000 aanvullend onderzoek uitgevoerd naar het media-aanbod voor en mediagebruik door etnische publieksgroepen in Nederland. Bij de voorbereiding van dit onderzoek bleek dat er reeds enkele inventarisaties waren uitgevoerd van het media-aanbod dat specifiek wordt geproduceerd voor de in Nederland woonachtige etnische publieksgroepen. Deze inventarisaties werden uitgevoerd door MCA Communicatie (MCA, 1999, 1997), ACS-i Media Research (Leurdijk et al., 1998), NVJ (Brants et al., 1998) en het Bedrijfsfonds voor de Pers (Demmenie & Spits, 1999). Inventarisaties van media die zich richten op etnische publieksgroepen zijn echter snel gedateerd door de vele ontwikkelingen op dit gebied. Om die reden is het wenselijk om het media-aanbod van Nederlandse origine op dit gebied met enige regelmaat te inventariseren. Daarnaast dient rekening gehouden te worden met het media-aanbod vanuit het land van herkomst en eigentalige media uit andere landen.

Noch in Nederland noch in het buitenland werd eerder een overzicht gepresenteerd van het volledige media-aanbod voor publieksgroepen, die tot de etnische minderheden van het betreffende land gerekend konden worden. In deze inventarisatie is gestreefd naar een min of meer volledig overzicht van het media-aanbod – zowel van Nederlandse als van buitenlandse herkomst – dat van belang geacht mocht worden voor de voornaamste etnische publieksgroepen in Nederland.

Om voor de hand liggende redenen speelt het niveau van taalbeheersing een belangrijke rol in de mediakeuze. Analfabeten en laaggeïntegreerden, die het Nederlands meestal slecht beheersen, hebben een beperktere keuze dan diegenen die zowel de eigen taal als het Nederlands in woord en geschrift goed beheersen. Over de differentiatie van het mediagebruik die

dit binnen de verschillende etnische groepen tot gevolg heeft, is in Nederland nauwelijks literatuur te vinden. Om in deze differentiatie enig inzicht te verkrijgen, werden enige aanvullende secundaire analyses uitgevoerd op de gegevens van het NPS/Veldkamp-onderzoek uit 1998.

Het NPS/Veldkamp-onderzoek *Mediagebruik en etnische publieksgroepen 1998* vond plaats onder een zestal etnische publieksgroepen. Op basis van trekkingen uit het bevolkingsregister van verschillende steden werd per publieksgroep een steekproef samengesteld. Elke steekproef bestond uit ongeveer 150 personen van 18 jaar en ouder, behorend tot de omvangrijkste etnische publieksgroepen in Nederland. Deze publieksgroepen betroffen Turken, Marokkanen, Surinamers, Antillianen, Chinezen en Molukkers. De vraaggesprekken vonden *face to face* plaats op het huisadres, op basis van een vragenlijst die behalve in het Nederlands ook in het Turks, Arabisch en Chinees werd aangeboden. Binnen de zes groepen werden in totaal 875 gesprekken gerealiseerd. Voor het onderzoek werden enquêteurs ingezet met dezelfde etnische achtergrond als de te ondervragen personen. De enquêteurs dienden zowel het Nederlands als de betreffende moedertaal te beheersen, zodat ook respondenten die het Nederlands niet of nauwelijks beheersten in het onderzoek betrokken konden worden.

In dit artikel zal per medium een overzicht worden gegeven van het media-aanbod voor de zojuist genoemde etnische publieksgroepen. Vervolgens zal per publieksgroep worden ingegaan op het mediagebruik. De gegevens over het gebruik van media dateren uit 1998. Daar waar een relatie wordt gelegd tussen gebruik en aanbod, is dit eveneens gebaseerd op het gebruik en aanbod van de media in 1998. Wat het aanbod van de verschillende media betreft, werden de gegevens in 2000 geactualiseerd en nader gedetailleerd. Voor zover er in 2000 gewijzigde omstandigheden met betrekking tot het aanbod werden aangetroffen, waren die niet van dien aard dat ze – zo laat zich dit redelijkerwijs inschatten – tot principiële veranderingen in het mediagedrag zouden kunnen leiden. Voor elke publieksgroep zal een profielschets gegeven worden voor de mate waarin men gebruik maakt van de eigentalige dan wel Nederlandstalige media. Naast het gebruik van radio en televisie zal het gebruik van krant en Internet besproken worden. Ook zal worden ingegaan op diegenen die analfabeet zijn in de eigen taal en/of het Nederlands.

Aan het eind van dit artikel zal een aantal conclusies gepresenteerd worden, alsook enkele aanbevelingen die interessant kunnen zijn voor vervolgonderzoek op dit terrein. Tevens zal hier dieper worden ingegaan op de mogelijke rol van de media in het integratieproces van etnische publieksgroepen.

Media-aanbod

De feitelijke inventarisatie van het media-aanbod voor de verschillende etnische publieksgroepen werd voorafgegaan door een oriëntatiefase, bestaande uit een serie interviews met materiedeskundigen en een literatuurstudie. De interviews vonden plaats onder de redactieleden van NPS-radioafdeling Minderheden. Als makers van programma's die zich in de verschillende eigen talen specifiek richten op etnische publieksgroepen, zijn zij als geen ander op de hoogte van dit aanbod. Daarnaast werd de

schaarse literatuur geraadpleegd die over dit onderwerp te vinden was en werd research uitgevoerd op het Internet. Zowel de oriëntatiefase als de betreffende inventarisatie van het media-aanbod werd uitgevoerd door Dragt en gepubliceerd in haar doctoraalscriptie (2000).

Opgemerkt dient te worden dat de resultaten van deze inventarisatie het aanbod in augustus 2000 weergeven. Gezien de snelle veranderingen waaraan vooral dit media-aanbod onderhevig is, kan het zijn dat het aanbod op dit moment niet geheel meer overeenkomt met de situatie in augustus 2000.

Televisie

In Nederland bieden negen instellingen televisieprogramma's aan die zich specifiek richten op de Turkse publieksgroep. Voor Marokkanen bedraagt dit aantal instellingen acht, voor Surinamers negen. Voor Antillianen beperkt zich dit tot twee instellingen, voor Chinezen één. Molukkers kennen een dergelijke instelling niet. Deze gegevens zijn in tabel 1 weergegeven.

Tabel 1
Eigentlich televisieaanbod
vanuit Nederland en het
buitenland.

publieksgroepen	aantal Nederlandse media-instellingen met tv-aanbod gericht op etnische groepen	aantal eigentliche tv-zenders te ontvangen uit het buitenland
Turken	9	12
Marokkanen	8	1
Surinamers	11	2
Antillianen	2	geen
Chinezen	1	5
Molukkers	geen	geen

Op de Nederlandse televisie worden op landelijke schaal geen programma's meer uitgezonden die zich specifiek op een bepaalde etnische publieksgroep richten. Het zijn vooral multiculturele programma's die zich zowel richten op autochtone als allochtone inwoners van Nederland. Zo zendt de NPS de rubriek *Urbania* uit, een programma over markante figuren met verschillende etnische achtergronden, die woonachtig zijn in een van de vier grote steden. Een ander voorbeeld van een multicultureel programma, eveneens uitgezonden door de NPS, is *Flyer*, een programma dat handelt over de 'young urban culture'. Kleine zendgemachtigden, zoals OHM (Stichting Organisatie voor Hindoe Media) en NMO (Nederlandse Moslim Omroep), zenden programma's uit die op de eerste plaats, maar niet uitsluitend, gericht zijn op publieksgroepen die zich verbonden voelen met het hindoeïsme of de islam.

Op regionaal en lokaal niveau bestaan er wél instellingen die zich specifiek op bepaalde etnische publieksgroepen richten. Het aanbod van deze instellingen richt zich vooral op Turken, Marokkanen en Surinamers. Deze programma's worden doorgaans in de voertaal van de doelgroep uitgezonden. Voor Antillianen en Chinezen wordt in Nederland een enkel doelgroeppro-

gramma op de regionale televisie uitgezonden. Voor Molukkers bestaan dergelijke programma's niet.

Door de toegenomen mogelijkheid om zenders per satelliet te ontvangen, nam het aanbod voor Turken en Marokkanen de laatste jaren sterk toe. In het najaar van 1998 beschikte 74% van de Turken, 65% van de Marokkanen en 11% van de Chinezen over een schotelantenne waarmee zij rechtstreeks zenders in de eigen taal konden ontvangen (NPS/Veldkamp, 1998). In reactie daarop gingen kabelmaatschappijen, met name in de grote steden, ertoe over zenders door te geven die voor etnische publieksgroepen interessant zijn. Soms gratis, zoals TRT Internationaal (Turks) en MBC (Arabisch), soms in een aanvullend pakket waarvoor extra betaald diende te worden. Als voorbeeld kunnen in dit verband de Turkse muziekzender Viva en de Chinese zender TVBS-E genoemd worden. In dit opzicht is de Turkse gemeenschap de meest bevoorrechte etnische publieksgroep. Per satelliet kan men maar liefst twaalf Turkstalige zenders ontvangen. Beschikt men niet over een satelliet, dan kan men nog terugvallen op TRT Internationaal, voor zover men geen aanvullend pakket via de kabel ter beschikking heeft. Vrijwel alle Turkse zenders zijn commercieel en vooral gericht op amusement. Zo is de Turkse zender ATV met RTL4 te vergelijken en Show TV met SBS6. Daarnaast zijn er enkele zenders die gelieerd zijn aan religieuze bewegingen. Voorbeelden hiervan zijn Kanal 7 en S-TV, die te vergelijken zijn met de EO. Een enkele zender, zoals ATV, zendt regelmatig programma's uit die op de eerste plaats bedoeld zijn voor de in West-Europa wonende Turken.

Voor Marokkanen is het aanbod vanuit het buitenland aanzienlijk beperkter. Deze beperking wordt niet zozeer veroorzaakt door het aantal zenders dat vanuit de Arabische wereld in Nederland te ontvangen is, als wel door de aard van het aanbod en de taalproblemen. Arabische zenders zijn in de meeste gevallen staatszenders en zijn minder dan de Turkse zenders op amusement gericht. Deze zenders zijn doorgaans Arabischtaalg, terwijl de meeste Marokkanen die in Nederland wonen Berbers zijn die lang niet allemaal het Arabisch beheersen. Op RTMI, de enige Marokkaanse zender die per satelliet te ontvangen is, worden wel nieuwsblokken in het Berber uitgezonden, maar de overige programmering is in het Arabisch. RTMI zendt ook reportages uit over Marokkanen die in Europa wonen.

Chinezen en Hindoestaanse Surinamers kunnen per satelliet een klein aantal televisiezenders in de eigen taal ontvangen. Chinezen kunnen bijvoorbeeld de Chinese staatszender China Central Television en de gecodeerde zender TVBS-E ontvangen. Hindoestaanse Surinamers kunnen Zee Tv en Sony Entertainment Television ontvangen. Deze zenders zijn vooral gericht op personen die oorspronkelijk uit Azië afkomstig zijn. Voor Molukkers is er geen specifiek televisieaanbod uit Nederland of uit het moederland.

Radio

In tabel 2 is het aantal Nederlandse radiozenders weergegeven waarop programma's worden uitgezonden die specifiek zijn gericht op bepaalde etnische publieksgroepen. Daarnaast is het aantal eigentalige zenders weergegeven dat vanuit het buitenland te ontvangen is.

Tabel 2
 Eigentelijk radioaanbod
 vanuit Nederland en het
 buitenland.

publieksgroepen	aantal Nederlandse radiozenders met aanbod gericht op etnische groepen	aantal eigentalige radiozenders te ontvangen uit het buitenland
Turken	8	20
Marokkanen	10	5
Surinamers	27	geen
Antillianen	11	geen
Chinezen	3	1
Molukkers	1	geen

Op landelijk niveau verzorgt de NPS voor alle zes genoemde etnische groepen radioprogramma's. Deze worden dagelijks op de zender 747AM (voorheen Radio 5) uitgezonden. De inhoud van deze eigentalige programma's bestaat vooral uit het algemene nieuws in Nederland, nieuws en actualiteiten uit het moederland en informatie over de gemeenschap in Nederland. Op lokaal niveau zijn er vele tientallen aanbieders van radio-programma's met een specifiek aanbod voor de verschillende etnische groepen. Voor Turken, Marokkanen en Antillianen varieert het aantal aanbieders tussen de acht en elf. Voor Surinamers betreft dit aantal zelfs 27. Een deel van dit aanbod is gericht op Hindoestaanse Surinamers, zoals Radio Amor en Surya Radio. In veel van de Surinaamse radioprogramma's wordt zowel het Nederlands als de moedertaal gebezigd. Het radioaanbod voor Chinezen beperkt zich tot drie aanbieders, voor Molukkers tot één. Op de kabel wordt in Nederland alleen voor Marokkanen een eigentalige radiozender doorgegeven. Het betreft de Marokkaanse staatszender RTM.

Radiozenders zijn echter ook per satelliet te ontvangen. Via de schotel kunnen Turken in Nederland twintig eigentalige zenders ontvangen. Deze Turkse radiozenders behoren meestal tot de vele Turkse televisiezenders zoals TRT FM en Show Radyo. Marokkanen kunnen via de schotel vijf radiozenders uit Noord-Afrika ontvangen. Ze kunnen bijvoorbeeld RTM Berber en Algerian Radio2 in het Berber ontvangen. Daarnaast kunnen zij via de schotel over vele Arabischstalige radiozenders vanuit Marokko en daarbuiten beschikken. Voor Chinezen beperkt het aanbod via de schotel zich tot de zender Radio China International. Surinamers, Antillianen en Molukkers kunnen noch via de ether, noch per satelliet radiozenders uit het moederland ontvangen.

Printmedia

Wat de printmedia betreft, gaat het vooral om kranten en in mindere mate om tijdschriften en nieuwsbrieven. In tabel 3 is het aantal titels weergegeven van uitgaven die in Nederland gedrukt worden en die zich specifiek op bepaalde etnische publieksgroepen richten. Daarnaast is het aantal buitenlandse eigentalige printmedia weergegeven dat in Nederland verkrijgbaar is.

Tabel 3
 Eigentelijk aanbod print-
 media vanuit Nederland
 en het buitenland.

publieksgroep	aantal Nederlandse printmedia met aanbod gericht op etnische groepen	aantal buitenlandse eigentalige printmedia verkrijgbaar in Nederland
Turken	9	12
Marokkanen	4	geen
Surinamers	13	geen
Antillianen	10	geen
Chinezen	10	5
Molukkers	5	geen

Als het gaat om in Nederland gedrukte printmedia die op de eerste plaats bedoeld zijn voor een bepaalde etnische publieksgroep, dan hebben Surinamers met dertien titels de grootste keuze. Antillianen en Chinezen beschikken beide over tien titels, Turken over negen. Voor Marokkanen beperkt dit aanbod zich tot vier titels, voor Molukkers tot vijf. Naast kranten die zich specifiek richten op een bepaalde etnische groep, worden er in Nederland ook multiculturele kranten en tijdschriften uitgegeven die zich op een breder publiek richten. Een voorbeeld hiervan is het glossy jongerentijdschrift *RôOf*. Opgemerkt dient te worden dat vele periodieken die zich specifiek op etnische publieksgroepen richten geen lang leven beschoren is. De redenen hiervan zijn dat ze vaak opgezet zijn door vrijwilligers, lokaal verspreid worden en een onvoldoende commercieel draagvlak hebben.

Voor Chinezen zijn veel gratis kranten verkrijgbaar. Bij toko's zijn inschrijfformulieren verkrijgbaar voor een gratis abonnement. In de Chinese kranten die in Nederland gemaakt worden, staat vaak veel reclame. Daarnaast bestaat de inhoud uit nieuwsberichten en wordt er informatie gegeven over verschillende praktische zaken die voor Chinezen van belang zijn. Zo kan er bijvoorbeeld uitleg gegeven worden over Nederlandse wetten. De kranten worden over het algemeen in het Chinees geschreven, alleen de jongerenpagina is meestal Nederlandstalig. De meest bekende kranten die in Nederland voor Surinamers worden gemaakt zijn: *Weekkrant Suriname*, *Sranan Koranti* en *Amazone Post*. Deze kranten verschillen onderling sterk wat politieke koers betreft. De meeste kranten zijn in het Nederlands gesteld, omdat de Surinaamse taal Sranan Tongo als schrijftaal nog sterk in ontwikkeling is en niet door iedereen beheerst wordt. Ook voor Antillianen worden in Nederland enkele kranten en tijdschriften uitgegeven. Voorbeelden hiervan zijn de uitgaanskrant *Wañap* en *Burundanga*, het tijdschrift met nieuws en informatie over de Antilliaanse gemeenschap. De Antilliaanse overheid geeft regelmatig een gratis nieuwsbrief uit. Alleen voor Turken, Marokkanen en Chinezen zijn kranten uit het moederland verkrijgbaar. Een aantal in Nederland verkrijgbare Turkse kranten wordt in Frankfurt en Brussel gedrukt. Turkse kranten zijn meestal gelieerd aan bepaalde religieuze of politieke stromingen. De drie meest verkochte Turkse kranten in Nederland zijn: *Hürriyet* (conservatief-liberaal), *Sabah* (conservatief-liberaal) en *Türkiye Gazetesi* (conservatief). Voor Marokkanen zijn er geen kranten uit Marokko in de losse verkoop verkrijg-

baar. Deze kranten zijn alleen via een abonnement verkrijgbaar. Dit betekent echter wel dat de krant pas een dag of twee later beschikbaar is. Pogingen om kranten uit Marokko in Nederland los te verkopen zijn gestrand op te hoge kosten. Daarnaast kunnen veel Marokkanen in Nederland een Marokkaanse krant niet lezen omdat ze meestal geschreven zijn in het standaard Arabisch. De meeste Marokkaanse kranten zijn gelieerd aan een politieke partij. Voor zover er onafhankelijke kranten zijn, zijn deze over het algemeen vooral op sensatie gericht. Toko's in Nederland verkopen kranten uit China en Hongkong. Magazines worden vooral uit Hongkong geïmporteerd. De kranten uit China verkondigen de visie van de Chinese regering. Enkele kranten uit Hongkong staan daarentegen wel kritisch tegenover de Chinese regering. Voor Surinamers, Antillianen en Molukkers zijn in de winkel of kiosk geen kranten of tijdschriften uit het moederland verkrijgbaar. Voor Antilliaanse kranten is getracht om deze in Nederland te verkopen. Dit bleek, evenals dit met de Marokkaanse kranten het geval was, niet rendabel te zijn.

Mediagebruik

Kijkgedrag televisie

Binnen elke etnische publieksgroep kijkt vrijwel iedereen televisie. Besteedt de gemiddelde Nederlander hier ongeveer 21 uur per week aan, alleen de Chinezen besteden hier met 18 uur per week minder tijd aan. Alle overige groepen kijken juist meer tv. Marokkanen en Surinamers kijken 26 uur per week televisie, Molukkers 27 uur, en Turken en Antillianen zelfs 32 uur per week. Twee van de drie Turken (68%) beschikt over de mogelijkheid om naar eigentalige satellietzenders te kijken. Bij de Marokkanen is dit bij vier van de tien (42%) het geval en bij de Chinezen bij twee van de tien (19%). Met uitzondering van Molukkers is er in Nederland voor alle etnische publieksgroepen eigentalig televisieaanbod beschikbaar, hetzij in de vorm van eigentalige programma's op de lokale of regionale zenders, hetzij in de vorm van zenders die via een satellietzender te ontvangen zijn. Naarmate dit aanbod omvangrijker en aantrekkelijker is, maakt men hier meer gebruik van. Zo besteden Turken 74% van hun kijktijd aan de eigentalige zenders, bij Marokkanen is dit percentage 49% en bij Chinezen 36%.

Luistergedrag radio

Negen van de tien Nederlanders (91%) luistert regelmatig naar de radio en besteedt hier gemiddeld 16,3 uur per week aan. Bij de verschillende etnische publieksgroepen gaat dit luistergedrag alleen op voor Molukkers. Ook negen van de tien Molukkers (88%) luistert regelmatig naar de radio en besteedt hier, met 22 uur per week, zelfs meer tijd aan dan de gemiddelde Nederlander. Van de Surinamers luistert 78% wel eens naar de radio. Gemiddeld besteedt men hier 14,6 uur per week aan. Van de Antillianen luistert 67% naar de radio. Gemiddeld besteden de Antillianen hier 12,7 uur per week aan. Weliswaar maakt 70% van de Chinezen gebruik van de radio, maar men besteedt hier niet meer dan 5,4 uur per week aan. Een ruime meerderheid van de Turken en Marokkanen maakt geen gebruik van de radio. Niet meer dan 37% van de Turken en 47% van de Marokkanen

doet dit nog wel. Men besteedt hier 5,3 uur, respectievelijk 5,2 uur per week aan.

Luistert men naar de radio, dan maakt men in principe ook gebruik van het Nederlandse aanbod. Een kleine minderheid van 10% van de Turken vormt hierop een uitzondering; zij luistert alleen naar Turkse radio-uitzendingen. Een ruime meerderheid van de Surinamers, Antillianen en Chinezen luistert alleen naar Nederlandse zenders. Dit geldt ook voor ruim een kwart van de Marokkanen. Molukkers maken vrijwel uitsluitend gebruik van het Nederlandse aanbod.

Leesgedrag krant

Binnen de etnische publieksgroepen lezen minder mensen een krant dan dit onder een algemeen Nederlands publiek het geval is. Diegenen die wel kranten lezen, besteden hier minder tijd aan dan de gemiddelde Nederlander, die hier per week 4,1 uur aan besteedt. Vrijwel alle Chinezen en Molukkers lezen een krant. Chinezen besteden hier 2,6 uur per week aan, waarvan ruim de helft van de tijd aan Chinese kranten. Vier van de tien Chinezen (39%) leest uitsluitend Chinese kranten, twee van de tien (22%) uitsluitend Nederlandse kranten. Molukkers besteden 3,4 uur per week aan het lezen van een krant. Hoewel ruim een derde (36%) van de Molukkers wel eens een eigentalige krant inziet, besteedt men hier niet meer dan 3 minuten per week aan. Deze omstandigheden gelden ook min of meer voor Surinamers en Antillianen. Negen van de tien Surinamers (89%) leest een krant. Slechts een enkele Surinamer (4%) leest uitsluitend Nederlandse kranten. Van de 2,4 uur die Surinamers per week aan het lezen van kranten besteden, besteden zij niet meer dan 17 minuten aan Surinaamse kranten. Ruim negen van de tien Antillianen (93%) leest kranten. Vier van de tien van hen (38%) leest uitsluitend Nederlandse kranten. Ruim de helft van hen leest zowel Antilliaanse als Nederlandse kranten (47%) of uitsluitend Antilliaanse (8%). Van de 2,6 uur per week die Antillianen aan het lezen van kranten besteden, worden 24 minuten aan Antilliaanse kranten besteed. Van de Turken leest 17% geen krant, 35% leest uitsluitend Turkse kranten, 7% uitsluitend Nederlandse, terwijl 41% beide leest. Alleen binnen de Turkse publieksgroep wordt meer tijd besteed aan eigentalige kranten dan aan Nederlandse kranten. Van de 2,1 uur tijd die men wekelijks aan kranten besteedt, wordt 1,5 uur besteed aan Turkse kranten. Het laagste bereik van kranten wordt onder Marokkanen aangetroffen. Niet meer dan 55% van hen leest een krant. Gemiddeld besteedt men hier een uur per week aan, waarvan 10 minuten aan Arabischtalige kranten. Arabischtalige kranten worden door niet meer dan 12% van de Marokkanen gelezen.

In het gebruik bestaan grote verschillen, zowel tussen de verschillende etnische publieksgroepen onderling, als binnen de verschillende etnische publieksgroepen zelf. Deze verschillen worden niet alleen veroorzaakt door de krantentraditie in het land van herkomst, de aard, kwaliteit en prijs van de verschillende kranten, maar tevens door de verschillen in taalvaardigheid en integratieniveau van de potentiële lezers. Zo kunnen veel Marokkanen geen Arabisch lezen en beheersen jonge Chinezen het Chinees onvoldoende om een Chinese krant te lezen. Voor personen die het Nederlands onvoldoende beheersen, blijft de Nederlandse krant buiten bereik.

Mediagebruik en integratie

Integratieschaal

Alvorens in te gaan op de relatie tussen mediagebruik en integratie en vervolgens op analfabetisme en integratie, zal eerst nader ingegaan worden op het begrip integratie zelf.

In het NPS/Veldkamp-onderzoek (1998) werd op basis van een zevental vraagonderdelen een schaal samengesteld, die beschouwd mag worden als een indicator van de mate waarin de verschillende etnische publieksgroepen geïntegreerd zijn in de Nederlandse samenleving. Deze zeven vraagonderdelen behandelden de volgende thema's.

- Op de hoogte zijn van wat in de Nederlandse samenleving gebeurt.
- In de vrije tijd met Nederlanders omgaan.
- Een praatje maken met Nederlanders in de buurt.
- Op bezoek komen bij Nederlanders.
- Contacten onderhouden met Nederlandse vrienden of vriendinnen.
- Thuis Nederlanders spreken.
- Zich Nederlander voelen.

Aan de hand van de schaalcores op bovenstaande vraagonderdelen werd een voor alle publieksgroepen in gelijke mate geldende vijfpuntsschaal voor integratie ontwikkeld. Hierdoor werd het mogelijk de mate van integratie te vergelijken, zowel voor de verschillende categorieën binnen de publieksgroepen zelf, als voor de verschillende groepen onderling. De term 'laaggeïntegreerd' werd gehanteerd voor de schaalwaarden 1 en 2, 'gemiddeld geïntegreerd' voor de schaalwaarde 3 en 'hooggeïntegreerd' voor de schaalwaarden 4 en 5.

Naarmate de spreiding naar verblijfsduur in Nederland toeneemt, neemt ook de spreiding in integratieniveau toe. Binnen alle publieksgroepen behalen degenen die tien jaar of langer in Nederland zijn een bovengemiddelde score op de integratieschaal. Zij die in Nederland geboren zijn, behalen de hoogste score. Nieuwkomers, die nog aan een proces van integratie moeten beginnen, behalen de laagste score. Doordat relatief grote aantallen nieuwkomers een lage score op de schaal behalen, compenseren zij een hogere score van degenen die al langer in Nederland verblijven. Indien opeenvolgende lichtingen van nieuwkomers de in de tijd toenemende score van anderen volledig compenseren, blijft de gemiddelde score op de integratieschaal van de publieksgroep door de jaren heen min of meer gelijk. Indien de instroom van nieuwkomers sterk toeneemt, of als nieuwkomers sterk vertragen in hun proces van inburgeren, is ook een negatieve ontwikkeling van het gemiddelde integratieniveau niet uitgesloten. Het is nagenoeg zeker dat door de komst van nieuwkomers het gemiddelde integratieniveau van de publieksgroepen als geheel geen vooruitgang laat zien.

In het onderzoek van 1998 wordt met name binnen de Turkse, Marokkaanse en Chinese publieksgroepen een sterke differentiatie naar integratieniveau aangetroffen. Ruim de helft van de Turken en Marokkanen kan tot het lage integratieniveau gerekend worden. Twee van de drie laaggeïntegreerde Turken en Marokkanen beheerst het Nederlands slecht. De helft van de Turken en Marokkanen en drie kwart van de

Chinezen kan tot de gemiddeld of hooggeïntegreerden gerekend worden. Zij beheersen het Nederlands voldoende tot zeer goed. Molukkers ten slotte, zijn voor het merendeel hooggeïntegreerd.

Kijkgedrag en integratieniveau

Tussen het niveau van integratie en televisiekijken bestaat een duidelijk verband. Laaggeïntegreerden binnen alle etnische publieksgroepen kijken meer naar de televisie dan de hooggeïntegreerden. Dit verschil varieert van een uur per week binnen de Chinese publieksgroep tot ongeveer een uur per dag binnen de Turkse publieksgroep. Laaggeïntegreerde Turken besteden 80% van hun kijktijd aan Turkstalige zenders die via de kabel (alleen TRT Internationaal) en vooral via de schotel te ontvangen zijn. Ongeveer 40% van hen kijkt nooit naar het Nederlandse televisieaanbod, 35% doet dit soms en 25% dagelijks. Van de gemiddeld geïntegreerden kijkt een kwart nooit naar de Nederlandse zenders, de helft soms en nog eens een kwart doet dit dagelijks. Van de hooggeïntegreerde Turken kijkt de helft dagelijks naar de Nederlandse zenders, 34% soms en 16% nooit. Marokkanen besteden minder tijd aan eigentalige zenders. De laag- en gemiddeld geïntegreerde Marokkanen besteden ongeveer de helft van hun kijktijd aan Arabischtalige zenders en de helft aan Nederlandse zenders. Als men naar Nederlandse zenders kijkt, geven de hoger geïntegreerde Turken en Marokkanen vaker de voorkeur aan de commerciële zenders dan aan de publieke zenders. Niettemin worden hooggeïntegreerden door de publieke omroep beter bereikt dan laaggeïntegreerden, doordat zij vaker van het Nederlandse aanbod gebruikmaken. Onder de Chinezen zijn het vooral de gemiddeld geïntegreerden die veel naar Chineestalige zenders kijken: zij besteden hier 62% van hun kijktijd aan. Onder de laag- en hooggeïntegreerden bedraagt dit ongeveer een derde van hun kijktijd. Binnen alle integratieniveaus kijkt de helft van de Chinezen dagelijks naar Nederlandse zenders. Hun voorkeur gaat hierbij duidelijk uit naar de commerciële zenders. Twee van de tien laaggeïntegreerde Chinezen kijkt nooit naar het Nederlandse televisieaanbod.

Luistergedrag en integratieniveau

Binnen alle etnische publieksgroepen bestaat eveneens een duidelijk verband tussen het luisteren naar de radio en het integratieniveau. Naarmate men minder geïntegreerd is, luistert men minder naar de radio. Dit verschijnsel doet zich het sterkst voor onder Turken en Marokkanen. Ruim zeven van de tien laaggeïntegreerde Turken en Marokkanen luistert nooit naar de radio. De gemiddelde luistertijd van de overige laaggeïntegreerde Turken en Marokkanen bedraagt rond de 2,5 uur per week. Ook van de Turken die tot het gemiddelde integratieniveau gerekend kunnen worden, luistert een meerderheid van 61% nooit naar de radio. Alleen onder de hooggeïntegreerde Turken heeft een meerderheid van 61% belangstelling voor de radio. Gemiddeld luistert men 12,6 uur per week. Van de gemiddeld tot hooggeïntegreerde Marokkanen luistert 57%, respectievelijk 71%, wel eens naar de radio. Drie van de vier gemiddeld en hooggeïntegreerde Antillianen en Chinezen luistert wel eens naar de radio. Onder de

laaggeïntegreerde Antillianen en Chinezen is dit ongeveer de helft. Ook voor de Surinamers geldt dat de minder geïntegreerden wat minder naar de radio luisteren dan de hooggeïntegreerden. Deze laatste categorie luistert nauwelijks minder naar de radio dan de gemiddelde Nederlander. De belangstelling voor het eigentalige programma op 747AM (voorheen Radio 5) neemt toe naarmate men meer geïntegreerd is. De relatie tussen integratieniveau en radio luisteren zal deels kunnen worden toegeschreven aan het kunnen verstaan van het Nederlands en de mate van affiniteit met het westers georiënteerde muziekaanbod, zoals dat op de Nederlandse publieke en commerciële radiozenders uitgezonden wordt. Dat Marokkanen wat vaker naar de radio luisteren dan Turken, houdt wellicht verband met het feit dat zij over een minder uitgebreid en minder aantrekkelijk eigentalig televisieaanbod via de satelliet beschikken dan dit voor de Turken het geval is.

Hoewel Turken en Marokkanen over een eigentalig radioaanbod via de satellietzender beschikken, wordt hier relatief weinig gebruik van gemaakt. Het overschakelen van satelliettelevisie naar satellietradio is voor de gemiddelde consument geen eenvoudige handeling. Daarbij komt dat wanneer men overschakelt naar satellietradio het geluid via de televisieluidsprekers weergegeven wordt. Op dat moment kan men niet naar satelliettelevisie kijken. Uit het NPS/Veldkamp-onderzoek (1998) bleek dat etnische publieksgroepen relatief meer gebruikmaken van geluidsdragers zoals walkman en cd-spelers dan de gemiddelde Nederlander. Dit wellicht ter compensatie van het beperkte aanbod van de eigen muziekgenres op de Nederlandse zenders.

Integratie en het lezen van kranten

Gelet op het sterke verband tussen integratieniveau en de beheersing van het Nederlands, mocht verwacht worden dat dit verband zich ook voordoet ten aanzien van het lezen van Nederlandse kranten. Binnen de hooggeïntegreerde categorieën is het bereik van Nederlandse kranten nauwelijks minder dan binnen een algemeen Nederlands publiek. Leest negen van de tien Nederlanders een Nederlandse krant, binnen de hooggeïntegreerde categorieën varieert dit percentage tussen de 82% (Turken) en de 92% (Surinamers). Wel besteden zij hier veel minder tijd aan. Besteedt de gemiddelde Nederlander 4,1 uur per week aan het lezen van kranten, onder de voornoemde categorieën varieert dit van 1,3 uur (Turken) tot 2,6 uur per week (Surinamers.) Het laagste bereik van Nederlandse kranten wordt aangetroffen onder laaggeïntegreerde Chinezen. Van hen leest slechts 9% een Nederlandse krant. Voor de Nederlandse krant resulteert dit in een gemiddelde leestijd van 6 minuten per week voor alle laaggeïntegreerde Chinezen. Ook onder laaggeïntegreerde Turken (30%) en Marokkanen (25%) leest niet meer dan een minderheid wel eens Nederlandse kranten. Beide categorieën besteden hier niet meer dan een kwartier per week aan. Binnen de categorieën laaggeïntegreerde Surinamers en Antillianen bereikt de Nederlandse krant wel een ruime meerderheid van 59%, respectievelijk 82%. Hun leestijd per week bedraagt 1,4 uur, respectievelijk 2,0 uur. Evenals dit onder alle Turken het geval is, leest ook drie van de vier laaggeïntegreerde Turken wel eens een Turkse krant. Wel besteedt men hier met 1,3 uur per week minder tijd aan dan de hooggeïntegreerde categorie, waar deze

leestijd 1,7 uur per week bedraagt. Onder Marokkanen worden weinig Arabischtalige kranten gelezen. Onder de laaggeïntegreerde categorie is dit slechts 6%, onder de hooggeïntegreerde categorie 29%. De leestijd varieert tussen de 5 en 25 minuten per week. Ruim negen van de tien laag- en gemiddeld geïntegreerde Chinezen leest Chinese kranten. Gemiddeld besteedt men hier ongeveer 2 uur per week aan. Van de hooggeïntegreerde Chinezen leest 54% wel eens een Chinese krant, de gemiddelde leestijd binnen deze categorie bedraagt ongeveer drie kwartier per week. Ongeveer de helft van de Surinamers en Antillianen leest wel eens een eigen krant. Hier besteden zij gemiddeld zo'n 20 minuten per week aan. Een verband met integratieniveau was binnen deze publieksgroepen op dit onderdeel niet aanwezig.

Nadere analyses naar mediagebruik

De hier beschreven etnische publieksgroepen kunnen beschikken over een omvangrijk media-aanbod, variërend van eigentalige media tot een breed scala aan Nederlandse media. Maar welke media gebruiken etnische publieksgroepen: alleen de Nederlandse, alleen die uit het moederland of beide? Verschillen in taalbeheersing spelen een grote rol in de keuze van de media. Doordat lang niet iedereen de eigen taal en/of het Nederlands in woord en geschrift beheerst, zal vooral met het verschijnsel analfabetisme rekening gehouden moeten worden. Inzicht in de aard en de omvang van analfabetisme onder etnische publieksgroepen is ook van belang voor de verklaring van de verschillen in integratieniveau. Vooral binnen de Turkse publieksgroep worden personen aangetroffen die geen Nederlandse televisie, radio of krant gebruiken. Ten opzichte van de andere etnische publieksgroepen maken Molukkers, Surinamers en Antillianen vaker uitsluitend gebruik van Nederlandse media. Chinezen en Marokkanen nemen wat dit betreft een tussenpositie in.

Uit nadere analyses komt naar voren dat diegenen die nauwelijks of geen gebruik van de Nederlandse media maken vaker lager geschoold zijn, vaker werkloos zijn en vaker tot de laaggeïntegreerden behoren dan diegenen die bovengemiddeld van de Nederlandse media gebruikmaken. Zij gaan minder vaak met Nederlanders om, zijn minder goed op de hoogte van de Nederlandse samenleving en beheersen het Nederlands doorgaans slecht.

De betekenis van het Nederlandse televisieaanbod

Binnen de hier besproken etnische publieksgroepen werden nauwelijks personen aangetroffen die geen gebruik maakten van het medium televisie. De percentages niet-televisiekijkers kwamen voor alle publieksgroepen niet boven de 5%. Vrijwel iedereen kijkt dus naar de televisie, in de meeste gevallen ook naar het Nederlandse aanbod. In dit verband is het opvallend dat een niet onaanzienlijke minderheid van 15% binnen de Turkse publieksgroep niet naar de Nederlandse televisie kijkt. Dit niettegenstaande het feit dat Turken wekelijks vele uren meer tijd aan televisie besteden dan de gemiddelde Nederlander. Zoals in tabel 4 te zien valt, blijft het percentage kijkers dat geen gebruik maakt van de Nederlandse televisie bij de andere etnische publieksgroepen beneden het niveau van 5%. Het percentage kijkers dat daarentegen uitsluitend van het Nederlandse aanbod gebruik maakt, varieert voor de verschillende publieksgroepen tussen de 7% en 26%. Dit laatste

percentage heeft betrekking op de Antilliaanse publieksgroep. Het televisieaanbod in de Antilliaanse voertaal, het Papiamentu, beperkt zich dan ook tot wekelijks een enkele uitzending via de kabel in Amsterdam en omgeving. Voor Surinamers is het eigentalige aanbod veel groter. Naast enkele satellietzenders die voor Hindoestanen interessant zijn, bestaat er een redelijk ruim aanbod in het Hindi en Sranan Tongo op de lokale zenders in de grote steden. Turken, Marokkanen en Chinezen kunnen eigentalige zenders via de satelliet ontvangen. Per saldo kon geconstateerd worden dat binnen de etnische publieksgroepen in de meeste gevallen zowel van het Nederlandse als van het eigentalige televisieaanbod gebruikgemaakt wordt.

Tabel 4
Kijkgedrag naar
Nederlands en eigentalig
tv-aanbod (in procenten).

	Turken	Marokkanen	Surinamers	Antillianen	Chinezen	Molukkers
zowel Nederlands als eigentalig alleen Nederlandse tv	75	84	76	68	80	79
nooit Nederlandse tv	7	11	21	26	16	21
nooit tv-kijken	15	4	1	1	1	0
	3	1	1	5	3	0

De categorie Turken die geen gebruikmaken van de Nederlandse televisie, wordt gekenmerkt door een oververtegenwoordiging van laaggeïntegreerden, huisvrouwen, laaggeschoolden en niet-werkenden. In de meeste gevallen beheersen zij het Nederlands slecht. Doorgaans zijn zij analfabeet in de Nederlandse taal. Voor zover zij een schoolopleiding hebben gevolgd, vond deze in Turkije plaats. Hoewel de meeste van hen al tien jaar of langer in Nederland wonen, hebben zij nauwelijks contacten met autochtone Nederlanders. Acht van de tien Turken die tot deze categorie gerekend kunnen worden, maakt evenmin gebruik van de radio, noch leest men Nederlandse kranten of tijdschriften. Wel kijkt men dagelijks naar Turkse televisiezenders en leest men regelmatig Turkse kranten. Van de laaggeïntegreerde Turken behoort 40% tot deze categorie. Geprojecteerd naar de totale Turkse publieksgroep betekent dit dat 10% tot 15% min of meer geïsoleerd binnen de eigen gemeenschap leeft. Een ruime meerderheid van deze categorie (70%) geeft desgevraagd te kennen niet goed van de Nederlandse samenleving op de hoogte te zijn.

De betekenis van het Nederlandse radioaanbod

Evenals dit bij de gemiddelde Nederlander het geval is, luistert negen van de tien Molukkers naar radioprogramma's van Nederlandse origine. De andere publieksgroepen maken hier minder gebruik van. Is dit bij Surinamers (75%), Antillianen (65%) en Chinezen (64%) nog steeds een ruime meerderheid, van de Turken maakt niet meer dan 27% van het Nederlandse radioaanbod gebruik. Van de Marokkanen is dit 42%, zoals in tabel 5 staat weergegeven. Luistert men niet naar de Nederlandse radio, dan maakt men in de meeste gevallen helemaal geen gebruik van de radio. Zoals hiervoor reeds werd beschreven (in de paragraaf 'Mediagebruik en

integratie') luistert men minder naar de radio naarmate men minder geïntegreerd is.

Tabel 5
Luistergedrag naar
Nederlands en eigentalig
radioaanbod (in procenten).

	Turken	Marokkanen	Surinamers	Antillianen	Chinezen	Molukkers
zowel Nederlands als eigentalig	12	10	7	7	7	6
alleen Nederlandse radio	15	32	68	58	57	82
nooit Nederlandse radio	10	5	3	2	5	0
nooit radio luisteren	63	53	22	33	31	12

De betekenis van het Nederlandse krantenaanbod

Diegenen die de minste moeite met de Nederlandse taal hebben, lezen het vaakst een Nederlandse krant. Vrijwel alle Molukkers (97%) en de meeste Surinamers (85%) en Antillianen (85%) lezen Nederlandse kranten. Van de Chinezen leest 60% Nederlandse kranten, van de Turken (48%) en Marokkanen (53%) ongeveer de helft. Deze gegevens staan in tabel 6 weergegeven.

Turken die geen Nederlandse krant lezen, of geheel geen krant lezen, worden gekenmerkt door een oververtegenwoordiging van laaggeïntegreerden en personen die jonger dan 40 jaar zijn. Hun profiel vertoont duidelijke overeenkomsten met Turken die niet naar de Nederlandse televisie kijken. Ook zij zijn minder geschoold dan de gemiddelde Turk, beheersen het Nederlands slechter, zijn vaker huisvrouw of werkloos, luisteren niet naar de radio, kijken voornamelijk naar Turkse zenders, gaan minder met autochtone Nederlanders om en zijn slecht op de hoogte van de Nederlandse samenleving. Veel Turken die evenmin Turkse kranten lezen, hebben problemen met het lezen van de eigen taal. Voor Marokkanen en Chinezen die geen Nederlandse kranten of geheel geen kranten lezen, geldt eenzelfde profiel-schets, met het verschil dat het hier juist vaker personen van 40 jaar en ouder betreft en dat Chinezen meestal wel van de radio gebruikmaken.

Tabel 6
Leesgedrag naar
Nederlands en eigentalig
krantenaanbod (in procenten).

	Turken	Marokkanen	Surinamers	Antillianen	Chinezen	Molukkers
zowel Nederlands als eigentalig	41	12	46	47	38	34
alleen Nederlandse kranten	7	41	39	38	22	63
nooit Nederlandse kranten	35	2	4	8	39	2
nooit kranten lezen	17	45	11	7	1	1

Analfabetisme

Aan Turken, Marokkanen, Chinezen en Antillianen werd gevraagd in hoeverre zij het Nederlands konden lezen en schrijven. Voor alle groepen werd dit ook nagegaan voor de voertaal van het land van herkomst. Aan de strikte definitie van het analfabetisme voldeed wat het Nederlands betrof 16% van de Turken, 22% van de Marokkanen, 1% van de Antillianen en 12% van de Chinezen. Deze gegevens staan in tabel 7 vermeld.

Deze percentages zullen een geflatteerd beeld van de werkelijkheid geven. Wanneer eenieder die aangaf het Nederlands minder dan 'redelijk goed' te kunnen lezen en schrijven, beschouwd kan worden als functioneel analfabeet, dan betekent dat dat ongeveer vier tot vijf van de tien Turken, Marokkanen en Chinezen functioneel analfabeet is. Zij zijn niet of nauwelijks in staat Nederlandse kranten of ondertitels te lezen. Dit geldt ook voor een kleine minderheid van ongeveer 6% van de Antillianen.

Analfabetisme in het Nederlands wordt vooral aangetroffen onder de eerste generatie. Zij leven tamelijk geïsoleerd binnen de eigen gemeenschap en hebben weinig contact met de Nederlandse samenleving. Zij spreken en verstaan het Nederlands minder goed dan andere personen die tot hun etnische groep behoren. Thuis wordt er geen Nederlands gesproken. Zij luisteren weinig of niet naar de radio en kijken vooral naar eigentalige satellietzenders, terwijl de gedrukte Nederlandse media nauwelijks of niet toegankelijk voor hen zijn. Onder Turken en Marokkanen zijn vooral vrouwen van 40 jaar en ouder analfabeet. Onder de analfabete Marokkanen valt op dat acht van de tien van hen bovendien analfabeet is in het Marokkaans-Arabisch. In totaal betreft het hier 18% van alle Marokkanen. De verklaring voor dit relatief hoge percentage analfabetisme is gelegen in het feit dat de meeste Marokkanen in Nederland afkomstig zijn uit het Rifgebergte, waar Berber de voertaal is. Het Berber kent geen schrift. Doordat de ruime meerderheid van de eerste generatie Marokkanen nauwelijks of geen scholing heeft gevolgd, heeft men nauwelijks of niet leren lezen en schrijven in het Marokkaans-Arabisch. Dit geldt met name voor vrouwen.

Dit is ook de reden dat onder de totale Marokkaanse publieksgroep het hoogste percentage analfabeten in de eigen taal werd aangetroffen. Volgens de strikte definitie betrof dit 29%, functioneel analfabeet in het Marokkaans-Arabisch is ongeveer 44%. Ruim negen van de tien Turken (93%) geeft aan het Turks goed te kunnen lezen en schrijven. Niet meer dan 3% is echt analfabeet in de eigen taal. Hoewel niet meer dan 17% van de Surinamers aan geeft het Sranan Tongo niet te kunnen lezen of schrijven, kan ongeveer de helft van alle Surinamers als functioneel analfabeet in deze taal beschouwd worden. Ongeveer drie van de vier Antillianen kan het Papiamentu goed lezen en schrijven. Eén van de tien Antillianen is analfabeet in deze taal. Acht van de tien Chinezen kan het Mandarijn goed lezen en schrijven. Niet meer dan 6% beheerst dit geheel niet. Ruim de helft van de Molukkers (54%) geeft aan het Maleis goed te kunnen lezen. Alle anderen hebben hier moeite mee, 15% van de Molukkers is analfabeet in het Maleis.

Turken en Marokkanen in de leeftijd van 18 tot 34 jaar schrijven en lezen de eigen taal beter dan Turken en Marokkanen die 35 jaar of ouder zijn. Voor jonge Surinamers, Antillianen, Chinezen en Molukkers geldt het tegendeel: zij schrijven en lezen de eigen taal beduidend slechter dan diegenen die 35 jaar of ouder zijn.

Tabel 7
*Analfabetisme Nederlands
 en moedertaal (in procenten).*

	Turken	Marokkanen	Surinamers	Antillianen	Chinezen	Molukkers
analfabeet in het Nederlands	16	22	0	1	12	0
analfabeet in de moedertaal	3	29	17	9	6	14

Discussie en conclusies

In sterkere mate dan dit reeds voor de gemiddelde Nederlander van toepassing is, is televisie voor de verschillende etnische publieksgroepen het belangrijkste medium. Kijken Surinamers en Antillianen vooral naar het – vooral commerciële – Nederlandse aanbod, de overige publieksgroepen kijken tevens naar eigentalige zenders. Naarmate dit aanbod omvangrijker en aantrekkelijker is, maakt men hier meer gebruik van. Zo besteden Turken hier drie kwart van hun kijktijd aan, Marokkanen de helft en Chinezen ruim een derde.

Voor de radio is de belangstelling aanzienlijk kleiner. Alleen Molukkers maken evenveel gebruik van de radio als de gemiddelde Nederlander. Negen van de tien van hen luistert regelmatig naar de radio. Alle andere etnische publieksgroepen maken minder gebruik van de radio. Zeven tot acht van de tien Surinamers, Antillianen en Chinezen luistert weliswaar regelmatig naar de radio, maar besteedt hier minder tijd aan dan de gemiddelde Nederlander. De meerderheid van de Turken en Marokkanen maakt geen gebruik van de radio. Van de Turken maakt 37% nog wel eens gebruik van de radio, van de Marokkanen 47%. De beperkte beheersing van de Nederlandse taal en de geringe affiniteit met het westers georiënteerde muziekaanbod zullen een belangrijke rol spelen in de belangstelling voor het medium radio. Binnen de verschillende etnische publieksgroepen wordt opvallend vaak gebruikgemaakt van geluidsdragers zoals walkman en cd-speler. Hier kan men de eigen favoriete muziek mee beluisteren, die op de Nederlandse zenders nauwelijks te horen valt.

Vrijwel alle Chinezen en Molukkers lezen kranten, evenals acht tot negen van de tien Turken, Surinamers en Antillianen. Van de Marokkanen leest niet meer dan 55% wel eens een krant. De gemiddelde Nederlander besteedt ongeveer 5,5 uur per week aan het lezen van kranten en tijdschriften. Alleen Molukkers benaderden met 4,8 uur per week enigszins deze leestijd. De overige publieksgroepen besteden hier twee tot vier uur per week minder aan. Turken en Chinezen lezen meer eigentalige kranten en tijdschriften dan Nederlandse kranten. Bij de andere etnische groepen spelen eigentalige kranten of tijdschriften nauwelijks een rol van betekenis.

Naarmate men minder geïntegreerd is, kijkt men meer televisie en maakt men minder gebruik van de andere media. Laaggeïntegreerden kiezen vooral voor de eigentalige media. Als deze beschikbaar en toegankelijk zijn, dan wordt binnen alle geledingen van de etnische publieksgroepen van eigentalige media gebruikgemaakt. Dit geldt niet alleen voor laaggeïntegreerden, die door hun doorgaans slechte beheersing van het Nederlands sterk op deze media zijn aangewezen, maar ook voor hooggeïntegreerden.

Conclusies

Uit de wijze waarop de verschillende etnische publieksgroepen met het voor hen beschikbare media-aanbod omgaan, vallen de volgende conclusies te trekken.

Als eerste conclusie kan geconstateerd worden dat er onder etnische publieksgroepen een tweezijdige mediabehoefte bestaat: zowel aan Nederlandstalig als aan eigentalig aanbod. Dit geldt zowel voor laag- als hooggeïntegreerden. Mediagebruik is kennelijk meer dan louter informatie vergaren. Ook het vervullen van een emotionele behoefte bestaande uit de beleving van de eigen cultuur speelt een belangrijke rol.

Een tweede conclusie is dat laaggeïntegreerden nauwelijks met Nederlandstalige media zijn te benaderen. Daarvoor schiet hun beheersing van de Nederlandse taal te zeer tekort. Van het Nederlandse media-aanbod maken zij dan ook nauwelijks gebruik. Bij Marokkanen met een Berberachtergrond kan dit tevens gelden voor het aanbod uit Marokko. Dit wordt doorgaans in het Marokkaans-Arabisch gebracht, wat lang niet alle Berbertaligen beheersen.

De derde conclusie komt voort uit het voorgaande: laaggeïntegreerden kunnen het best worden benaderd in de eigen taal. Laaggeïntegreerden beheersen het Nederlands vaak slecht en zijn soms analfabeet. Met name onder Marokkanen is het analfabetisme relatief hoog. Gelet op dit percentage analfabeten zijn de Nederlandse printmedia nauwelijks een reële optie. Om die reden verdient het aanbeveling om regionale en lokale radio en televisie met een doelgroepgericht aanbod in de eigen taal in te zetten. Dit met name in gebieden waar veel mensen uit etnische publieksgroepen woonachtig zijn. Dit zijn de steden in de Randstad, vooral de vier grote steden.

Aanbevelingen

Het verdient aanbeveling om in vervolgonderzoek verder te nuanceren naar integratieniveau. Het is namelijk de vraag of integratie zoals die is gemeten in het NPS/Veldkamp-onderzoek wel voldoende nuancering biedt. Bij het begrip integratie zou aan twee onderscheidende niveaus van integratie gedacht kunnen worden. Ten eerste een praktisch-economisch niveau: het verwerven van praktische vaardigheden, waarmee men zich staande houdt in de Nederlandse samenleving, vooral gericht op een onafhankelijke en stabiele maatschappelijke en economische positie. De praktische vaardigheden betreffen hier de beheersing van de Nederlandse taal, basiskennis van nuttige informatie over de Nederlandse samenleving en voor Nederland relevante beroepsmatige vaardigheden, alsook de sociale vaardigheden om met Nederlanders om te gaan. Ten tweede een sociaal-cultureel niveau; dit zou ook mentale integratie genoemd kunnen worden. Hiertoe dient men zich echt in Nederland thuis te voelen, graag in Nederland te blijven wonen, zich ten dele een Nederlander te voelen, een wezenlijke belangstelling voor – en ruime kennis van – de Nederlandse samenleving te hebben en Nederlandse normen en waarden grotendeels te onderschrijven. Voor het bereiken van dit tweede niveau van integratie zal men eerst vergevorderd dienen te zijn in het eerste niveau van integratie. Onduidelijk is vooralsnog in hoeverre men dit tweede niveau van integratie beschouwt als een ongewenste aantasting, zo niet verloochening, van de eigen identiteit.

De integratieschaal die is gehanteerd in het NPS/Veldkamp-onderzoek wordt gedomineerd door items van het praktisch-economische niveau. Het zal duidelijk zijn dat praktische integratie van belang is voor de betrokkenen zelf. Dit betekent echter niet dat men gemotiveerd is om ook op het sociaal-culturele vlak volledig te 'vernederaldsen'. Een integratieschaal op het sociaal-culturele vlak tracht een indicatie te geven van de mate waarin dat wel het geval is, respectievelijk de respondent hiertoe gemotiveerd is. Hiermee wordt beoogd uitdrukking te geven aan de mate waarin respondenten een balans weten te vinden tussen de normen en waarden van de cultuur van het land van herkomst en die van de dominante cultuur in het gastland. Dit laatste is van belang voor zowel het Nederlandstalige als het eigentalige mediagebruik. Bovendien is het interessant om te zien of er op dit vlak verschillen bestaan tussen de eerste en tweede generatie.

In het vervolgonderzoek zal het sociaal-culturele integratieniveau een prominenter plaats krijgen. Dit vervolgonderzoek zal in het voorjaar van 2002 worden uitgevoerd. Een aantal andere wijzigingen ten opzichte van de vorige onderzoeken heeft betrekking op de onderzoekspopulatie. Zo zullen de Molukkers buiten het onderzoek worden gelaten, aangezien deze publieksgroep vrijwel volledig binnen de Nederlandse samenleving geïntegreerd is. Per etnische publieksgroep zal gestreefd worden naar een aantal van 400 respondenten en de leeftijdsgrens zal worden verlaagd van 18 naar 13 jaar om mogelijke tweede-generatie-effecten beter te kunnen onderkennen.

Tevens bevelen we aan een inhoudsanalyse uit te voeren op het multiculturele gehalte van het algemene Nederlandse media-aanbod. Etnische publieksgroepen stellen het op prijs dat de Nederlandse media aandacht schenken aan de multiculturele samenleving en hier een genuanceerd beeld van geven. Door de sterk toegenomen differentiatie in integratieniveau zijn de Turkse, Marokkaanse en Chinese publieksgroepen strikt genomen niet meer als één homogene publieksgroep te benaderen. De helft van de Turken en Marokkanen en drie van de vier Chinezen kan tot de gemiddeld of hooggeïntegreerden gerekend worden. Zij beheersen het Nederlands voldoende tot zeer goed en zijn met de gangbare Nederlandse media goed te bereiken. Deze al langer in Nederland verblijvende categorieën zullen niet zozeer behoefte hebben aan speciaal op hen gerichte informatie, als wel aan het ervaren van een evenredige vertegenwoordiging van de in Nederland woonachtige etnische publieksgroepen in de verschillende media. Meer dan tot op heden het geval is, zal in woord, schrift en beeld duidelijk moeten zijn dat Nederland een multiculturele samenleving is. De laaggeïntegreerde categorieën zullen op de eerste plaats behoefte hebben aan specifiek op hen gerichte informatie. Om hen beter te bereiken dan tot dusver het geval is, zullen alternatieven ontwikkeld dienen te worden.

Een nieuw genre dat in de komende jaren verdere aandacht verdient, zijn interculturele programma's die afgestemd zijn op de etnisch georiënteerde jongerenculturen die in de grote steden ontstaan. Om hierbij aan te sluiten heeft de NPS het plan ontwikkeld voor een geheel nieuwe multiculturele radiozender, Radio NU of U-FM. Op verzoek van de Tweede Kamer (naar aanleiding van de nota *Media en Minderheden*) heeft hierover overleg plaatsgevonden tussen het ministerie en de Raad van Bestuur van de NOS. Ook de Raad voor Cultuur heeft zich in positieve zin uitgesproken voor een dergelijke zender (NOS, 2000).

Ongeacht het integratieniveau blijven de media uit het moederland een belangrijke rol spelen. Via deze media blijven etnische publieksgroepen op de hoogte van het nieuws uit het moederland en hun eigen cultuur. Dit hoeft volgens Milikowski (1997, 1999) niet gezien te worden als een negatieve indicatie voor het proces van integratie. Via de eigen media kan men namelijk zelf waarnemen dat ook het land van herkomst zich ontwikkelt tot een moderne samenleving die niet dezelfde samenleving is die men jaren geleden achterliet.

Literatuur

- Brants, K., Crone, L. & Leurdijk, A. (1998). *Media en migranten: inventarisatie van onderzoek in Nederland*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam, Vakgroep Communicatie-wetenschap & Werkgroep migranten en media van de nvj.
- cbs (2000). *Het jaar in cijfers*. Den Haag: cbs.
- Demmenie, J. & Spits, N. E. (1999). *Bladen voor culturele minderheden in Nederland. Een inventarisatie van gedrukte media (kranten, tijdschriften, nieuwsbrieven, informatiebulletins) gemaakt voor en door culturele minderheden in Nederland*. Den Haag: Bedrijfsfonds voor de Pers.
- Dragt, E. (2000). *Etnische minderheden en media: een onderzoek naar het media-aanbod voor en mediagebruik door etnische minderheden*. Enschede: Universiteit Twente, Vakgroep Toegepaste Communicatiewetenschap (niet uitgegeven doctoraalscriptie).
- Europese Commissie (1995). *Recommendation 1277 on Migrants, Ethnic Minorities and Media*. Strasbourg: EC.
- Leurdijk, A., Wermuth, M. & Hulst, J. van der (1998). *Minderhedenprogrammering in Nederland: aanbod en bereik van minderhedenprogrammering op radio en tv*. Amsterdam: ACS-i Media Research & Projects.
- MCA Communicatie (1997). *Radio- en televisiegids allochtonen*. Utrecht: MCA Communicatie.
- MCA Communicatie (1999). *Mediagids allochtonen 1999*. Utrecht: MCA Communicatie.
- Milikowski, M. (1997). 'Zappen tussen Kluivert en Hakan. Turkse jongeren en satelliet'. In: *Jeugd- en subculturen en nieuwe media* (pp. 15-24). Rapport van de Nationale Unesco-conferentie over Jeugd en Technologie. Groningen: Media GN.
- Milikowski, M. (1999). 'Stoorzender of katalysator? Turkse satelliet tv in Nederland'. *Migrantenstudies* 15(3): 170-190.
- NOS (2000). *Verschil maken. Concessiebeleidsplan 2000-2010 Landelijke publieke omroep*. Hilversum: NOS.
- NPS/Veldkamp (1998). *Mediagebruik etnische publieksgroepen 1998*. Amsterdam: Veldkamp Marktonderzoek (in opdracht van NPS en RVD).

Summary

Els Dragt, Ard Heuvelman, Erik Lohmann & Menno de Jong

Ethnic minorities' use of media in the Netherlands

This article presents an inventory of media use of a number of ethnic minority groups in the

Netherlands: Turks, Moroccans, Surinamese, Antilleans, Chinese, and Moluccans. Television is the most important medium. Surinamese and Antilleans are watching mainly Dutch channels, the other groups also watch channels in their native tongue. There is much less interest in radio. Turks and Moroccans hardly ever listen to

the radio. Newspapers are fairly popular, except with Moroccans. The use of Internet is fairly popular with Chinese and Antilleans. There is a two-sided need for information within these minority groups: both for information from their host country and for information in their native tongue. This is the case for both the high-

ly and the less integrated people in Dutch society. The less integrated can hardly be reached by the Dutch media, however, due to poor knowledge of the Dutch language. We propose to use local television programmes in the four largest cities to reach these groups.

Allochtonenbladen in Nederland: een nieuwe markt?

Tegen de achtergrond van zowel aantallen als kenmerken van de printmedia bestemd voor allochtonen in Nederland, worden in deze studie visies en aspiraties in kaart gebracht van de makers en lezers van twee inmiddels niet meer uit het Nederlandse, multiculturele medialandschap weg te denken weekbladen, namelijk de *Weekkrant Suriname* en de *Landelijke Allochtonenkrant*.

Inleiding: de bladenmarkt voor etnische minderheden

Wat meteen in het oog springt als kenmerk van de bladenmarkt voor etnische minderheden, is een stijging in de aantallen, ongeacht of het nu om kranten, tijdschriften, informatiebulletins of nieuwsbrieven gaat. Deze markt kent overwegend kleine bladen, vaak verschijnend als een nieuwsblad, die onaangekondigd in de markt worden gezet en vervolgens ook veelal weer snel verdwijnen. Onder meer daarom zijn er nauwelijks bronnen te vinden waarin gegevens over hun (kortstondige) bestaan zijn opgeslagen. Demmenie & Spits (1999) wijzen er terecht op dat het moeilijk is om een volledig betrouwbare inventarisatie te maken van deze bladenmarkt. Ze maken een onderscheid tussen bladen die in Nederland worden uitgegeven en bladen die in het buitenland worden uitgegeven maar wel in Nederland verkrijgbaar zijn. In het najaar van 1999 verschenen er in totaal 192 bladen voor etnische minderheden op de Nederlandse markt. Van deze 192 bladen worden er 102 bladen via een adres in Nederland uitgegeven. De overige 90 zijn wel in Nederland verkrijgbaar, maar worden er niet uitgegeven. Het gaat meestal om internationale edities van buitenlandse kranten, speciaal gericht op de numeriek belangrijkste etnische gemeenschappen in Europa. In dit opzicht is het niet verwonderlijk dat het merendeel van de in Nederland verkrijgbare buitenlandse kranten afkomstig is uit Turkije. De bekendste Turkse kranten zijn *Hürriyet*, *Milliyet* en *Azzaman*. Deze kranten worden niet in Turkije uitgegeven, maar in Duitsland (*Hürriyet* en *Milliyet*) en in Groot-Brittannië (*Azzaman*).

Van de 102 in Nederland uitgegeven bladen richten 33 zich op de etnische minderheden in het algemeen. De *Landelijke Allochtonenkrant* is hiervan het grootst (oplage: 120.000 exemplaren) en verschijnt wekelijks. Een

ander bekend tijdschrift voor de wat hoger opgeleide (jonge) allochtoon is *Contrast*. Het is een veelgelezen tijdschrift over de goede en de problematische kanten van de Nederlandse multiculturele samenleving. Het blad heeft een oplage van 24.000 exemplaren en verschijnt 40 keer per jaar. De overige 69 bladen richten zich meer specifiek op één bepaalde etnische doelgroep. De meeste bladen richten zich op Turken (12), Antillianen en Arubanen (9), Surinamers (8), moslims in het algemeen (8) en Marokkanen (7). Deze bladen worden meestal kleinschalig uitgegeven, vanwege de hoge kosten en de relatief kleine doelgroepen. Meer dan de helft (58) van de in totaal 102 bladen heeft een oplage van minder dan 10.000 exemplaren en 47 bladen verschijnen minder dan 6 keer per jaar. De *Weekkrant Suriname* is een krant met een grote oplage (60.000 exemplaren) en lange geschiedenis (meer dan 20 jaar). De *Weekkrant Suriname* kreeg een aantal keren steun van het Bedrijfsfonds voor de Pers en heeft zich zo weten te ontwikkelen tot een stabiel blad. Een ander voorbeeld van een doelgroepblad is *Marinjo*, een landelijk blad dat zich richt op de Molukse gemeenschap. Het tijdschrift bestaat al sinds 1978 en wordt sinds enige tijd alleen nog in het Nederlands uitgegeven (voorheen ook in het Moluks). *Marinjo* is als communicatiemiddel belangrijk voor het instandhouden van de Molukse identiteit, maar kan ook gezien worden als promotor van integratie van Molukkers in de Nederlandse samenleving (Demmenie, 2000).

Er zit blijkbaar nog altijd groei in de markt voor minderhedenbladen. In de lente van 2001 werden nog twee nieuwe bladen voor allochtone jongeren in de markt gezet: het carrièreblad *Fast Forward* en het glossy magazine *aTarik.nl*. *Fast Forward* – ‘voor Nieuwe Nederlanders met ambitie’ – is een magazine voor hoger en middelbaar opgeleide allochtonen dat tweeweekelijks verschijnt. Het magazine heeft een oplage van 20.000 exemplaren. Het is de bedoeling dat *Fast Forward* allochtone jongeren een opstapje geeft naar een goede baan, door het geven van advies, ondersteuning en erkenning en het plaatsen van op allochtone jongeren gerichte vacatures. Ook moet *Fast Forward* de bedrijven helpen met het leren kennen en binnenhalen van deze groep. *ATarik.nl* is een magazine speciaal gericht op jonge Marokkanen van 15 tot 35 jaar. Het magazine is ontstaan als onderdeel van een regionaal project voor jonge Marokkanen in Tiel (Feringa, 2001). Verder is in januari 2002 een nieuw multicultureel tijdschrift voor de intellectuele elite gelanceerd, genaamd *Eutopia*. Dit tijdschrift biedt allochtone wetenschappers een podium om te publiceren en spoort tegelijkertijd aankomende intellectuelen aan om hun visie op de multiculturele samenleving uit te dragen.

Er is dus wel degelijk een tendens te bespeuren naar een groter aanbod van media die zich speciaal richten op etnische minderheden in Nederland. Helaas komen niet alle initiatieven goed van de grond vanwege geldgebrek. Een voorbeeld hiervan zijn de *Ghanaian Newstrunner* (Ghanezen) en het *NISBO-Magazine* (islamitische ouderen), welke werden opgeheven omdat zij over te weinig financiële middelen beschikten om het blad nog langer uit te geven (Demmenie & Spits, 1999).

Een van de grootste bladen voor allochtonen blijft, zoals eerder gesteld, de *Landelijke Allochtonenkrant*. Deze krant werd in 1992 opgericht als gevolg van een verzoek van het Ministerie van Binnenlandse Zaken om een krant speciaal voor allochtonen op te richten. De krant wordt door Casas Media

BV uitgegeven samen met de *Weekkrant Suriname*, een weekkrant die al sinds 1980 bestaat. Zoals de titels van de bladen al doen vermoeden, is de *Landelijke Allochtonenkrant* gericht op allochtonen in het algemeen, en de *Weekkrant Suriname* meer specifiek op Surinamers in Nederland. In dit artikel zal verderop een onderzoek worden besproken naar de journalisten en lezers van de *Landelijke Allochtonenkrant* en de *Weekkrant Suriname*. Hun visies, bevindingen en wensen zullen onder de loep worden genomen.

Casestudy: de Weekkrant Suriname en de Landelijke Allochtonenkrant

Achtergrond

Als gevolg van de onafhankelijkheid van Suriname in 1975 en de staatsgreep van Desi Bouterse in 1980 kwamen veel Surinamers naar Nederland. Een groep Nederlanders in Rijswijk besloot toen om een verzetskrant op te richten voor deze Surinaamse migranten om hen op de hoogte te houden van de ontwikkelingen in hun thuisland na de coup. Het was immers moeilijk om aan betrouwbare en geloofwaardige informatie te komen vanuit Nederland. Dit leidde tot de oprichting van de *Weekkrant Suriname*. In het begin kwam de krant niet goed van de grond, maar in 1983 werd de krant overgenomen door de heer A. Judell, een Surinamer, en sindsdien is het alleen maar bergopwaarts gegaan met de *Weekkrant Suriname*. Wekelijks wordt de krant in een oplage van 60.000 exemplaren landelijk verspreid, waarvan 63% in de Randstad. De overige exemplaren worden verspreid in steden met veel Surinaamse inwoners, zoals Assen, Leeuwarden, Groningen, Arnhem, Enschede, Deventer, Eindhoven, Tilburg, Den Bosch, Venlo en Maastricht. Het aantal abonnementen op de *Weekkrant Suriname* bedraagt 25% van de totale oplage. De rest is verkrijgbaar in de losse verkoop bij de reguliere boekhandels, kiosken en de Surinaamse detailhandel. De *Weekkrant Suriname* is opgericht met als doel de Surinamers die zich in de loop der tijd in Nederland gevestigd hebben, op de hoogte te houden van de (politieke) ontwikkelingen in hun land van herkomst, Suriname. De krant wil een spreekbuis zijn voor Surinamers in Nederland om zo de binding met hun moederland te bewaren. De *Weekkrant* probeert een positieve beeldvorming te geven van allochtonen, c.q. Surinamers in Nederland en poogt tevens een objectieve wijze van berichtgeving te verschaffen. Vanuit Nederland probeert de *Weekkrant* de lezers een beeld te geven van de positie van Surinamers in de Nederlandse maatschappij, aan de hand van interviews met Surinamers in Nederland.

De *Landelijke Allochtonenkrant* is in 1992 opgericht, als gevolg van een verzoek van het Ministerie van Binnenlandse Zaken om een krant speciaal voor allochtonen op te richten, ter ondersteuning van de W.B.E.A.A., Wet Bevordering Evenredige Arbeidsverhoudingen Allochtonen (sinds 1997 omgedoopt tot de Wet SAMEN). De krant manifesteert zich als een medium dat zich in eerste instantie richt op allochtonen, onderwijs en werk. De *Allochtonenkrant* is begonnen met een oplage van 20.000 exemplaren; dit aantal is langzamerhand uitgegroeid tot een oplage van 120.000 exemplaren. Hiervan worden er 60.000 verspreid als bijlage bij de *Weekkrant Suriname*, de andere 60.000 worden als aparte krant verspreid. Het verspreidingsgebied is, evenals bij de *Weekkrant Suriname*, voor de Randstad 63%, terwijl de overige exemplaren verspreid worden in de andere

Nederlandse steden met een groot aantal inwoners van allochtone afkomst. De *Landelijke Allochtonenkrant* gaat naar abonnees, is verkrijgbaar in de losse verkoop bij de reguliere boekhandels, kiosken, en dergelijke en wordt in groten getale gratis verspreid op scholen voor voortgezet onderwijs, universiteiten, opleidingsinstituten, overheidsinstellingen, bibliotheken, arbeidsbureaus en welzijns- en zorginstellingen.

De *Landelijke Allochtonenkrant* heeft als doelstelling om allochtonen in Nederland op de hoogte te houden van ontwikkelingen in Nederland die voor hen van belang zijn. De nadruk wordt gelegd op een positieve invalshoek met betrekking tot werkgelegenheid, onderwijs, kunst en cultuur, et cetera. Verder is de *Allochtonenkrant* erop gericht om allochtonen in Nederland informatie te verschaffen over integratie in Nederland. De krant probeert haar lezers erop te wijzen dat aanpassing van evident belang is om goed te kunnen functioneren in Nederland. Het leren van de Nederlandse taal en het zich openstellen voor de ontwikkelingen in de Nederlandse samenleving worden zeer belangrijk bevonden. Het behoud van de eigen identiteit wordt absoluut niet afgekeurd, maar de krant benadrukt dat allochtonen in Nederland zich niet moeten afsluiten voor Nederlandse invloeden (Bink, 1999).

Communicatoronderzoek en lezerssurvey

In het nu volgende gedeelte zal een casestudy naar de *Weekkrant Suriname* en de *Landelijke Allochtonenkrant* worden besproken. Deze casestudy is tweedelig en bestaat uit een communicatoronderzoek en een lezerssurvey. Deze studie beoogt inzicht te verschaffen in de dagelijkse journalistieke praktijk van de makers (werkzaamheden, doelstellingen, e.d.) en de lezers (socio-demografisch profiel, voorkeuren en behoeften) van de *Weekkrant Suriname* en de *Landelijke Allochtonenkrant*.

Voor het theoretisch kader van het communicatoronderzoek is gebruikgemaakt van het encoding-decodingmodel van Stuart Hall (1980). In zijn artikel *Encoding/Decoding* ontwikkelde hij een theorie over culturele productie en receptie (zie ook Turner, 1996). Hall beweert dat er geen garantie bestaat dat een verzonden boodschap ook aankomt bij de ontvanger. Elk moment binnen het communicatieproces, vanaf de oorspronkelijke samenstelling van de boodschap (*encoding*) tot het moment van lezen en begrijpen van de boodschap (*decoding*), heeft zijn eigen determinanten en situatietekenen. Hall benadrukt dat de productie en consumptie van de boodschap worden bepaald door velerlei invloeden, zoals de discoursen van het gebruikte medium, de discursieve context waarin de compositie van de boodschap plaatsvindt, en de technieken die worden gebruikt om de boodschap bij de gebruiker te krijgen. Het moment van ontvangst van de boodschap is, net zoals de constructie van de boodschap, een actieve, interpretatieve en sociale gebeurtenis. Het publiek kan niet worden gezien als een uniforme massa; het bestaat uit verschillende sociale groepen, die allen hun eigen dominante ideologieën en betekenissen hanteren. Daarom is er een grote kans dat er een kloof bestaat tussen de interpretatie van de maker van de boodschap en die van de ontvanger, wat misverstanden tot gevolg kan hebben (Turner, 1996). Nederlandse (of 'westerse') programmamakers en journalisten produceren 'teksten' vanuit hun 'mentale programmering': de normen, waarden en symbolen die zij (onbewust) aangeleerd hebben. In deze teksten represente-

ren zij 'de werkelijkheid' zoals die voor hen bestaat. Het ligt voor de hand dat hun boodschappen bij kijkers/lezers die eenzelfde wereldbeeld hante- ren en die vanuit eenzelfde 'mentale programmering' betekenissen geven, voor een groot deel overkomen zoals zij bedoeld hebben. Echter, kijkers en lezers vanuit een andere cultuur, met een ander wereldbeeld en die andere betekenissen verlenen, zullen waarschijnlijk een deel van de boodschap anders lezen en interpreteren.

Het lezerssurvey houdt verband met de uses-en-gratificationsbenadering, een perspectief dat de ontvanger van massacommunicatieve boodschappen centraal stelt. De uses-en-gratificationsbenadering heeft als uitgangspunt een aantal menselijke behoeften die het gedrag sturen. Uit het samengaan van behoeften en bepaalde individuele of sociale kenmerken enerzijds, en structuren in de omringende maatschappij anderzijds, resulteert een bepaalde samenloop van alledaagse, individuele problemen. Deze proble- men leiden tot motieven om op zoek te gaan naar mogelijkheden voor probleemoplossingen (*gratifications*). Hieruit ontstaan bepaalde handelingspa- tronen: het gebruik (*uses*) van media of andere, niet-mediagerelateerde activiteiten (Renckstorf & Wester, 1995). Mediagebruik is gericht op het bevredigen van interesses die verband houden met bepaalde problemen die voor het handelende individu in zijn/haar alledaagse sociale, persoonlijke en culturele situatie subjectief aanwezig zijn. Mediagebruik wordt dus niet beschouwd als een 'toevallig' gebeuren, noch als bepaald door het media- aanbod, maar als vorm van sociaal handelen. Het sociale handelen wordt daarbij opgevat als het zich 'probleemgericht', 'doelgericht', kortom 'inten- tioneel' gedragen, dat gebaseerd is op een subjectieve definitie van de situ- atie (Renckstorf, 1994).

Communicatoronderzoek: doel en werkwijze

De doelstelling van het onderzoek onder de journalisten van de *Weekkrant Suriname* en de *Landelijke Allochtonenkrant* kan als volgt worden omschre- ven: inzicht krijgen in de manier waarop de vaste medewerkers binnen de uitgeverij van de *Weekkrant Suriname* en de *Landelijke Allochtonenkrant*, Casas Media bv, functioneren, welke vragen ze hebben ten aanzien van de lezer en zodoende richting geven aan het lezerssurvey.

Onder 'vaste medewerkers' wordt in dit onderzoek verstaan: diegenen die betrokken zijn bij het totstandkomen van de berichtgeving in de *Weekkrant Suriname* en de *Landelijke Allochtonenkrant*, dat wil zeggen diegenen die informatie verzamelen, teksten schrijven, meedenken over het te voeren beleid en contacten onderhouden met andere instanties die zich met al- lochtonen bezighouden. Er is gekozen voor het houden van diepte-inter- views onder acht vaste medewerkers van Casas Media bv. Er moest meer inzicht verkregen worden in onder meer de achtergrond en inhoud van de kranten, de manier waarop de berichtgeving tot stand komt, de doelstellin- gen, de afzonderlijke werkzaamheden van de medewerkers, de financie- ring en de aanwezige en gewenste kennis omtrent het lezerspubliek. De interviewgide bestond uit een aantal vaste en een aantal variabele onder- werpen (Bink, 1999).

De methode die voor de communicatorstudie gehanteerd is, is het zoge- naamde elite-interview. In het elite-interview is de vraagstelling gericht op de beschrijving van individuele gevallen en op het ontdekken, formuleren

en typeren van kenmerken en begrippen met het oog op theorievorming. Bij het elite-interview is de geïnterviewde een professional die geacht wordt veel waardevolle kennis te bezitten omtrent het onderwerp van onderzoek. In dit onderzoek werden professionele journalisten geïnterviewd.

Lezerssurvey: doel en werkwijze

De doelstelling van de lezerssurvey luidt als volgt: bijdragen aan een betere afstemming van de inhoud van de *Weekkrant Suriname* en de *Landelijke Allochtonenkrant* op het lezerspubliek door inzicht te verkrijgen in de kenmerken van lezers van de *Weekkrant Suriname* en de *Landelijke Allochtonenkrant*, hun specifieke voorkeuren en behoeften omtrent de inhoud van de kranten en de mate waarin lezers geïntegreerd zijn in de Nederlandse samenleving. In dit onderzoek zal verstaan worden onder de term 'lezers' (of 'lezerspubliek') die bevolkingsgroepen waar de *Weekkrant Suriname* en de *Landelijke Allochtonenkrant* zich voornamelijk op richten, namelijk de Surinamers, Turken, Marokkanen en Antillianen, en onder hen diegenen die ten minste bekend zijn met de inhoud van de *Weekkrant Suriname* en de *Landelijke Allochtonenkrant*.

De kwantitatieve gegevens omtrent het lezerspubliek van de *Weekkrant Suriname* en de *Landelijke Allochtonenkrant* werden aan de hand van een driemaal in de *Landelijke Allochtonenkrant* verschenen vragenlijst verzameld (in de week van 12 augustus, 19 augustus en 23 september 1998). De vragenlijst had betrekking op kenmerken van het lezerspubliek (zoals leeftijd, geslacht, nationaliteit, beroep, opleiding) en tevens kwamen hun voorkeuren en verwachtingen met betrekking tot de inhoud en vorm van de kranten aan bod. Ook werden er enkele vragen gesteld omtrent de mate van integratie in de Nederlandse samenleving.

Resultaten

Resultaten communicatoronderzoek

We zullen nu eerst ingaan op de belangrijkste resultaten van het communicatoronderzoek. Dit onderzoek richt zich voornamelijk op het vaststellen van de werkzaamheden van de vaste medewerkers van de *Weekkrant Suriname* en de *Landelijke Allochtonenkrant*, hun visie op de doelstelling van beide kranten en de wijze waarop ze de lezerssurvey vorm willen geven.

De werkzaamheden van de vaste medewerkers bestaan hoofdzakelijk uit het doen van research, het schrijven van artikelen, coördinatiewerkzaamheden op het administratieve, organisatorische en financiële vlak en het onderhouden van contacten met journalisten, adverteerders en lezers. Over de doelstellingen zijn de meeste vaste medewerkers eensgezind. De doelstelling van de *Weekkrant Suriname* komt op het volgende neer: de Surinamers in Nederland (en in andere landen waar de *Weekkrant Suriname* wordt gelezen) op de hoogte houden van de politieke en sociaal-economische ontwikkelingen in Suriname waardoor enige binding met het thuisland bewaard kan worden. Verder wordt er veel belang gehecht aan een positieve beeldvorming van Surinamers in Nederland. Dit laatste aspect komt ook naar voren in de doelstelling van de *Landelijke Allochtonenkrant*, alleen gaat het hier dan om een positieve beeldvorming

van allochtonen in het algemeen. De belangrijkste doelstelling van de *Landelijke Allochtonenkrant* wordt unaniem in verband gebracht met het bevorderen van integratie van allochtonen in Nederland. Men is van mening dat allochtonen zich in Nederland moeten aanpassen om zich hier goed te kunnen handhaven. De verbondenheid met het land van herkomst hoeft integratie niet in de weg te staan.

De vaste medewerkers proberen deze doelstellingen te bereiken door een zo correct mogelijk beeld te geven van de (politieke) situatie in Suriname, door oplossingen voor problemen aan te reiken die allochtonen in Nederland tegen kunnen komen, door ook de positieve kant van de situatie van allochtonen in Nederland te belichten en door zoveel mogelijk contact te onderhouden met de lezers.

De belangrijkste nieuwswaarde van beide kranten is, dat alle berichten die in de kranten verschijnen, betrekking moeten hebben op de doelgroep. Verder moet het nieuws actueel zijn, zuiver (vooral in het geval van de *Weekkrant Suriname*) en bijdragen aan de doelstellingen van de kranten. De relatieve nieuwsaandacht is nogal eens aan verschuivingen onderhevig. De medewerkers vinden over het algemeen dat de kranten met hun tijd mee moeten gaan en proberen daarom ook meer jongeren bij de kranten te betrekken. Objectiviteit van de berichtgeving wordt wel nagestreefd, maar is niet altijd realiseerbaar. De *Weekkrant Suriname* neemt een duidelijk politiek standpunt in en is hierdoor niet op dezelfde wijze objectief in zijn berichtgeving over Suriname als de grote landelijke dagbladen.

Uit ons onderzoek bleek dat de kennis omtrent het lezerspubliek bij de vaste medewerkers beperkt is, onder meer vanwege het ontbreken van uitgebreid en regelmatig lezersonderzoek. De medewerkers zijn het meest benieuwd naar de onderwerpen die de lezers graag in de kranten zouden willen zien en naar hun tevredenheid met het huidige aanbod. Ook heeft men behoefte aan kennis omtrent de waardering van de opmaak en leesbaarheid van de kranten. Ten slotte is meer informatie omtrent de gevoelens met betrekking tot integratie in Nederland van de lezers gewenst.

Resultaten lezerssurvey

De lezerssurvey richt zich op het onderzoeken van de wensen en leesbehoeften van de lezers van de *Weekkrant Suriname* en de *Landelijke Allochtonenkrant*. Ook wordt onderzocht wat de kenmerken van het lezerspubliek zijn en de mate van integratie in de Nederlandse samenleving. De resultaten van de lezerssurvey zijn gebaseerd op een zeer klein gedeelte van de theoretische populatie. Het onderzoek heeft in totaal slechts 115 ingevulde enquêtes opgeleverd. De totale oplage van de *Landelijke Allochtonenkrant*, waarin de enquête driemaal is geplaatst, bedraagt 120.000 exemplaren. Het aantal verwerkte enquêtes bedraagt dus nog geen 0,1% van de totale oplage. De uitspraken die gedaan worden, zijn daarom niet zonder meer te veralgemenen naar het globale lezerspubliek, maar slechts een indicatie van wat er leeft bij de lezers.

We zullen als eerste de belangrijkste kenmerken omschrijven van de respondenten die de *Weekkrant Suriname* en de *Landelijke Allochtonenkrant* lezen. Er is gebleken dat de groep respondenten (van zowel de *Weekkrant Suriname* als de *Landelijke Allochtonenkrant*) voornamelijk uit mannen bestaat. De gemiddelde leeftijd ligt tussen de 36 en 57 jaar en de meeste

respondenten zijn van Surinaamse afkomst. Verder is het merendeel van de respondenten hoger opgeleid en heeft men een baan in het onderwijs, in de medische sector of bij de overheid en een hoog netto maandinkomen. Na analyse van de verspreiding van de verschillende respondenten over Nederland, blijkt dat de meerderheid in de Randstad woont, waarvan het meest in de steden Amsterdam, Den Haag en Rotterdam. Alle respondenten beheersen de Nederlandse taal redelijk tot zeer goed, wat ook niet verwonderlijk is, aangezien zowel de *Weekkrant Suriname* als de *Landelijke Allochtonenkrant* uitsluitend in het Nederlands wordt uitgegeven.

Vervolgens zullen de specifieke behoeften en voorkeuren van de respondenten met betrekking tot de redactionele inhoud van de *Weekkrant Suriname* en de *Landelijke Allochtonenkrant* worden omschreven. De meeste lezers van de *Weekkrant Suriname* zijn zeer geïnteresseerd in de politiek inhoudelijke aspecten van de *Weekkrant Suriname*, zowel wat betreft de buitenlandse, Surinaamse politiek als de binnenlandse, Nederlandse politiek met betrekking tot Suriname. De lezers van de *Landelijke Allochtonenkrant* tonen voornamelijk interesse voor de binnenlandse politiek met betrekking tot allochtonen. De meeste respondenten vinden dat interviews met succesvolle allochtonen een belangrijke aanvulling vormen op het nieuws in de *Weekkrant Suriname* en de *Landelijke Allochtonenkrant*. Ook vindt een meerderheid dat er niet minder aandacht aan politiek besteed moet worden. Wat de lezers van de *Weekkrant Suriname* betreft, vindt ongeveer de helft dat de politieke berichtgeving in de *Weekkrant* te gekleurd is en vindt de andere helft dat dit niet het geval is. Verder pleit een meerderheid van de respondenten voor meer 'human interest'-berichten in de kranten en een minderheid voor meer sport. Ten slotte hebben de meeste respondenten behoefte aan bredere en diepere informatie in de *Weekkrant Suriname* en de *Landelijke Allochtonenkrant*. De lezers van de *Weekkrant Suriname* lezen de krant voornamelijk om op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen in Suriname; de lezers van de *Landelijke Allochtonenkrant* om op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen van allochtonen in Nederland.

De respondenten beschikken over een kritische blik ten opzichte van beide kranten. Veel respondenten missen bepaalde onderwerpen in de krant of willen dat aan sommige onderwerpen meer of minder aandacht wordt besteed. Zo blijken veel lezers van de *Weekkrant Suriname* een grote waarde te hechten aan interviews en uitingen van kunst en cultuur. Men wil graag dat hier nog meer aandacht aan wordt besteed. Ook pleiten sommige respondenten voor meer actueel en positief nieuws in de *Weekkrant Suriname*. De onderwerpen die door meerdere respondenten in de *Weekkrant* gemist worden, hebben betrekking op sport, vakantie, familieberichten en kerknieuws. Verder geeft men aan dat er meer aandacht besteed moet worden aan lokaal/regionaal Surinaams nieuws, 'human interest'-berichten, economisch nieuws en informatie over werk. Enkele respondenten uiten een wens voor minder politieke onderwerpen in de *Weekkrant Suriname*.

De lezers van de *Landelijke Allochtonenkrant* willen meer kritische opinie in de *Allochtonenkrant* en meer informatie over arbeidsvoorziening te lezen krijgen. Ook vinden enkele lezers dat er meer aandacht besteed moet worden aan kunst en cultuur, goede interviews, scholing, achtergrondartikelen en politiek. Het onderwerp sport wordt door een enkeling gemist in de *Landelijke Allochtonenkrant*. Maar met betrekking tot de *Allochtonenkrant* zijn er weinig onderwerpen die echt gemist worden, men wil juist méér

aandacht voor bepaalde onderwerpen die in de krant al aan de orde komen. Het meest opvallende kritiekpunt dat door veel respondenten wordt geuit, is de grote hoeveelheid taalfouten in de kranten. Een andere, veel voorkomende opmerking betreft het verzoek om de *Landelijke Allochtonenkrant* los te koppelen van de *Weekkrant Suriname*. Men hoopt hierdoor ook op een prijsverlaging van de *Weekkrant Suriname*. Ook vinden een aantal respondenten dat een meer objectieve benadering ten opzichte van de onderwerpen in de kranten op zijn plaats zou zijn. Enkele lezers van de *Weekkrant Suriname* geven aan dat de *Weekkrant* 'Surinaamser' moet worden door meer nieuws uit Suriname te plaatsen en minder uit Nederland, en dat het nieuws een wat meer positieve ondertoon mag krijgen. Enkele lezers van de *Landelijke Allochtonenkrant* vinden dat de krant een andere naam moet krijgen. Zij hebben moeite met het woord 'allochtoon'. Ten slotte pleiten enkele lezers van de *Weekkrant Suriname* voor een samenwerking van deze krant met andere (Surinaamse) kranten of tijdschriften.

Wat betreft de mate van integratie in de Nederlandse samenleving, is gebleken dat veel allochtone respondenten al geruime tijd in Nederland wonen. Ruim een derde van de respondenten is bovendien in Nederland geboren. De respondenten zijn dus waarschijnlijk grotendeels vertrouwd met (de normen en waarden van) de Nederlandse samenleving. Dit blijkt ook uit hun goede kennis van het Nederlands en het feit dat ze bijna allemaal de Nederlandse taal thuis spreken. De respondenten is ook gevraagd naar hun gevoelens van integratie en acceptatie in de Nederlandse samenleving. Er is gebleken dat de meesten zich wat dat betreft op hun gemak voelen. Slechts een klein deel geeft aan zich soms niet geaccepteerd te voelen. Verder vinden de meeste respondenten het niet moeilijk om zich aan te passen in Nederland. We kunnen dus concluderen dat onze respondenten zich over het algemeen geïntegreerd voelen in de Nederlandse samenleving.

Discussie en conclusie

Over het algemeen zijn de lezers van de *Weekkrant Suriname* en de *Landelijke Allochtonenkrant* tamelijk tevreden met beide kranten. Soms missen ze nog bepaalde onderwerpen of vinden ze dat er aan bepaalde onderwerpen nog meer aandacht moet worden besteed. De meeste kritiekpunten hadden betrekking op de *Weekkrant Suriname*. Dit heeft waarschijnlijk te maken met het feit dat de (voornamelijk Surinaamse) lezers zich erg betrokken voelen bij deze krant omdat de krant zich speciaal op Surinamers richt. De *Landelijke Allochtonenkrant* is wat ruimer van opzet en richt zich op allochtonen in het algemeen. De betrokkenheid bij deze krant is dan toch wat minder, ook omdat veel lezers de krant lezen als bijlage bij de *Weekkrant Suriname*.

Als we nu kijken naar de ontwikkelingen op de bladenmarkt en de resultaten van de casestudy, dan blijkt dat er onder allochtonen een enorme behoefte is aan kranten en tijdschriften die zich specifiek op etnische minderheden in Nederland richten. Er verschijnen regelmatig nieuwe bladen over de multiculturele samenleving op de markt, alhoewel het voor een aantal bladen moeilijk blijkt om het hoofd boven water te houden bij gebrek aan financiële middelen.

In het licht van de gebruikspatronen en wensen en behoeften van allochtonen ten aanzien van media-inhouden, verwijzen we nog even naar een

kwalitatief onderzoek over de informatiebehoefte van etnische minderheden in Nederland (d'Haenens et al., 2000). Hieruit bleek dat de informatievoorziening naar allochtonen toe in Nederland nog verre van optimaal is. Er wordt nog te weinig rekening gehouden met de wensen van de allochtone mediagebruiker. Deze ontevredenheid volgt onder andere uit het gemis van praktische informatie en informatie uit het herkomstland. Vooral de oudere generatie allochtonen heeft nog sterk behoefte aan informatie uit het geboorteland, voornamelijk om de binding met dit land te behouden. Deze behoefte aan binding met het herkomstland komt voort uit gevoelens van nostalgie, men is vertrouwd met de cultuur van dit land en men probeert deze binding te behouden. Een veel geuite vorm van kritiek onder allochtonen blijkt de ontevredenheid over de mate van herkenning in de Nederlandse media. Allochtonen zien zichzelf niet terug in het media-aanbod, terwijl hier wel een grote behoefte aan is. Zowel jongere als oudere allochtonen kunnen zich niet identificeren met het beeld dat door de media van de Nederlandse samenleving wordt gegeven. Dit beeld wordt vaak als eenzijdig en negatief ervaren. Hierdoor ontstaat de behoefte aan aanvullende media, die zich meer specifiek op allochtonen richten. Deze behoefte wordt ten dele bevredigd door het kijken naar televisiezenders uit het herkomstland. Het Internet zou hierbij ook de rol van een aanvullend medium kunnen gaan vervullen. Internet heeft als interactief medium goede mogelijkheden om allochtone lezers te trekken. Er is op Internet plaats voor reflectie, commentaar en discussie met betrekking tot die onderwerpen die allochtonen aanspreken. Het creëren van zulke discussieplatforms kan een positieve invloed hebben op het identificatieproces bij allochtonen. Naast de gedrukte media zijn ook op Internet initiatieven te vinden van informatie en berichtgeving voor en over etnische minderheden. Het *NRC Handelsblad* heeft bijvoorbeeld een site met de naam *Dossier Suriname* waar alle artikelen over Suriname worden gepresenteerd, een dossier over de Nederlandse Antillen en een dossier over de multiculturele samenleving in het algemeen. Ook *Trouw* heeft een dossier *Asielzoekers*. Andere elektronische kranten zijn *Amigoe* en *Antillena News Network*, beide gericht op Antillianen en Arubanen (Demmenie & Spits, 1999).

Uit hetzelfde onderzoek van d'Haenens et al. (2000) kwam naar voren dat vooral veel jongere allochtonen zich steeds meer op het Internet gaan richten. Ze hebben behoefte aan een snelle verbinding met het thuisland en zoeken naar herkenbaar nieuws op het net. Daarom is het belangrijk dat er aan deze behoefte tegemoet wordt gekomen. Enkele sites die zich speciaal richten op Marokkaanse jongeren, zoals *Maghreb-on-line* en *Maroc.nl*, blijken immens populair. *Maghreb-on-line* (www.maghreb.nl) heeft onder meer een forum, een chatbox, het laatste nieuws rondom Marokkanen in Nederland, aankondigingen van evenementen en recensies van Marokkaanse boeken. *Maroc.nl* (www.maroc.nl) is vier jaar geleden opgezet en biedt veel informatie over Marokkaanse zaken. De website biedt onder meer een chatroom en een prikbord aan, die zeer druk worden bezocht. Volgens de prikbordbeheerder worden er per jaar meer dan 50.000 berichten en reacties geplaatst. Jongeren brengen zelf onderwerpen in, waar anderen vervolgens op kunnen reageren. Vooral thema's zoals liefde en huwelijk blijken populair te zijn (Brouwer, 2001). Zoals we hebben kunnen zien, verschijnen er geregeld nieuwe bladen voor en door etnische minderheden op de markt, die al snel wegens een tekort

aan financiële middelen weer verdwijnen. Het Internet lijkt de mogelijkheid te bieden om deze problemen te kunnen omzeilen. Vooral onder jongeren heeft het Internet zich ontwikkeld tot een belangrijk communicatiemiddel. Via speciaal op allochtone jongeren gerichte websites wordt er druk onderling gechat en gediscussieerd over problemen waar deze jongeren tegen aanlopen in de Nederlandse samenleving. Deze sites blijken dan ook een belangrijk middel om uiting te geven aan hun identiteit. Een online-krant of tijdschrift gericht op etnische minderheden kan een goede bron van informatie zijn, aangezien steeds meer mensen toegang krijgen tot Internet, ook (jonge) allochtonen. Het is nu de vraag of er voldoende marktrijpe initiatieven ontplooid kunnen worden om de (on line) bladenmarkt gericht op etnische minderheden met duidelijk potentieel blijvend van de grond te krijgen.

Literatuur

- Bink, S.** (1999). *Weekkrant Suriname & Landelijke Allochtonenkrant. De makers en lezers nader belicht*. Nijmegen: Katholieke Universiteit Nijmegen (niet uitgegeven doctoraalscriptie).
- Brouwer, L.** (2001). 'Moslimjongeren en internet: een verkenning'. *Begrip*, 27(2): 50-60.
- Demmenie, J. & Spits, N. E.** (1999). *Bladen voor culturele minderheden in Nederland. Een inventarisatie van gedrukte media (kranten, tijdschriften, nieuwsbrieven, informatiebulletins) gemaakt voor en door culturele minderheden in Nederland*. Den Haag: Bedrijfsfonds voor de Pers.
- Demmenie, J.** (2000). *Print media for Ethnic Minorities in Europe. Case study: The Netherlands*. Brussel: Internationale Federatie voor Journalisten.
- Feringa, M.** (2001). 'Carrièreblad en glossy voor jonge allochtoon'. *Adformatie*, 10. Alphen a/d Rijn: Samsom.
- d'Haenens, L., Beentjes, H. & Bink, S.** (2000). 'Mediabeleving van allochtonen in Nederland. Kwalitatief onderzocht'. In: Bedrijfsfonds voor de Pers, *Pluriforme Informatie in een Pluriforme Samenleving* (pp. 44-112). Den Haag: Bedrijfsfonds voor de Pers.
- Hall, S.** (1980). 'Encoding/decoding'. In: S. Hall, D. Hobson & P. Lowe (red.), *Culture, Media, Language: Working targets in Cultural Studies, 1972-1979* (pp. 128-138). Londen: Hutchinson.
- Renckstorf, K.** (1994). *Mediagebruik als sociaal handelen. Een handelstheoretische benadering voor communicatiewetenschappelijk onderzoek*. Nijmegen: ITS.
- Renckstorf, K. & Wester, F.** (1995). 'Varianten van communicatiewetenschappelijk onderzoek: methodische en theoretische achtergronden'. In: H. Hüttner, K. Renckstorf & F. Wester (red.), *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap* (pp. 17-38). Houten: Bohn Stafleu van Loghum.
- Turner, G.** (1996). *British Cultural Studies. An Introduction*. Londen: Routledge.

Summary

Susan Bink

Print Media for Ethnic Minorities in the Netherlands: A New Market?

This article focuses on the numbers and characteristics of the print media for ethnic minorities

in the Netherlands. A study on the visions and aspirations of the editors and readers of two important weeklies on the Dutch multicultural society, the '*Weekkrant Suriname*' and the '*Landelijke Allochtonenkrant*', is described.

Determinanten voor bezit en gebruik van nieuwe media door allochtone jongeren in Nederland

Het uitgangspunt van voorliggende studie is na te gaan in welke mate naast socio-demografische kenmerken (sekse, leeftijd, opleiding, SES en land van herkomst) ook cultuurspecifieke eigenschappen (bijv. religie, culturele origine en culturele afstand van allochtone jongeren ten opzichte van autochtone Nederlandse jongeren) optreden als beïnvloeders van mediabezit en -gebruik onder allochtone jongeren in Nederland. De nadruk zal hierbij liggen op de 'nieuwe' media (pc thuis, Internet, e-mail en gsm). Hieraan gekoppeld stellen wij ons de vraag of, en zo ja in hoeverre, allochtone jongeren een achterstand hebben in toegang tot nieuwe media, met name de pc en het Internet. Drie numeriek belangrijke groepen allochtone jongeren zullen worden belicht: Turken, Marokkanen (als voorbeelden van grotere culturele afstand ten opzichte van autochtone Nederlandse jongeren) en Surinamers (met kleinere culturele afstand ten opzichte van autochtone Nederlandse jongeren). Ter toetsing is een controlegroep van autochtone Nederlandse jongeren ingesteld.

Inleiding

We stellen vast dat reeds bestaande, Nederlandse studies omtrent het media-bezit en -gebruik van informatie- en communicatietechnologieën (ICT) zich bijna uitsluitend richten op socio-demografische kenmerken zoals sekse, leeftijd, opleiding en inkomen als mogelijke determinanten voor mediabezit en -gebruik; etnisch-culturele origine wordt hierbij niet meegenomen als mogelijke beïnvloeder of voorspeller (vgl. Van Dijk & De Haan, 1998; Van Dijk et al., 2000). Studies over het mediagedrag van allochtonen schenken bovendien uiterst weinig aandacht aan het bezit en het gebruik van ICT. Brants et al. (1998) inventariseerden het relatief geringe onderzoek rond media en migranten in Nederland. Tot voor kort het enige grootschalige onderzoek in Nederland naar de toegang tot en het gebruik van media door allochtonen werd verricht door Veldkamp Marktonderzoek (1999, 1998, 1996). Het Sociaal en Cultureel Planbureau heeft in een zeer recente studie,

Cindy van Summeren is Junior Onderzoeker en Leen d'Haenens is hoofddocent bij The Nijmegen School of Communication Research, Katholieke Universiteit Nijmegen. Correspondentie aan de eerste auteur: KUN/NICOR, Postbus 9104, 6500 HE Nijmegen.
E-mail: c.vansummeren@maw.kun.nl

Van huis uit digitaal (De Haan et al., 2002), op basis van een scholensurvey 1213 leerlingen ondervraagd over hun computervaardigheden en de rol van ICT op school. Ook allochtone leerlingen maakten deel uit van de steekproef. Onder hen bleken de Marokkaanse en Turkse leerlingen de grootste ICT-achterstand te hebben: zij bleken dan ook vaak ter compensatie de pc in de openbare bibliotheek te gebruiken en behoren tot die groep die het meest frequent de schoolcomputers raadplegen om informatie op te zoeken. De studie ging na in hoeverre de invloed van de opleiding en de thuissituatie hun bijdrage leveren tot deze waargenomen verschillen. De sociale achtergrond (d.w.z. kenmerken van de ouders, aanwezigheid van één of meer pc's thuis) bood de beste verklaring voor de verschillen in digitale vaardigheden. Ander onderzoek waarin de etnische dimensie wordt bestudeerd, bestaat meestal uit beperkte ad hoc samengestelde steekproeven, case-study's en ongepubliceerd materiaal waarvan het wetenschappelijk karakter veelal te wensen overlaat. De aandacht voor nieuwe, interactieve media bij allochtone jongeren blijft – ook in de Veldkampstudies – uiterst beperkt: als er al gegevens over zijn, gaan de resultaten niet verder dan de numerieke beschrijving van mediabezit (aantallen toestellen) en het mediagebruik (in minuten per dag). Wanneer het gaat om allochtone jongeren is het van belang aandacht te besteden aan de maatschappelijke context waarin deze jongeren leven, namelijk de oriëntatie op het land waarin het merendeel van de allochtone jongeren is geboren en getogen (Nederland) en de oriëntatie op het land van herkomst (in deze studie Turkije, Marokko of Suriname). Indien we alleen aandacht zouden schenken aan de positie van de ondervraagde allochtone jongeren in de Nederlandse samenleving, gaan we voorbij aan een voor hen essentieel deel van hun bestaan (Strijp, 1997). Klatter-Folmer (1997) benadrukt het belang van sociaal-culturele oriëntatie als onderzoeksvariabele. De eerste generaties allochtonen in Nederland zijn immers vaak geconfronteerd met veel veranderingen, bijvoorbeeld op het gebied van gezin, arbeid en onderwijs. Dit leidde in veel gevallen tot gevoelens van sociale ambivalentie, vervreemding of identiteitsproblemen. 'Deze nieuwe en vaak verwarrende start van vele allochtone families in Nederland is van invloed geweest op de primaire socialisatie van tweede en volgende generaties en kan dan ook niet los worden gezien van het sociaal-culturele klimaat waarin huidige generaties allochtone leerlingen functioneren' (Klatter-Folmer, 1997: 32). Onderzoek van Van Heelsum (1997) beschrijft de etnisch-culturele positie van de tweede generatie Surinamers. In tegenstelling tot de onderzoeken waarin alleen de standaard socio-demografische kenmerken met betrekking tot mediabezit en -gebruik worden belicht, willen wij in deze studie in navolging van Klatter-Folmer (1997) en Van Heelsum (1997) het belang van de etnisch-culturele positie als onderzoeksvariabele benadrukken. Wij willen de in deze studie nieuw aangemaakte variabele etnisch-culturele positie in competitie met de gangbare socio-demografische kenmerken evalueren op haar voorspellende karakter met betrekking tot mediabezit en -gebruik van 'nieuwe' media. Onze vertrekassumptie is dat naast de socio-demografische kenmerken sekse, leeftijd, opleiding en SES, ook de religie en etnisch-culturele positie van Turkse, Marokkaanse en Surinaamse jongeren in Nederland van invloed zijn op enerzijds het mediabezit en anderzijds het gebruik van 'nieuwe' media. Uiteindelijk trachten we in voorliggend onderzoek een brug te slaan tussen het bezit en gebruik van 'nieuwe' media gekoppeld aan de standaard socio-

demografische kenmerken sekse, leeftijd, opleiding en SES, evenals aan religie en de nieuw in deze studie aangemaakte variabele etnisch-culturele positie van Turkse, Marokkaanse en Surinaamse jongeren in Nederland. Samenvattend richten we ons op de volgende centrale onderzoeksvraag: in welke mate zijn cultuurspecifieke eigenschappen, naast andere socio-demografische kenmerken, determinanten voor het bezit en gebruik van 'nieuwe' media bij allochtone jongeren (in vergelijking met autochtone Nederlandse jongeren)?

Methode

Deelnemers

In voorliggend onderzoek is gebruikgemaakt van een survey onder zowel allochtone (Turkse, Marokkaanse en Surinaamse) als autochtone Nederlandse leerlingen uit het voortgezet onderwijs (lwo/vmbo, havo/vwo) en middelbaar beroepsonderwijs (mbo). In navolging van Harmsen & Van der Heijdt (1993) verstaan wij onder allochtonen in deze studie personen van wie ten minste één van de ouders van Turkse, Marokkaanse of Surinaamse afkomst is of die zelf in één van deze drie landen geboren zijn. In dit onderzoek beschouwen wij die leerlingen van wie zowel de vader als de moeder in Nederland zijn geboren en getogen als autochtoon. Om te komen tot onze operationele populatie hebben we gekozen voor een aselechte steekproeftrekking uit het totale aanbod van scholen uit het voortgezet en middelbaar beroepsonderwijs in geheel Nederland. De betreffende scholen hebben we benaderd aan de hand van brieven, faxen en e-mails. De uiteindelijke operationele populatie bestaat uit acht scholen voor voortgezet onderwijs en vijf mbo-opleidingen.

Socio-demografische kenmerken

In de periode december 2000 tot en met mei 2001 is van alle geselecteerde scholen bij 366 allochtone leerlingen in de leeftijd van 12 tot en met 19 jaar een schriftelijke vragenlijst afgenomen. De verdeling tussen jongens en meisjes in de drie onderzochte allochtone groepen is redelijk evenredig verdeeld. De groep ondervraagde Turkse leerlingen is verreweg het grootst met in totaal 207 leerlingen, bestaande uit 108 jongens (52%) en 99 meisjes (48%). De groep ondervraagde Marokkaanse leerlingen bestaat uit 115 respondenten, waarvan 50 jongens (44%) en 65 meisjes (57%). Tot slot is de groep ondervraagde Surinaamse leerlingen met een aantal van 44 – te weten 20 jongens (46%) en 24 meisjes (55%) – het kleinst. Daar de in Nederland wonende Surinamers geconcentreerd zijn in het Westen en wij daar weinig scholen bereid hebben kunnen vinden deel te nemen aan ons onderzoek, is onze groep Surinaamse deelnemers klein. Bij de interpretaties van de Surinaamse gegevens is dan ook enige voorzichtigheid geboden. Het overgrote deel van de respondenten (52%) is afkomstig uit het voorbereidend middelbaar beroepsonderwijs (vmbo), 29% van de Turkse, Marokkaanse en Surinaamse deelnemers geniet onderwijs aan het middelbaar beroepsonderwijs (mbo) en een vijfde van de allochtone respondenten volgt een havo/vwo-opleiding. Crul (1994) stelt dat leerlingen van Turkse en Marokkaanse afkomst vaker op de mavo en het mbo zitten. Wytzes

(2001) stelt eveneens dat een overgrote meerderheid van de leerlingen uit etnische minderheidsgroepen naar het vmbo gaat. Tesser et al. (1999) geven aan dat dit het gevolg is van de achterstand die de allochtone leerlingen aan het einde van het basisonderwijs hebben opgelopen op hun autochtone Nederlandse klasgenoten.

Rekening houdend met de hierboven beschreven sekse, leeftijd en het opleidingsniveau van alle allochtone deelnemers, hebben we ter controle 98 autochtone Nederlandse leerlingen geselecteerd en hen een overeenkomstige vragenlijst laten invullen. Zo is bijvoorbeeld op basis van het percentage allochtone mannelijke 12- tot 14-jarige vmbo-leerlingen een evenredig percentage autochtone Nederlandse jongens binnen deze leeftijdsgroep en van dit onderwijstype geselecteerd. Het ging ons dus bij de selectie van de autochtone controlegroep om een (qua sekse, leeftijd en opleidingsniveau) vergelijkbaar samengestelde groep jongeren, en dus niet om een steekproef die de socio-demografische kenmerken van de autochtone Nederlandse jongeren zou reflecteren. Een dergelijke selectiebasis voor de controlegroep garandeert meteen dat genoteerde verschillen tussen de allochtone en autochtone groep niet toe te schrijven zijn aan verschillen in bijvoorbeeld opleidingsniveau.

Door de hoogst genoten opleiding van beide ouders te combineren met het beroep van beide ouders zijn we gekomen tot een driedeling in de Sociaal-economische Status (SES) van de onderzochte groep: lage, middelmatige en hoge SES. Door het lage opleidings- en beroepsniveau van een meerderheid van de Turkse (61%) en Marokkaanse (65%) ouders is er in deze groepen sprake van een zeer homogene onderzoeksgroep ten aanzien van het socio-demografische kenmerk SES. Bij de Surinaamse en autochtone Nederlandse ouders is sprake van meer spreiding in zowel het opleidings- als beroepsniveau, waardoor deze groepen minder homogeen zijn.

Religie

Vrijwel iedere ondervraagde Turkse en Marokkaanse leerling geeft aan het islamitische geloof aan te hangen. Bijna vier op de tien Surinaamse deelnemers zegt Hindoeestaan te zijn. Ruim een vijfde van de laatstgenoemde groep respondenten zegt niet godsdienstig te zijn. Van de deelnemende autochtone Nederlandse leerlingen zegt ruim twee derde geen geloof te belijden. Godsdienst speelt bij de Turkse en Marokkaanse respondenten een significant belangrijkere rol dan bij de Surinaamse en autochtone Nederlandse deelnemers het geval is ($V = .338$; $p = .000$). De vraag of de respondenten vinden dat ze veel en actief hun godsdienst belijden, hebben we gebruikt als maat voor religie. De oorspronkelijke vier antwoordcategorieën ('helemaal niet veel', 'niet zo veel', 'veel' en 'heel veel') hebben we gereduceerd tot de volgende twee mogelijkheden:

- 1 doet weinig aan godsdienst;
- 2 doet veel aan godsdienst.

Van de respondenten die aan godsdienst doen, geven significant meer Marokkanen (57%) en Turken (51%) dan Surinamers (33%) en autochtone Nederlanders (17%) aan dit (heel erg) veel te doen ($V = .208$; $p = .001$). Van de autochtone Nederlandse respondenten die aangeven religieus te zijn, geeft de overgrote meerderheid aan weinig actief te zijn op dit gebied.

Instrument

In navolging van Van Heelsum (1997: 24) beschouwen wij etnisch-culturele positie als 'de mate waarin leden van een bepaalde groep zichzelf primair als leden van een specifieke groep beschouwen en/of gedragen (positieverwerving) en de mate waarin zij door (het grootste deel van) de samenleving primair als vertegenwoordigers van een specifieke groep worden beschouwd en/of behandeld (positietoewijzing)'. Positieverwerving en -toewijzing zijn volgens Van Heelsum (1997) de twee theoretische dimensies van de etnisch-culturele positie.

Positieverwerving

Positieverwerving wordt opgesplitst in drie componenten, waarvan de eerste samenhangt met de vraag of men etnische groepen onderscheidt, ook wel groepsdifferentiatie genoemd. Dit onderdeel van positieverwerving is opgesplitst in de volgende drie observatietermen:

- 1 de houding ten opzichte van Turken/Marokkanen/Surinamers;
- 2 de houding ten opzichte van (autochtone) Nederlanders;
- 3 de mate waarin de deelnemers verschillen waarnemen tussen Turken/Marokkanen/Surinamers en autochtone Nederlanders.

Het is de bedoeling dat deze drie categorieën tezamen een dimensie van 'niet of nauwelijks georiënteerd op de Turkse, Marokkaanse dan wel Surinaamse groep' naar 'sterke oriëntatie op de Turkse/Marokkaanse/Surinaamse groep' opleveren.

De tweede component van de dimensie positieverwerving kan worden omschreven als etnische zelfdefinitie. In navolging van de studie van Van Heelsum (1997: 58) beschouwen wij 'de mate waarin iemand zichzelf als lid van een specifieke etnische groep definieert' als etnische zelfdefinitie. Om deze tweede component van positieverwerving te kunnen bepalen, hebben wij evenals Van Heelsum enerzijds een aantal uitspraken opgenomen die betrekking hebben op de affectieve kant van etnische zelfdefinitie zoals: 'Ik voel me sterk verbonden met de Turkse/Marokkaanse/Surinaamse gemeenschap.' Anderzijds zijn er stellingen gebruikt die de cognitieve kant van etnische zelfdefinitie benadrukken, bijvoorbeeld: 'Denk je meestal over jezelf als over een ...'

De derde component bevat onder andere vragen om de oriëntatie op contacten met personen in Turkije/Marokko/Suriname vast te stellen. Van Heelsum (1997: 66) verstaat hieronder 'de mate waarin men een voorkeur heeft voor of het plezierig vindt om bij het omgaan met mensen zich uitdrukkelijk te richten op Turken/Marokkanen/Surinamers'.

De drie hierboven genoemde componenten – groepsdifferentiatie, etnische zelfdefinitie en oriëntatie op contacten met personen in Turkije/Marokko/Suriname – vormen tezamen de dimensie etnisch-culturele positieverwerving.

Positietoewijzing

Positietoewijzing wordt door Van Heelsum (1997: 66) omschreven als 'de mate waarin men door de omgeving als lid van een specifieke groep wordt

beschouwd (belevingsaspect) en de mate waarin men op een specifieke manier bejegend wordt (gedragsaspect)'. Van Heelsum (1997) voegt hier wel aan toe dat er bij het gedragsaspect sprake kan zijn van zowel negatieve (discriminatie) als positieve bejegening.

Om te komen tot een uiteindelijke maat voor etnisch-culturele positie hebben we niet alle stellingen van Van Heelsum (1997) in ons onderzoek opgenomen, maar ons beperkt tot de voor deze studie meest relevant geachte stellingen. Ten eerste hebben wij immers in voorliggende studie voornamelijk gezocht naar een combinatie van mediagebruik en verschillende achtergrondkenmerken van allochtone jongeren. De etnisch-culturele positie van allochtone jongeren is hierbij weliswaar een belangrijke factor, maar blijft een onderdeel van een groter, allesomvattend geheel. De tweede reden is van een praktische aard: de keuze voor alle stellingen uit het onderzoek van Van Heelsum (1997) zou een dermate lange en moeilijke vragenlijst opleveren dat het voor de respondenten onmogelijk zou zijn geweest om alle vragen naar behoren in een tijdsduur van een lesuur in te vullen. Tevens hebben we enkele stellingen qua taal aangepast en een enkele stelling aan het geheel toegevoegd.

Uiteindelijk hebben we getracht aan de hand van 28 stellingen een maat voor de etnisch-culturele positie van de respondenten te creëren. Alle stellingen zijn zo ge(her)codeerd dat een hoge score correspondeert met een hoge mate van betrokkenheid bij het land van herkomst en het waarnemen van grote verschillen tussen enerzijds de eigen etnische groep en anderzijds de autochtone Nederlandse bevolking. Indien een respondent hoog scoort, kan hij of zij dus beschouwd worden als iemand die zich in sterke mate als Turk/Marokkaan/Surinamer ziet. Een lage score duidt daarentegen op respondenten die niet of slechts in geringe mate betrokken zijn bij het land van herkomst en geen of slechts kleine verschillen waarnemen tussen de eigen etnische groep en de autochtone Nederlandse bevolking. Zij beschouwen zich dan niet of nauwelijks als Turk/Marokkaan/Surinamer, maar zullen zich naar alle waarschijnlijkheid meer identificeren met autochtone Nederlanders.

Om na te gaan of alle items ook daadwerkelijk dezelfde dimensie meten, hebben we een homogeniteitstest uitgevoerd. De volgende drie stellingen hebben we verwijderd, daar ze opvallend slecht met de overige stellingen correleerden en het dus de vraag was of zij wel het beoogde hebben gemeten.

- Ik ben heel anders dan mijn ouders, omdat ik in Nederland ben geboren.
- Turken/Marokkanen/Surinamers zijn over het algemeen positief over Nederlanders.
- Ik vind het belangrijk om de Nederlandse taal te kunnen spreken.

De overige 25 items met een Cronbachs alfa van .82 tellen mee voor de bepaling van de score van elke respondent op zijn/haar etnisch-culturele positie in de Nederlandse samenleving. De totaalscore van elke respondent op deze variabele hebben we ondergebracht in lage, middelmatige of hoge mate van betrokkenheid jegens de etnische groep waartoe men zich rekent. Hieruit is naar voren gekomen dat binnen zowel de Turkse, Marokkaanse als Surinaamse groep alle respondenten zich middelmatig of sterk betrokken voelen bij het land van herkomst. Bij de Marokkaanse respondenten uit

ons onderzoek is deze betrokkenheid echter het sterkst, terwijl deze betrokkenheid bij de Surinamers het minst sterk aanwezig is (zie tabel 1).

Tabel 1
Etnisch-culturele positie
naar etnische origine (in
afgeronde percentages).

	Turken N = 162	Marokkanen N = 101	Surinamers N = 37	totaal N = 300
middelmatig	63	43	78	58
hoog	37	57	22	42

Vragenlijst

De gehanteerde vragenlijst is een zogenaamde gestandaardiseerde vragenlijst: zowel de formulering als de volgorde van de vragen ligt vast. De vragenlijst bevat voornamelijk gesloten vragen die gaan over toegang tot (bijv. 'Kun je thuis gebruikmaken van een computer?'), gebruik van (bijv. 'Hoeveel dagen per week maak je gebruik van de computer thuis?'), tijdsbesteding aan (bijv. 'Op de dagen dat je gebruik maakt van de computer thuis, hoe lang doe je dit dan gemiddeld per dag?') en functies van (bijv. 'Als ik me verveel ga ik ...') de onderzochte media. Verder zijn er vragen gesteld over persoonlijke gegevens die gerelateerd kunnen worden aan mediagebruik. Daarnaast hebben we de respondenten stellingen voorgelegd die betrekking hebben op hun etnisch-culturele positie.

Alvorens de definitieve vragenlijst samen te stellen, hebben we een pretest uitgevoerd. We hebben een vragenlijst aan telkens vijf allochtone leerlingen uit de drie onderzochte groepen voorgelegd om te kijken of er problemen waren met het lezen en begrijpen van de vragen. Daarnaast hebben we de leerlingen naar hun mening gevraagd over de inhoud van de vragenlijst. Op basis van deze pretest zijn er enkele veranderingen aangebracht in de formulering van een aantal vragen.

Resultaten

Mediabezit

Alvorens in te gaan op het gebruik van verschillende 'nieuwe' media, zullen we eerst een beknopt beeld schetsen van zowel het persoonlijk mediabezit (op de eigen slaapkamer) als de toegang tot media elders in huis van de Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en autochtone Nederlandse deelnemers. Zoals reeds eerder vermeld, gaat in dit artikel onze aandacht voornamelijk uit naar 'nieuwe' media. In tegenstelling tot het mediagebruik zullen we het mediabezit niet per medium afzonderlijk bespreken. Het mediabezit dient als context om te komen tot het belangrijkste onderdeel van het onderzoek: het mediagebruik. Mediabezit is immers een noodzakelijke, maar niet voldoende conditie voor mediagebruik. Het bezit van media kan dus een voorspellende factor zijn voor mediagebruik, maar betekent nog geen garantie voor mediagebruik.

Persoonlijk mediabezit

Opvallend is dat zowel alle deelnemende allochtone als autochtone Nederlandse jongens significant vaker over een spelcomputer op de eigen slaapkamer beschikken dan de deelnemende meisjes ($\varphi = -.337$; $p = .000$).¹ De slaapkamers van de jongens uit alle vier de onderzoeksgroepen zijn meer 'hightech' ingericht dan die van de meisjes; jongens beschikken vaker over nieuwe media-apparatuur. De mobiele telefoon heeft in een korte tijd een prominente plaats ingenomen met betrekking tot het persoonlijk mediabezit van jongeren. Gegevens uit de studie van Beentjes et al. (1998) naar het mediagebruik van kinderen en jongeren in Nederland, laten zien dat in 1997 slechts één procent van de ondervraagde jongeren van 12 tot 17 jaar in het bezit was van een gsm. Uit voorliggende studie komt echter naar voren dat zowel bij de allochtone als autochtone Nederlandse deelnemers de overgrote meerderheid (83%) ondertussen in het bezit is van een mobiele telefoon. Naarmate zowel de allochtone als autochtone Nederlandse respondenten ouder zijn, beschikken ze vaker over een mobiele telefoon. Respondenten uit het laagste sociaal-economische milieu beschikken vaker over een spelcomputer op hun eigen kamer dan de leerlingen uit de hogere sociaal-economische groepen.

Binnen de onderzochte groepen valt op dat Turkse jongens in vergelijking tot Turkse meisjes op hun eigen slaapkamer doorgaans significant frequenter de beschikking hebben over een spelcomputer, pc en/of (kabel)modem. Bij de Turkse respondenten is verder religie van significante invloed ($\varphi = .142$; $p = .046$) op het individueel mediabezit: de Turken die weinig aan godsdienst doen, zijn minder vaak persoonlijk in het bezit van een computer dan de Turkse respondenten die zeer actief een godsdienst belijden.

Opmerkelijk bij de deelnemende Marokkaanse jongens is dat zij in vergelijking tot de Marokkaanse meisjes frequenter in het bezit zijn van een spelcomputer en/of cd-rom. Hoe jonger de Marokkaanse respondenten zijn, hoe vaker zij persoonlijk in het bezit zijn van een cd-rom. De Marokkaanse respondenten uit een hoger sociaal-economisch milieu hebben vaker een kabelmodem op de eigen kamer dan de Marokkaanse respondenten uit de lagere sociaal-economische milieus.

Opvallend is dat geen enkel Surinaams meisje uit deze studie de mogelijkheid heeft om vanaf de eigen slaapkamer te internetten. De Surinaamse jongens hebben echter significant vaker een (kabel)modem op de eigen slaapkamer. Verder beschikken de jongste Surinaamse respondenten significant vaker over een spelcomputer op hun kamer dan de oudere Surinaamse deelnemers.

De autochtone Nederlandse jongens hebben in vergelijking tot de autochtone Nederlandse meisjes vaker de beschikking over een cd-rom op de eigen slaapkamer. Verder zijn binnen de autochtone Nederlandse groep de vmbo-leerlingen, in vergelijking tot de andere opleidingsniveaus, het meest frequent in het bezit van een spelcomputer.

Mediatoegang elders in huis

De 'nieuwe' media zijn in meer dan de helft van de gezinnen uit dit onderzoek gemeengoed geworden. Hierbij dient wel te worden opgemerkt dat er statistisch significante verschillen bestaan tussen de verschillende onder-

zoeksgroepen. De deelnemers uit de autochtone Nederlandse gezinnen beschikken bijvoorbeeld significant vaker over een pc ($V = .224$; $p = .000$) en/of cd-rom ($V = .246$; $p = .000$) dan de respondenten uit de allochtone gezinnen (zie tabel 2).

Tabel 2
Toegang tot 'nieuwe' media (pc, cd-rom en internet) elders in huis (niet op de eigen slaapkamer) (in afgeronde percentages).

	Turken N = 198	Marokkanen N = 108	Surinamers N = 44	Nederlanders N = 94	totaal N = 444
pc	53 ***	57	57	81	60
cd-rom	55 ***	51	48	82	59
Internet	50 ***	45	44	71	53

* $p \leq .05$; ** $p \leq .005$; *** $p \leq .001$

Ook heeft maar liefst 71% van de autochtone Nederlandse deelnemers vanuit huis toegang tot het Internet. Ongeveer de helft van de Turkse respondenten kan vanuit huis de digitale snelweg betreden. Van de deelnemende Marokkanen heeft 45% thuis de beschikking over een internetaansluiting en bij de Surinaamse respondenten ligt dit percentage op 44%. De allochtone deelnemers scoren in vergelijking tot de autochtone Nederlandse groep beduidend lager als het gaat om de toegang van Internet in de thuiscontext ($V = .201$; $p = .001$).

Verder kunnen we vaststellen dat de gezinnen met een hogere sociaal-economische achtergrond vaker de beschikking hebben over deze 'nieuwe' media dan de huishoudens uit de lagere SES-groepen. Hierbij gaat het voornamelijk om de autochtone Nederlandse deelnemers, aangezien slechts enkele allochtone deelnemers tot de hoogste SES-groep behoren. Het pc-bezit wordt bij de autochtone Nederlandse deelnemers significant bepaald door het opleidingsniveau: havo-, vwo- en mbo-leerlingen hebben in de thuiscontext vaker de beschikking over een pc en een (kabel)modem dan de vmbo-scholieren.

De Turkse deelnemers die actief hun religie belijden, kunnen significant eerder thuis gebruikmaken van een computer dan de Turkse respondenten die minder actief zijn op religieus gebied ($\phi = .217$; $p = .002$).

Mediagebruik

Het gebruik van 'nieuwe' media bij allochtone en autochtone Nederlandse jongeren in de leeftijd van 12 tot en met 19 jaar zal in onderstaande rubriek uiteen worden gezet. Hiertoe zullen we enerzijds het tijdbestedingspatroon in minuten per dag aan de orde stellen en anderzijds zullen we aandacht besteden aan de keuze voor verschillende toepassingen van de onderzochte 'nieuwe' media. Per medium zullen we telkens allereerst aangeven wat voor alle respondenten tezamen geldt. Daarna zal worden bekeken in hoeverre het mediagebruik tussen de verschillende onderzoeksgroepen overeenkomt dan wel verschillend is en ten slotte zullen we aandacht schenken aan de overeenkomsten en verschillen binnen de vier afzonderlijke onderzochte groepen.

Tabel 3
Gebruik 'nieuwe' media in
afgerond percentage
gebruikers ten opzichte
van totale populatie en in
gemiddeld aantal minuten
(afgerond) per dag (op
basis van gebruikers).

	Turken		Marokkanen		Surinamers		Nederlanders	
	%	min.	%	min.	%	min.	%	min.
pc-thuis	N = 207		N = 115		N = 44		N = 98	
	80	51	76	49	75	58	94	52
Internet	N = 205		N = 114		N = 44		N = 98	
	77	44	82	45	84	52	84	37
e-mail	N = 203		N = 115		N = 44		N = 98	
	50	22	50	16	50	24	70	13

Pc-gebruik thuis

Met betrekking tot de hoeveelheid tijd die gemiddeld per dag wordt besteed aan het gebruik van de computer thuis valt op dat zowel de allochtone als autochtone Nederlandse jongens de pc thuis significant langer gebruiken dan de meisjes (respectievelijk 73 en 45 minuten per dag). Ook maken de deelnemende jongeren die veel tijd besteden aan hun godsdienst thuis langer gebruik van de pc dan zij die minder actief zijn op religieus gebied ($\beta = .202$; $p = .003$).

De autochtone Nederlandse deelnemers maken thuis het meest gebruik van de computer, gevolgd door de Surinaamse respondenten. Van de daadwerkelijke computergebruikers in de thuiscontext zijn het de Surinaamse deelnemers die hieraan – uitgedrukt in minuten per dag – de meeste tijd besteden (58), gevolgd door de autochtone Nederlandse respondenten (52) en de Turkse deelnemers (51). De Marokkaanse deelnemers besteden de minste tijd aan het gebruik van de computer thuis (49).

In bijna vier op de tien gezinnen maakt de vader van de respondent wel eens gebruik van de computer in de thuissituatie. Hier is echter wel sprake van een duidelijke tweedeling: in de autochtone Nederlandse huishoudens maakt ruim 70% van de vaders wel eens gebruik van de computer thuis, op afstand gevolgd door Surinaamse vaders van wie niet meer dan 39% thuis achter de computer zit. Turkse (28%) en Marokkaanse (24%) vaders maken verreweg het minst gebruik van de computer thuis ($V = .377$; $p = .000$). Nog geen kwart van de moeders maakt thuis gebruik van de computer. Moeders van de autochtone Nederlandse deelnemers uit deze studie zitten thuis het meest achter de computer (50%), gevolgd door de moeders van de Surinaamse deelnemers (36%). Turkse (10%) en Marokkaanse (14%) moeders blijven hierbij ver achter ($V = .407$; $p = .000$). We merken dus op dat autochtone Nederlandse ouders in vergelijking tot de allochtone ouders thuis meer gebruikmaken van de computer.

Pc-toepassingen thuis

In de thuissituatie maken alle respondenten tezamen het meest gebruik van de computer om huiswerk te maken of spelletjes te spelen (zie tabel 4). Zowel allochtone als autochtone Nederlandse jongens maken thuis meer gebruik van de computer om te internetten en spelletjes te spelen dan meisjes. De achtergrondvariabele leeftijd is van invloed op het gebruik van

de computer thuis met betrekking tot e-mailen en spelletjes spelen. Hoe ouder de respondenten zijn, hoe meer de pc thuis wordt gebruikt om te e-mailen. Het spelen van spelletjes op de computer is een toepassing waar juist de jongere respondenten meer gebruik van maken.

Als we vervolgens kijken naar verschillen tussen de afzonderlijke onderzoeksgroepen dan blijken de autochtone Nederlandse respondenten thuis meer gebruik te maken van de computer om te e-mailen dan de allochtone respondenten ($V = .209$; $p = .001$). Eenzelfde patroon is waar te nemen als we kijken naar het thuisgebruik van de computer om te internetten ($V = .159$; $p = .023$) en spelletjes te spelen ($V = .211$; $p = .001$): autochtone Nederlandse deelnemers maken ook hier thuis duidelijk meer gebruik van dan de allochtonen.

Een vergelijking binnen de vier onderzoeksgroepen leert ons dat Turkse leerlingen die naar het mbo gaan van alle onderwijstypen thuis het meest gebruikmaken van de computer om huiswerk te maken, op de voet gevolgd door havo/vwo-leerlingen. Turkse vmbo-leerlingen maken hier duidelijk minder gebruik van.

De etnisch-culturele positie van de allochtone respondenten is alleen binnen de Marokkaanse groep deelnemers van invloed op het spelen van pc-spelletjes: zij die matig georiënteerd zijn op Marokko spelen vaker spelletjes op de computer thuis dan de Marokkaanse deelnemers die zich erg betrokken voelen bij het land van herkomst ($\phi = -.238$; $p = .036$).

Hoe jonger de respondenten zijn binnen de Surinaamse ($V = .428$; $p = .048$) en autochtone Nederlandse ($V = .299$; $p = .016$) onderzoeksgroep, hoe meer er thuis gebruik wordt gemaakt van de computer om teksten te maken. De mate waarin de Surinaamse respondenten aan religie doen, is van verklarende aard op het pc-thuisgebruik om teksten te maken en informatie op te zoeken. Surinaamse deelnemers die godsdienstig erg actief zijn, maken van de eerstgenoemde pc-toepassing in de thuissituatie vaker gebruik dan de Surinaamse respondenten die weinig affiniteit vertonen met godsdienst ($\phi = .459$; $p = .022$). De Surinaamse deelnemers die weinig actief zijn op religieus gebied maken daarentegen vaker gebruik van de mogelijkheid om thuis via de computer informatie te zoeken dan de Surinaamse respondenten die zeer actief zijn op godsdienstig gebied ($\phi = -.500$; $p = .012$).

Autochtone Nederlandse jongens maken meer gebruik van de computer thuis om te tekenen of te ontwerpen dan autochtone Nederlandse meisjes. Verder kunnen we concluderen dat hoe hoger de sociaal-economische achtergrond van de autochtone Nederlandse respondenten is, hoe meer er thuis gebruik wordt gemaakt van de computer om te e-mailen, te internetten en informatie op te zoeken. Daarnaast maken binnen de autochtone Nederlandse groep mbo-leerlingen thuis meer gebruik van de computer om te e-mailen dan havo-, vwo- en vmbo-leerlingen. Havo/vwo-leerlingen maken thuis vaker gebruik van de computer om teksten te maken dan vmbo- en mbo-leerlingen en zij gebruiken de computer thuis eveneens vaker voor het zoeken van informatie.

Tabel 4
Pc-toepassingen thuis (in afgeronde percentages).

	thuis				tot.
	T	M	S	N	
	N: 165	88	33	92	378
e-mail	42***	28	52	58	56
huiswerk	72	77	73	66	72
Internet	58*	50	55	72	59
spelletjes	78***	56	70	79	72
tekenen/ontwerpen	21	16	24	23	21
teksten maken	53	63	70	55	57
informatie zoeken	46*	43	64	59	50

* $p \leq .05$; ** $p \leq .005$; *** $p \leq .001$

Internet

Het Internet is onder zowel allochtone als autochtone Nederlandse deelnemers een veelgebruikt medium: gemiddeld 80% van de respondenten maakt er wel eens gebruik van. De allochtone jongeren uit dit onderzoek hebben thuis minder de mogelijkheid gebruik te maken van een pc met of zonder internetaansluiting dan de autochtone Nederlandse jongeren. De autochtone Nederlandse groep maakt thuis veel frequenter gebruik van het Internet dan de respondenten uit de drie ondervraagde allochtone groepen. De allochtone respondenten compenseren dit door of op school of in de (school)bibliotheek gebruik te maken van het Internet ($V = .186$; $p = .008$). De allochtonen die gebruikmaken van het Internet besteden hier over het algemeen meer tijd per dag aan dan de Nederlandse internetgebruikers (zie tabel 3).

De deelnemende meisjes uit alle onderzoeksgroepen maken over het algemeen meer gebruik van het Internet op school dan de mannelijke deelnemers die op hun beurt vaker thuis internetten. Hoe ouder de Turkse en autochtone Nederlandse leerlingen zijn, hoe frequenter ze gebruikmaken van het Internet (vaak op school). Er bestaat eveneens een duidelijk verband tussen het onderwijstype en de plaats waar de respondenten in deze studie internetten. Mbo'ers maken over het algemeen veel meer gebruik van het Internet op school dan de vmbo- en havo/vwo-leerlingen. Havo/vwo'ers internetten van de drie onderwijstypen het meest thuis en de vmbo-leerlingen zitten veel vaker in de bibliotheek op het World Wide Web.

Internettoepassingen

Chatten en e-mailen zijn de meest gebruikte internettoepassingen onder zowel de allochtone als autochtone respondenten (zie tabel 5). Als we in eerste instantie kijken naar de achtergrondvariabele sekse, dan blijkt dat jongens vaker dan meisjes spelletjes spelen, bestanden downloaden en producten aanbieden. Deze verschillen zijn vooral binnen de Turkse en Marokkaanse groep respondenten duidelijk aanwezig. Daarentegen kun-

nen we met betrekking tot de Surinaamse meisjes concluderen dat zij vaker chatten dan de Surinaamse jongens ($\varphi = .329$; $p = .049$).

De leeftijd van de respondenten is van significant invloed als het gaat om de volgende internettoepassingen: surfen over het World Wide Web, e-mailen en het spelen van spelletjes. Voor de eerste twee toepassingen geldt dat naarmate de respondenten ouder zijn ze hier meer gebruik van maken. Met betrekking tot het spelen van spelletjes is sprake van een omgekeerde trend: hoe jonger de respondenten, hoe vaker het Internet voor deze toepassing wordt gebruikt. Deze laatstgenoemde trend is met name goed zichtbaar binnen de Turkse en Marokkaanse groep respondenten.

Ook het onderwijstype is van invloed op het internetgedrag: surfen en e-mailen zijn voornamelijk toepassingen die door havo-, vwo- en mbo-leerlingen worden gehanteerd. Het spelen van spelletjes op het Internet komt vaker bij de vmbo-scholieren voor. Turkse vmbo-leerlingen chatten veel vaker dan Turkse leerlingen uit de andere twee onderwijscategorieën.

Autochtone Nederlandse jongeren e-mailen meer ($V = .187$; $p = .005$) en downloaden ook vaker bestanden ($V = .213$; $p = .001$) dan de allochtone jongeren. Hoe hoger de sociaal-economische achtergrond van de autochtone Nederlandse respondenten, hoe meer ze het Internet gebruiken om bestanden te downloaden.

Tabel 5
Toepassingen van het Internet (in afgeronde percentages).

	Turks N = 156	Marokkaans N = 92	Surinaams N = 36	Nederlands N = 82	totaal N = 366
surfen	49	60	67	65	57
e-mail	68**	65	67	87	71
spelletjes	53	57	44	54	53
chatten	84	88	78	78	83
nieuwsgroep	12	16	6	6	11
downloaden	61***	55	66	83	65
muziek	74	61	66	66	68
bestellen	12	10	9	18	13
betalen	7	4	-	2	5
aanbieden	8	8	-	5	6

* $p \leq .05$; ** $p \leq .005$; *** $p \leq .001$

Het belangrijkste doeleinde waarvoor jongeren het Internet gebruiken, is het zoeken naar informatie met betrekking tot de studie, gevolgd door het zoeken naar informatie over hobby's. Sekse is van invloed op het zoeken van informatie over hobby's: jongens maken significant meer gebruik van deze internettoepassing dan meisjes.

De leeftijd van de respondenten is van significante invloed op het zoeken van informatie over de studie en het op de hoogte blijven van zowel nieuws uit Nederland als het land van herkomst: hoe ouder de respondenten, hoe meer ze het Internet voor deze doeleinden gebruiken.

Er bestaat verder een overduidelijk verband tussen religie en het gebruiken

van het Internet om informatie te zoeken omtrent dit onderwerp: hoe groter de affiniteit met godsdienst, hoe vaker er via het Internet informatie over dit onderwerp wordt gezocht ($\varphi = .257$; $p = .000$). Vooral binnen de Turkse groep deelnemers is hier een duidelijk verschil waarneembaar ($\varphi = .204$; $p = .012$). Ook de etnisch-culturele positie is van invloed op verschillende doeleinden waarvoor het Internet wordt gebruikt. Hoe sterker de oriëntatie op het land van herkomst, hoe vaker de allochtone deelnemers gebruikmaken van het Internet om:

- 1 informatie over godsdienst op te zoeken ($\varphi = .278$; $p = .000$);
- 2 op de hoogte te blijven van nieuws uit het land van herkomst ($\varphi = .214$; $p = .001$);
- 3 contacten te onderhouden met mensen uit het land van herkomst in Nederland ($\varphi = .228$; $p = .001$);
- 4 contacten te onderhouden met mensen in het land van herkomst ($\varphi = .166$; $p = .012$).

Turkse jongens onderhouden vaker contacten met Nederlanders via het Internet dan Turkse meisjes ($\varphi = -.168$; $p = .036$). De Marokkaanse respondenten gebruiken het Internet voornamelijk om informatie te zoeken over religie ($V = .388$; $p = .000$), informatie te verzamelen over nieuws uit het land van herkomst ($V = .243$; $p = .000$) en/of contacten te onderhouden met Marokkanen in Nederland ($V = .292$; $p = .000$). De autochtone Nederlandse jongeren maken verreweg het meest gebruik van het Internet om informatie te zoeken over hobby's ($V = .281$; $p = .000$).

E-mail

Ruim zeven op de tien – zowel allochtone als autochtone – Nederlanders maakt tegenwoordig wel eens gebruik van e-mail. Toch is er een groot verschil tussen beide groepen: bij alledrie de allochtone groepen maakt de helft van de deelnemers wel eens gebruik van e-mail, terwijl dit bij ongeveer drie kwart van de Nederlandse respondenten reeds het geval is ($V = .168$; $p = .005$). Wel dient te worden opgemerkt dat de allochtone e-mailgebruikers dit – uitgedrukt in minuten per dag – langer doen dan de autochtone Nederlandse e-mailgebruikers (zie tabel 3).

Naarmate de leeftijd van de deelnemers toeneemt, neemt het gebruik van e-mail over het algemeen eveneens toe.

De variabele religie speelt alleen binnen de Turkse groep een rol met betrekking tot het e-mailgebruik. Turkse respondenten die sterk religieus zijn, e-mailen vaker dan Turkse deelnemers die weinig aan godsdienst doen ($\varphi = .198$; $p = .005$).

Van de allochtone e-mailgebruikers verstuurt ongeveer de helft wel eens een bericht naar familie of vrienden uit het land van herkomst. Het contact met familie en vrienden aldaar is bij ruim zeven op de tien juist toegenomen door het gebruik van e-mail. Enkel de socio-economische achtergrond blijkt hierop van significante invloed: hoe hoger de sociaal-economische achtergrond, hoe meer het contact met familie of vrienden in het herkomstland is toegenomen door het gebruik van e-mail.

Een meerderheid van alle e-mailgebruikers heeft wel eens via e-mail contact met familie of vrienden in Nederland. Ruim 60% van de deelnemende Turken, Marokkanen, Surinamers en autochtone Nederlanders geeft aan

het gevoel te hebben dat het contact met familie of vrienden in Nederland is toegenomen door het gebruik van e-mail.

Gsm

Een overgrote meerderheid van zowel de allochtone als autochtone Nederlandse respondenten maakt wel eens gebruik van een mobiele telefoon om sms-berichten te versturen. De oudere leerlingen versturen vaker sms-berichten via hun gsm dan de jongere leerlingen. Dit verschil is vooral binnen de Turkse groep goed zichtbaar. Eveneens is binnen de Turkse groep een duidelijk verschil waarneembaar met betrekking tot het gevolgde onderwijstype: Turkse mbo-leerlingen maken het meest gebruik van sms, havo/vwo-leerlingen daarentegen het minst.

Met name binnen de autochtone Nederlandse groep zien we dat significant meer meisjes dan jongens hun gsm gebruiken om sms-berichten te versturen.

Ongeveer 22% van de ondervraagde Turkse en Marokkaanse jongeren heeft wel eens gebruikgemaakt van de Ramadan sms-service. Deze dienst biedt moslims tijdens de jaarlijkse vastenmaand 'Ramadan' de mogelijkheid informatie te verkrijgen over de tijden waarop gevast moet worden. Binnen de Turkse groep zijn er significant meer jongens dan meisjes die via hun mobiele telefoon sms-berichten hebben ontvangen over de Ramadan.

WAP (Wireless Application Protocol) is een toepassing die ervoor zorgt dat men via een mobiele telefoon gebruik kan maken van het Internet. Deze nieuwe geïntegreerde vorm van mediagebruik is bij ruim de helft van de deelnemers bekend. Oudere leerlingen en mbo-studenten zijn beter van deze nieuwe techniek op de hoogte dan de jongere leerlingen en vmbo-, havo- en vwo-scholieren. Respondenten die zich minder verbonden voelen met het land van herkomst, maken frequenter gebruik van WAP dan de deelnemers die zich sterk verbonden voelen met het land van herkomst ($\beta = -.187$; $p = .039$).

Conclusies en discussie

Op de onderzoeksvraag in welke mate cultuurspecifieke eigenschappen (religie en mate van etnisch-culturele positie) naast andere (standaard) socio-demografische kenmerken determinanten zijn voor het bezit en gebruik van 'nieuwe' media bij allochtone jongeren, kunnen we het volgende antwoorden. De religie van de respondenten is in een enkel geval wel van belang als we kijken naar het bezit van 'nieuwe' media. Zo zijn de Turkse deelnemers die weinig aan godsdienst doen, minder vaak persoonlijk in het bezit van een pc dan de Turkse respondenten die zeer actief een godsdienst belijden. De nieuw aangemaakte variabele etnisch-culturele positie is echter op geen enkele wijze van invloed op het mediabezit. In deze studie speelt de etnisch-culturele positie van de allochtone deelnemers op zichzelf echter wel een rol als het gaat om mediagebruik, maar in vergelijking met de standaard socio-demografische kenmerken zijn het de laatstgenoemde variabelen die het meest invloedrijk zijn.

Met betrekking tot het bezit van nieuwe, interactieve media kunnen we verder concluderen dat er sprake is van een achterstand in toegang tot nieuwe,

interactieve media bij allochtone jongeren in vergelijking tot hun autochtone Nederlandse leeftijdsgenoten. Zo heeft men in aanzienlijk meer autochtone dan allochtone gezinnen de beschikking over een pc, cd-rom en/of internetaansluiting. De standaard socio-demografische kenmerken en dan met name de sekse van de allochtone jongeren in Nederland zijn de achtergrondvariabelen die de meeste invloed uitoefenen op het bezit van 'nieuwe' (kabelmodem, gsm en pc) media. De slaapkamers van zowel allochtone als autochtone jongens zijn meer hightech ingericht dan die van meisjes; jongens beschikken meer over nieuwe media-apparatuur. De door ons nieuw gecreëerde variabele etnisch-culturele positie van de Turkse, Marokkaanse en Surinaamse deelnemers is hierop niet van significante invloed. De mate waarin de allochtone deelnemers georiënteerd zijn op het land van herkomst is dus op geen enkele wijze van invloed op het persoonlijk dan wel elders in huis bezitten van 'nieuwe' media.

Naar alle waarschijnlijkheid hebben verschillen in mediagebruik tussen de Turkse, Marokkaanse en Surinaamse groepen te maken met het feit dat het soort informatie waar de allochtone en autochtone Nederlandse deelnemers naar op zoek zijn in de media verschillend is, hetgeen differentiaties in mediagebruik tot gevolg heeft. Zo zijn het vooral de Marokkaanse deelnemers die gebruikmaken van het Internet om informatie over godsdienst te zoeken en informatie te verzamelen over nieuws uit het land van herkomst.

Voordat we aan dit onderzoek begonnen, verwachtten we dat de etnisch-culturele positie, naast de standaard socio-demografische kenmerken, van invloed zou zijn op het mediabezit en -gebruik van Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en autochtone Nederlandse jongeren in Nederland. De variabele etnisch-culturele positie heeft een minder invloedrijke rol op het mediabezit en -gebruik van allochtone jongeren in Nederland dan we in eerste instantie dachten. Dit zou er op kunnen wijzen dat het media-aanbod in Nederland zo groot en divers is dat iedereen, zowel allochtone als autochtone Nederlanders, iets van zijn of haar gading kan vinden. Met betrekking tot de nieuwe media blijkt een vergelijkbaar resultaat met de scholensurvey uitgevoerd in 2001 door het Sociaal en Cultureel Planbureau (De Haan et al., 2002): na controle voor de verschillen in de thuis- en school-situatie tussen de niet-westerse allochtone en autochtone Nederlandse groep jongeren, bleken geen verschillen meer tussen de allochtone jongeren onderling (Turkse/Marokkaanse versus Surinaamse/Antilliaanse jongeren). De matige maar significante achterstand in pc-vaardigheden onder deze niet-westerse jongeren is toe te schrijven aan hun relatief nadelige context op het vlak van de pc-aanwezigheid thuis. Nog gelijklopend met voorliggende studie is het SCP-resultaat met betrekking tot de significante verschillen tussen jongens en meisjes: deze zijn slechts ten dele toe te schrijven aan de thuiscontext. Het ging hier in zowel onze als de SCP-studie uiteraard om evaluatie van de pc-vaardigheden door de jongeren zelf, waarbij jongens hun pc-vaardigheden misschien hoger inschatten dan meisjes dat doen. De lagere affiniteit voor technologie bij meisjes zou hun ICT-appreciatie en -gebruik wel eens kunnen beïnvloeden.

Kortom, deze data vragen uiteraard naar meer uitgebreide, diepgaande interpretaties. Om de gelijkenissen met en verschillen tussen de allochtone groep en de autochtone Nederlandse jongeren nauwlettend in de gaten te houden en trends en veranderingen in mediabezit en mediagebruik te

detecteren, willen wij kwalitatief onderzoek naar de motieven voor gebruik van nieuwe media in de vrijetijdscontext van allochtone jongeren in Nederland aanbevelen. Hierin dient aandacht te worden besteed aan verschillende internettoepassingen zoals e-mail en chatten en aan de centrale thema's die in Nederland woonachtige allochtonen bezighouden en die bijvoorbeeld regelmatig als onderwerpen in internetdiscussiefora van *maroc.nl*, *turkijepagina.nl* of *waterkant.nl* opduiken.

Noten

- 1 Enkel significante verschillen worden beschreven. Om echter te vermijden dat een stortvloed aan correlaties en significantiewaarden de leesbaarheid van de tekst in gevaar dreigt te brengen, hebben wij ervoor geopteerd om enkel correlaties en p-waarden te vermelden wanneer de tekst het voorspellende karakter van cultuurspecifieke ingrediënten die deel uitmaken van de etnisch-culturele positie en van religie ten aanzien van mediabezit en -gebruik behandelt.

Literatuur

- Beentjes, J., Koolstra, C., Marseille, N. & Voort, T. van der (1998). *Media en vrije tijd: het mediagebruik van kinderen en jongeren in de leeftijd van 3 tot en met 17 jaar*. Nijmegen/Leiden/Hilversum: Vakgroep Communicatiewetenschap, Katholieke Universiteit Nijmegen; Centrum voor Kind en Media Studies, Rijksuniversiteit Leiden; NOS afdeling Kijk- en Luisteronderzoek.
- Brants, K., Crone, L. & Leurdijk, A. (1998). *Media en migranten. Inventarisatie van onderzoek in Nederland*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
- Crul, M. (1994). 'Springen over je eigen schaduw. De onderwijsprestaties van Marokkanen en Turken van de tweede generatie'. *Migrantenstudies*, 10 (3): 168-85.
- Dijk, L. van & Haan, J. de (1998). *Moderne informatie- en communicatietechnologie en sociale ongelijkheid; tussenrapportage*. SCP werkdocument nr. 51. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Dijk, L. van, Haan, J. de, Rijken, S., Verweij, A. & Ganzeboom, H. (2000). *Moderne informatie- en communicatietechnologie en sociale ongelijkheid; eindrapportage*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Haan, J. de, Huysmans, F. m.m.v. Steyaert, J. (2002). *Van huis uit digitaal. Verwerving van digitale vaardigheden tussen thuismilieu en school*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Harmsen, C. N. & Heijdt, J. van der (1993). 'In Nederland woonachtige Surinaamse, Antilliaanse en Arubaanse personen en gezinnen, 1 januari 1992'. *Maandstatistiek van de Bevolking CBS*, 9: 15-20.
- Heelsum, A. J. van (1997). *De etnisch-culturele positie van de tweede generatie Surinamers*. Amsterdam: Het Spinhuis.
- Klatter-Folmer, J. (1997). 'Schoolsucces van Turkse kinderen in relatie tot hun sociaal-culturele oriëntatie'. *Migrantenstudies*, 13(1): 25-41.
- Strijp, R. (1997). 'De mensen hier maken je gek. Marokkaanse migranten en hun bindingen met Marokko'. *Migrantenstudies*, 13(3): 148-66.
- Tesser, P. T. M., Merens, J. G. F. & Praag, C. S. van (1999). *Rapportage minderheden 1999 Positie in het onderwijs en op de arbeidsmarkt*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Veldkamp Marktonderzoek BV (1996). *Media-onderzoek etnische groepen - 1995*. Amsterdam.

Veldkamp Marktonderzoek BV (1998). *Tijdsbesteding en mediagebruik allochtone jeugd - 1997*. Amsterdam.

Veldkamp Marktonderzoek BV (1999). *Mediagebruik etnische publieksgroepen - 1998. Een onderzoek onder Turkse, Marokkaanse, Surinaamse, Antilliaanse, Chinese en Molukse publieksgroepen van 18 jaar en ouder*. Amsterdam.

Wytzes, L. (2001). 'De wereld van verschil'. *Elsevier*, 57(16): 20-8.

Summary

Cindy van Summeren & Leen d'Haenens

Predictors for ownership and use of new media among ethnic minority youth in the Netherlands

The starting point of the present study is to investigate which environmental factors play a role in the (new) media behaviour of ethnic minority youth. To what extent do sociodemographic characteristics (gender, age, education, SES and country of origin) play a part as influencers in this respect? We also address the role of religion, the cultural origin, and the cultural distance between ethnic minority youth and indigenous Dutch youth. Emphasis will be put on the 'new' media (PC at home, Internet, e-mail and cellular phone). Linked to this, we ask

ourselves if, and if so, to what extent ethnic minority youth are a long way behind in terms of access to new media, i.e. the PC and the Internet. Three numerically important groups of ethnic minority youth are discussed: Turks, Moroccans (as examples of greater cultural distance from indigenous Dutch youth) and Surinamese (with less cultural distance from indigenous Dutch youth). In a survey conducted among Turkish, Moroccan and Surinamese youth of age 12 to 19, domiciled in the Netherlands, we investigated which environmental factors play a role in the media behaviour of ethnic minority youth. A control group of indigenous Dutch youth was established and likewise exposed to the variables under study.

Allochtonen en aanverwante thema's in de Vlaamse pers

Allochtonen zijn vaak, terecht of ten onrechte, ontevreden over de manier waarop ze worden voorgesteld in de media. Nochtans bestaat er geen twijfel over het belang van een correcte en uitgebalanceerde berichtgeving met betrekking tot deze bevolkingsgroep. In dit artikel rapporteren we de resultaten van een onderzoek naar de berichtgeving over allochtonen en aanverwante thema's in de Vlaamse kranten anno 2001. De manier waarop de dagbladjournalisten met deze thematiek omgaan wordt geanalyseerd in de routineberichtgeving (een periode waarin geen reden is tot bijzondere aandacht voor allochtonen) en in crisisberichtgeving (wanneer een gebeurtenis wel aanleiding geeft tot overrapportering). Het is de bedoeling een aantal aspecten in kaart te brengen van hoe allochtonen en aanverwante thema's worden behandeld in de Vlaamse dagbladen, de resultaten van ons recent onderzoek in de mate van het mogelijke te vergelijken met onderzoek uit 1993 en een aanzet te geven tot verder longitudinaal onderzoek.

Inleiding

Het beeld dat wij hebben van allochtonen in onze samenleving is nauw verbonden met de manier waarop de culturele identiteit van deze groep voorgesteld wordt in de media. Verstraeten (1998: 20-23) stelt dat een culturele identiteit voortdurend opnieuw wordt gemaakt, en in dit 'identiteitsconstructieproces' spelen de media een belangrijke rol.

De media zijn belangrijk voor de identiteitsvorming van zowel individuen als groepen en voor de productie van een gemeenschappelijke cultuur. Zij bepalen onze kaders, onze normen en waarden, en verschaffen ons de concepten om de wereld om ons heen te kunnen interpreteren en begrijpen (Sterk, 2000: 11).

De media spelen in dit proces wel een belangrijke, maar daarom nog geen allesbepalende rol (Verstraeten, 1998: 20). Er bestaat geen eenduidigheid over de reële impact van de media op het denken van mensen, maar algemeen wordt aanvaard dat de media als 'agendasetters' een belangrijke rol spelen in de beeldvorming. Zij bepalen waarover gediscussieerd wordt in een maatschappij, welke problemen belangrijk worden geacht, welke opvattingen legitiem zijn en welke niet (Detant, 1998: 98). Volgens Murdock & Golding (in Detant, 1998: 98) zijn de ideeën, concepten, feiten

of argumenten waarvan mensen gebruikmaken voor een groot deel afhankelijk van de media-output.

Omdat heel wat mensen geen rechtstreeks contact hebben met etnische minderheden, zijn ze voor hun informatie over deze groepen aangewezen op de media. De informatie uit de media wordt gebruikt om meningen over etnische minderheden te onderbouwen (Servaes & Tonnaer, 1992: 55; Schelfhout, 1998: 217). Massamedia, en meer bepaald de nieuwsmedia, kunnen op die manier een niet te verwaarlozen rol spelen bij de legitimatie van bestaande vooroordelen of houdingen, zonder daarom de oorzaak te zijn van negatieve stereotyperingen of racistische uitspraken of gedragingen, gaande van 'overt' tot 'inferential' (Hall, 1995) of van 'old-fashioned' tot 'enlightened' (Jhally & Lewis, 1992) racisme. Openlijk racistische uitspraken worden in de media niet langer getolereerd, maar uit de meeste studies blijkt dat etnische minderheden niet op dezelfde manier behandeld worden als autochtonen, en heel vaak stereotiep in beeld worden gebracht (Crombez, 1996: 15).

De versie van een culturele identiteit die we in de media te zien krijgen, is zelden een spiegel van de reële culturele identiteit. In de meeste gevallen komt een homogeniserende, stereotiepe versie in de media aan bod (Verstraeten, 1998: 20). Gandy zegt in dit verband:

'In general we see that the media are charged with continuing to rely upon racist stereotypes, emphasizing negative aspects of behaviour, and suggesting deficiencies in morality and intelligence that stigmatize an entire population.' (Gandy, 1998: 159)

Amerikaanse en Europese studies hebben duidelijke constanten aangetoond in de voorstelling van allochtonen in de media: negatieve stereotypering, veralgemening, gebrek aan informatie, nauwelijks aandacht voor het economisch belang van de immigratie, maar wel aandacht voor de lage sociale status van de immigrant, enzovoort (Perotti, 1991: II-III; Abernathy-Lear, 1994; Entman, 1990, 1994). De meeste auteurs zijn het erover eens dat de media in ieder geval een sleutelrol spelen bij het doorgeven van informatie en bij de opinievorming. Schelfhout (1998: 216) wijst op het belang van informatie over cultuurverschillen en overeenkomsten om vooroordelen en discriminatie te voorkomen en te bestrijden. Het niet of verkeerd geïnformeerd zijn via de media, werkt volgens haar vaak vooroordeelen in de hand. Uit onderzoek blijkt echter dat zelfs een neutrale houding vanwege de media een negatieve beeldvorming in de hand kan werken (Schelfhout, 1998: 218). Anderzijds is een geforceerd neutrale of politiek correcte houding tegenover etnische minderheden ook volgens de betrokkenen niet altijd wenselijk, omdat dit ten onrechte de indruk kan wekken dat er geen maatschappelijke problemen van integratie meer bestaan ten aanzien van de bevolkingsgroep in kwestie (Creedon, 1989; Jhally & Lewis, 1992). Ten slotte stemt ook de perceptie van de voorstelling van allochtonen in de media door het (al dan niet allochtone) publiek niet altijd overeen met het beeld dat daadwerkelijk in de media wordt geschetst (d'Haenens & Saeys, 1996a; 1996b; 1998).

Sedert de jaren 1990 is in Europa niet alleen in wetenschappelijke kringen, maar ook vanuit de media en de politiek de belangstelling voor de relatie tussen media en allochtonen toegenomen. Naast de beeldvorming wordt meer en meer aandacht besteed aan mediagebruik en deel-

name aan de mediaproductie, twee aspecten die worden beschouwd als indicatoren voor de participatie aan het maatschappelijk leven en dus voor de integratie van allochtonen. Vandaar dat zowel op het Europese niveau (Frachon & Vargaftig, 1995; Ter Wal, 2002) als door de lokale overheden het onderzoek terzake werd aangemoedigd. Toch blijkt uit recente inventarisatie (Ter Wal, 2002) dat er in de meeste Europese landen nog steeds relatief weinig grootschalig onderzoek voorhanden is. Servaes & Tonnaer (1992: 51) brengen de vraagstellingen in mediastudies over etnische minderheden onder in drie categorieën. Men richt zich ofwel:

- 1 op de 'productie' van beelden over etnische minderheden in de media (het zendergerichte of mediagecentreerde onderzoek);
- 2 op de tekst, het product, het beeld over etnische minderheden (de zgn. boodschapanalyse);
- 3 op de 'receptie' van dit mediaproduct (beeld) door etnische minderheden en/of het 'gebruik' dat minderheden van de media maken (het zgn. publieks- en ontvangergerichte onderzoek).

In dit artikel spitsen wij onze aandacht toe op de tekst en beperken we ons tot de boodschap. In het eerste deel geven we een samenvatting van een onderzoek uitgevoerd door Staes (1996). Vertrekkend vanuit de onderzoeksresultaten van Staes rapporteren we in het tweede deel het door ons in 2002 uitgevoerde vervolgonderzoek. Met dit alles wordt een dubbel doel nagestreefd:

- 1 Voor zover er een vergelijking mogelijk is, de evolutie nagaan van de berichtgeving met betrekking tot allochtonen en aanverwante thema's in de Vlaamse pers, en dit zowel in de doordeweekse berichtgeving als in crisisperiodes.
- 2 Een aanzet geven voor verder longitudinaal onderzoek.

Uitgangspunt: bestaand onderzoek

Met haar verkennend onderzoek had Staes (1996) de bedoeling zicht te krijgen op de berichtgeving met betrekking tot allochtonen en aanverwante thema's in de Vlaamse pers, de belangrijkste pijnpunten aan te duiden en materiaal aan te leveren voor het ontwikkelen van aanbevelingen voor journalisten. Dergelijke aanbevelingen bestonden reeds in enkele omringende landen, onder meer in Nederland (Nederlandse Vereniging van Journalisten, 1989; 1991a-e; Doppert & Top, 1993).

Door het gebruik van de omschrijving 'allochtonen en aanverwante thema's' wilde de auteur het onderzoeksveld ruimer houden dan enkel de berichtgeving over die groepen, die doorgaans in de samenleving als 'migranten' worden aangeduid. Zo kon bijvoorbeeld ook de berichtgeving over asielzoekers en andere nieuwkomers in het onderzoek betrokken worden. Met 'allochtonen' wordt bedoeld: mensen van niet EU-origine die voor een min of meer lange periode in de EU verblijven of de bedoeling hebben dat te doen, uitgezonderd bezoekers of reizigers. Met 'aanverwante thema's' worden die thema's bedoeld die samenhangen met het multiculturele karakter van onze samenleving.

Via exploratief onderzoek wilde de auteur nagaan of bepaalde scheefftrekkingen, stereotyperingen of andere problemen die vaak vermeld worden in

de literatuur of die gesignaleerd werden naar aanleiding van eerder uitgevoerd receptieonderzoek (De Aguirre et al., 1996), wel degelijk terug te vinden zijn in de boodschap in de Vlaamse kranten. Er werd dan ook doelgericht gezocht naar artikels waarin expliciet sprake was van allochtone actoren en aanverwante thema's. Voor de analyse werden zowel kwantitatief-systematiserende als interpretatieve technieken gebruikt.

Alle krantentitels die in 1993 over gans Vlaanderen werden verspreid, zijn in het onderzoek betrokken: *De Standaard*, *Het Nieuwsblad*, *Het Volk*, *Het Belang van Limburg*, *Gazet van Antwerpen*, *Het Laatste Nieuws*, *De Nieuwe Gazet*, *De Morgen*, *De Financieel-Economische Tijd*. Het was echter niet de bedoeling de kranten onderling te vergelijken. Vandaar dat er enkel gerapporteerd werd over het corpus als geheel en niet over de kranten afzonderlijk.

Geïnspireerd door de methode die door de Glasgow University Media Group (1985; 1982; 1980; 1976; Eldridge, 1983) werd gehanteerd, werd een onderscheid gemaakt tussen enerzijds routinematige berichtgeving en anderzijds berichtgeving in crisisperiodes.

Voor een dergelijke tweeledige benadering werd geopteerd omdat het discours in de media erg afhankelijk kan zijn van de context.

- 1 Met *routineberichtgeving* wordt bedoeld de berichtgeving over het onderzoeksthema in een 'doordeweekse' week van het jaar, zonder bijzondere gebeurtenissen die tot een meer diepgaande aandacht voor het thema zouden hoeven te leiden.
- 2 Met *crisisberichtgeving* wordt bedoeld de berichtgeving over een gebeuren dat duidelijk verband houdt met het onderzoeksthema, zich onaangekondigd voordoet en gedurende een kortere of langere periode bijzondere media-aandacht krijgt.

Voor de routineberichtgeving in de kranten leverde een *at random* geselecteerde week in 1993 (15-23 mei) 187 artikels op die aan de selectiecriteria van het onderzoek beantwoordden. Hieruit werden proportioneel (rekening houdend met de verhoudingen per krant en daarbinnen per rubriek) 100 artikels geselecteerd voor de eigenlijke analyse. Voor de crisisberichtgeving in de kranten werd 'Solvingen' geselecteerd. In de nacht van zaterdag 29 op zondag 30 mei 1993 werd in het Duitse Solingen het huis van een Turkse familie door extreem-rechtse jongeren in brand gestoken en kwamen vijf bewoners in de brand om. In de periode van 1 tot 6 juni 1993 verschenen in de geselecteerde kranten in totaal 92 artikels over dit crisisgebeuren.

Beide soorten berichtgeving moeten uiteraard op een verschillende manier geanalyseerd worden. De routineberichtgeving kan grotendeels in kaart gebracht worden door middel van kwantitatief-systematiserende technieken. Daarnaast kunnen ook kwalitatieve technieken gebruikt worden om specifieke aspecten te onderzoeken. De aard van het materiaal maakt vergelijkend of longitudinaal onderzoek mogelijk. Bij de crisisberichtgeving daarentegen kan er slechts in beperkte mate gebruikgemaakt worden van een klassiek codeboek, met name voor de analyse van externe kenmerken. Veel meer aandacht zal gaan naar de context en de interpretatie. Vandaar dat de analyse van crisisberichtgeving voornamelijk van nut is voor de ontwikkeling van concepten of ter illustratie. Elke crisis moet als een afzonderlijke case beschouwd worden.

In dit onderzoek werd bij de analyse van de routineberichtgeving op kwantitatief-systematiserende manier nagegaan met welke onderwerpen allochtonen of multiculturele thema's in verband worden gebracht. Voor routine- en crisisberichtgeving werden aan de hand van een codeboek een aantal externe kenmerken van de artikels geanalyseerd. Verder werd in de routineberichtgeving nagegaan hoe allochtone actoren en aanverwante thema's in tekst en beeld worden gebracht. Wat de crisisberichtgeving betreft, werd de benadering van actoren in de context van de gebeurtenissen geïnterpreteerd.

Belangrijkste resultaten routineberichtgeving

Onderwerpen

Ongeveer een derde van de krantenartikels (38/100) gaat over 'criminaliteit'. Opvallend is wel dat in bijna de helft van deze artikels het onderzoeksthema 'allochtonen' slechts een 'detail' uitmaakt. Op de tweede plaats (24/100) komt het onderwerp 'politiek'. De derde categorie ('samenleving', 13/100) gaat vaak over gebeurtenissen die als 'lokaal' kunnen worden beschouwd, met enige verwijzing naar het 'nationale' nieuwsforum.

De helft van de artikels bevat louter feitelijke informatie. In de resterende artikels wordt in wisselende verhoudingen informatie, duiding en/of een opinie geboden. Louter duidende of opiniërende artikels vormen een minderheid. De artikels in verband met criminaliteit behoren tot de categorie die uitsluitend feitelijke informatie bevat. Duiding vindt men vooral in de artikels over politiek, opiniëring in de artikels in verband met samenleving.

Externe kenmerken

Het grootste aantal artikels werd teruggevonden in de *Gazet van Antwerpen* (17/100), het kleinste aantal in *De Financieel-Economische Tijd* (4/100). Slechts 4/100 artikels haalden de voorpagina. De meeste artikels zijn terug te vinden in de rubriek 'kleine berichten' (25) of in het regionale nieuws (20). Bij 19 artikels is een illustratie (meestal een foto) gevoegd.

Allochtonen of aanverwante thema's in tekst en beeld

In 97/100 van de krantenartikels wordt melding gemaakt van één of meerdere allochtone actoren. Slechts zelden gaat het dus enkel over een thema, zonder dat er personen worden vernoemd. Termen als 'migranten' (33x), 'vreemdelingen' (12x) en 'vluchtelingen' (10x) komen het meest voor. Verwijzingen naar etniciteit, religie of huidskleur komen slechts enkele keren voor (bijvoorbeeld 'moslimvrouw', 'zwarte'). Vermeldingen van nationaliteit of geboorteland komt daarentegen in ruim de helft van de artikels voor, naast andere objectieve gegevens zoals naam, woonplaats, familiebanden. In tien artikels wordt in de titel of de ondertitel de nationaliteit van de betrokkene vernoemd. Tevens worden subjectieve eigenschappen aan actoren toegeschreven (bijvoorbeeld 'herrieschoppers', 'ex-criminellen'). Het is moeilijk om hieruit conclusies te trekken, omdat niet nagegaan werd of dezelfde kwalificaties ook aan autochtonen worden toegeschreven in vergelijkbare berichten. Toch zijn er een aantal voorbeelden waarbij dui-

delijk negatieve kwalificaties rechtstreeks aan de actoren worden gekoppeld (bijvoorbeeld 'Chilenen en vooral Roemenen: grote specialisten als gauw-dieven'). Wanneer men op basis van de gehanteerde terminologie nagaat welke teneur uit het artikel blijkt, valt op dat over de thema's positiever wordt bericht dan over de actoren. De eerder abstracte benadering van een fenomeen in verband met allochtonen is dus minder negatief dan de gepersonaliseerde benadering.

Belangrijkste resultaten crisisberichtgeving

Externe kenmerken

De krantenartikels over Solingen halen beduidend meer de voorpagina dan de artikels die onder de routineberichtgeving vallen (15 voorpagina-artikels op een totaal van 92 artikels, in vergelijking met 4 voorpagina-artikels op 100 artikels in de routineberichtgeving).

Solingen was vooral de eerste dag van de week en de dag na de begrafenis van de slachtoffers van de aanslag in verschillende kranten voorpaginanieuws. Andere artikels over Solingen zijn vooral terug te vinden in de rubriek 'buitenland' en in gelegenheidsrubrieken. In vergelijking met de routineberichtgeving vormt Solingen ook meer het onderwerp van editoriaalen en cartoons en zijn er opvallend meer artikels met illustraties (hetgeen de kans verhoogt dat deze artikels ook opgemerkt worden door de lezer): 46 op 92 artikels met een illustratie, in vergelijking met slechts 19 op de 100 artikels bij de routineberichtgeving.

Actoren in de context van de gebeurtenissen

De helft van het totaal aantal artikels gaat in mindere of meerdere mate over de gewelddadige protestmanifestaties die voortvloeien uit vreedzame betogingen. Bovendien verwijzen heel wat krantentitels naar de 'rellen', soms gaan ze er uitvoeriger op in dan op andere aspecten van het gebeuren. Deze aandacht wordt nog versterkt door de keuze van de foto's en/of de tekst bij de foto's: de helft van de foto's toont de protestmanifestaties. De berichtgeving over de slachtoffers blijft in de meeste kranten erg sober, al zijn er ook voorbeelden van artikels die sensationeel kunnen worden genoemd. In de berichtgeving over de dader(s), jongeren met extreemrechtse sympathieën, vallen twee aspecten op: de poging om het belang van extreem-rechts te minimaliseren (bijvoorbeeld de aandacht voor het feit dat de jongeren dronken waren op het ogenblik van de aanslag) en het zoeken naar individugerichte verklaringen (bijvoorbeeld de aandacht voor de 'moeilijke jeugd' van één van de daders). Het aantal artikels waarin aan duiding of opiniëring gedaan wordt, ligt hoger dan bij de routineberichtgeving. De toon van de berichtgeving over de Turken vertoont nuances en varieert naargelang de groep waartoe ze behoren. Overwegend zijn de gevoelens van sympathie en medeleven met de slachtoffers. Over de Turken in Duitsland wordt vooral in positieve, zelfs 'verdedigende' zin geschreven. Dit staat in schrill contrast met het beeld dat geschetst wordt van de Turken die betrokken waren bij de gewelddadige protestmanifestaties, waarbij vooral de 'Turkse woede' en de 'vernietzucht' in de verf worden gezet. Ten slotte valt bij de analyse van de crisisberichtgeving nog op dat in

vergelijking met de routineberichtgeving in meer artikels allochtonen direct aan het woord worden gelaten (namelijk in 16 op de 92 artikels, tegenover slechts 10 op de 100 artikels in de routineberichtgeving). Ook hier echter worden allochtonen als groep en omwille van of over hun 'allochtoon zijn' ondervraagd, eerder dan als individuele burgers met een persoonlijke mening. Op dit stuk bevestigt het crisisonderzoek het routine-onderzoek, maar een dergelijke benadering is begrijpelijker in crisisonderzoekstandigheden.

Van onderzoek naar aanbevelingen

Uit de analyse van de krantenartikels komt volgens Staes (1996) in de eerste plaats een sterk veralgemenend beeld van de actoren naar voren. Migranten, Turken, Marokkanen worden voorgesteld als één homogene groep. Zelfs in artikels die handelen over individuen, worden zij uitdrukkelijk voorgesteld als leden van een bepaalde groep. Wanneer allochtonen zelf aan het woord komen in de pers, is dit ofwel *omwille van* hun allochtoon zijn ofwel *over* hun allochtoon zijn. De actoren en aanverwante thema's worden soms op impliciete of expliciete wijze negatief geconnoteerd (bijvoorbeeld migranten met problemen, asielzoekers met misbruiken). De vermelding van de nationaliteit, de naam, de herkomst of andere gegevens in de krantenartikels is niet altijd relevant. De afspraken en beroepsgevoonten die bestaan over het al dan niet vermelden van namen bij gerechtelijke verslaggeving, worden niet altijd gerespecteerd. Daarnaast blijkt ook verwarring mogelijk bij het weergeven van bijvoorbeeld extreem-rechtse standpunten, of van sensationele of dramatiserende uitspraken van anderen: vaak wordt niet duidelijk gemaakt van wie deze uitspraken afkomstig zijn en ontbreekt iedere kritische omkadering. Ook de foto bij een artikel kan, soms ten onrechte, een bepaalde associatie uitlokken. In sommige gevallen is de foto zelfs in tegenspraak met de inhoud of de teneur van het artikel. Onzorgvuldige berichtgeving komt voor, maar blijkt eerder zeldzaam. Nog zeldzamer zijn de rechtzettingen na foutieve informatie. Aan de hand van deze bevindingen werd door de Werkgroep Media en Migranten van de Algemene Vereniging van Beroepsjournalisten in België de brochure *Aanbevelingen voor de berichtgeving over allochtonen* (AVBB, 1994a: 19-23) verspreid. In deze brochure is ook een woordenlijst opgenomen met de bedoeling een accuraat en correct taalgebruik met betrekking tot deze complexe materie in de journalistiek te bevorderen. Tegelijkertijd met de Aanbevelingen werd de *Inventaris Media en Migranten* gepubliceerd (AVBB, 1994b). Hierin vinden journalisten informatie over 361 organisaties en personen waar zij terecht kunnen voor deskundige informatie. Na een beperkt onderzoek naar de opvolging van de *Aanbevelingen* werd dit materiaal geactualiseerd (Deltour & Staes, 2001).

Vervolgonderzoek¹

Om te kunnen nagaan of er enige evolutie is in de berichtgeving, is het nodig op geregelde tijdstippen analyses uit te voeren met een gestandaardiseerd instrument. Voor de crisisberichtgeving kan dit slechts met betrekking tot een beperkt aantal variabelen. Te veel aspecten hangen immers samen met de specifieke context van het gebeuren. Wat de routi-

neberichtgeving betreft is betrouwbaar longitudinaal onderzoek wel mogelijk. Eventuele significante ontwikkelingen mogen daarom echter nog niet meteen worden beschouwd als een gevolg van de *Aanbevelingen*.

Opgvolging routineberichtgeving

Onderzoeksopzet en methode

Met het oog op een systematische opvolging van de routineberichtgeving werd door de Vakgroep Communicatiewetenschappen van de Universiteit Gent krantenmateriaal uit 2001 geanalyseerd, met bijzondere aandacht voor steekproeftrekking en datagaring. Zowel voor de selectie en identificatie van de te onderzoeken artikels, als voor de toepassing van het codeboek werden zo objectief mogelijke criteria uitgewerkt en uitgetest op hun validiteit en betrouwbaarheid. Dit zou moeten toelaten het onderzoek op geregelde tijdstippen te herhalen en tot longitudinaal vergelijkbare resultaten te komen.

Net zoals in 1993 werd ook nu nagegaan met welke onderwerpen het onderzoeksobject in verband wordt gebracht. Verder werden een aantal externe kenmerken van de artikels in kaart gebracht en werd nagegaan hoe allochtonen in tekst en beeld worden voorgesteld. Helemaal vergelijkbaar zijn de resultaten echter niet, omdat er aan het onderzoeksinstrument werd gesleuteld:

- Wat de identificatie van het onderzoeksobject betreft, werden duidelijke instructies uitgewerkt om alle artikels te selecteren waarin manifest melding wordt gemaakt van 'allochtonen' zoals hiervoor gedefinieerd.
- Met het oog op de veralgemeenbaarheid van de resultaten werd beslist om één kunstmatige week samen te stellen, in plaats van gebruik te maken van een natuurlijke week.
- Het codeboek werd gestandaardiseerd en de te bevragen concepten werden opnieuw geoperationaliseerd.
- Ten slotte werd er een aandachtspunt toegevoegd, met name de houding van de journalist tegenover een multiculturele samenleving.

Als kunstmatige week werden de volgende data in 2001 geselecteerd: dinsdag 23 oktober, woensdag 31 oktober, donderdag 8 november, vrijdag 16 november, zaterdag 24 en zondag 25 november en maandag 3 december.

Het onderzoek gebeurde op dezelfde kranten als in 1993, met uitzondering van *De Nieuwe Gazet*, die als een kopblad van *Het Laatste Nieuws* beschouwd kan worden. Uit deze acht kranten werden in alle rubrieken alle berichten geselecteerd waarin allochtonen als individu of als groep worden vermeld, of waarin begrippen voorkomen die vallen onder onze hierboven vermelde definitie van allochtonen. In totaal beantwoordden 748 artikels aan de selectiecriteria: 515 in de sportrubrieken en 233 in alle andere rubrieken samen. In de eerste plaats werd het corpus als geheel geanalyseerd, maar bij sommige vraagstellingen werden de kranten ook onderling vergeleken. Bovendien bleek het soms nuttig de sportrubrieken afzonderlijk te behandelen.

Resultaten

Tabel 1
Geselecteerde artikels per
krant en per dag, 2001.

	23/10	31/10	08/11	16/11	24/11	03/12	totaal		sport	
							N	%	N	%
<i>De Morgen</i>	7	9	8	5	7	22	58	7,8	19	3,7
<i>De Standaard</i>	6	9	6	2	7	20	50	6,7	35	6,8
<i>Het Nieuwsblad</i>	15	21	14	18	24	68	160	21,4	145	28,2
<i>Het Volk</i>	14	8	2	5	8	24	61	8,2	36	7
<i>Het Laatste Nieuws</i>	29	38	18	29	36	88	238	31,8	175	34
<i>Het Belang van Limburg</i>	18	13	9	9	14	49	112	15	72	14
<i>Gazet van Antwerpen</i>	9	7	14	15	3	13	61	8,2	33	6,4
FET		4		2	2		8	1,1	0	0
totaal	98	109	71	85	101	284	748	100	515	100

De meeste artikels vindt men in *Het Laatste Nieuws*, *Het Nieuwsblad* en *Het Belang van Limburg*. Opvallend is ook het grote aantal artikels op maandag 3 december (sportdag). Zonder de sportrubrieken krijgen we een genuanceerder beeld: *Het Laatste Nieuws* scoort nog altijd het hoogst met 63 artikels (27%), gevolgd door de *Het Belang van Limburg* met 40 artikels (17,2%) en *De Morgen* met 39 artikels (16,7%).

Tabel 2
Aantal artikels per onder-
werp voor alle kranten
(exclusief sportrubrieken).

	aantal artikels	%
oorlog en defensie	4	1,7
amusement, kunst en cultuur	16	6,9
human interest	10	4,3
economische activiteit	4	1,7
politiek, overheid en beleid	51	22,1
misdaad en justitie	81	35,1
ongevallen en rampen	19	8,2
gezondheidszorg en welzijn	4	1,7
wetenschap en uitvindingen	3	1,3
religie	4	1,7
sport	28	12,1
andere	7	3,0
totaal	231	100
missing	2	

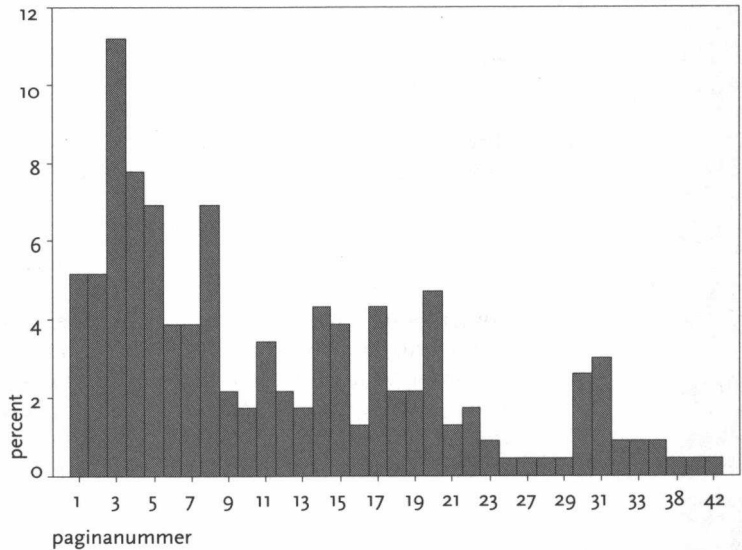
Onderwerpen - Onderwerpen waarmee allochtonen het meest in verband worden gebracht zijn: misdaad en justitie, politiek, overheid en beleid en, ondanks het feit dat de eigenlijke sportrubriek niet in deze analyse opgenomen is, sport. Niet onbelangrijk is dat ook 6,9% van de berichten onder te brengen is bij amusement, kunst en cultuur. Bijna een derde (29,4%) van

alle berichten in de categorie 'politiek, overheid en beleid' komt uit *De Morgen*, 15,7% uit *Het Belang van Limburg*, 13,7% uit *Het Laatste Nieuws* en 11,8% uit *De Standaard*. Bij 'misdad en justitie' komt 23,5% uit *Het Laatste Nieuws*, 11,1% uit *De Morgen*, 9,9% uit *Het Nieuwsblad* en 9,8% uit *Het Belang van Limburg*. Dat *Het Laatste Nieuws* het hoogst scoort in de categorie 'misdad en justitie' en *De Morgen* in de categorie 'politiek, overheid en beleid' kan te maken hebben met de aandacht die beide kranten in het algemeen aan deze onderwerpen besteden.

Externe kenmerken - De pagina waarop een bericht verschijnt, de rubriek en het al dan niet aanwezig zijn van illustratiemateriaal kunnen worden beschouwd als indicatoren voor het belang dat de krant hecht aan een artikel.

Eerder werd al vermeld dat het overgrote deel van de berichten uit de sportrubrieken komt (68,9%). Daarnaast komen allochtonen vooral aan bod in de rubriek 'binnenland' (10,6%) en 'regionaal' (7,5%).

Figuur 1
Verdeling artikels per pagina voor alle kranten (exclusief sportrubrieken).



Wanneer men de sportrubrieken buiten beschouwing laat, verschenen de meeste artikels over allochtonen en aanverwante thema's vooral vooraan in de kranten: 40,3% van de geselecteerde artikels op de eerste zes pagina's, waarvan 21,5% op de eerste drie pagina's (zie figuur 1). Twaalf artikels (5,2%) haalden de voorpagina, maar er is een groot verschil tussen de kranten onderling: in *Het Belang van Limburg* verschenen 12,5% van de artikels over allochtonen op de voorpagina, bij *Het Laatste Nieuws* zien we een gelijke verdeling over de verschillende pagina's (3,2% op pagina 1; 3,2% op pagina 2 en 4,8% op pagina 3), bij *De Morgen* is dat 5,1% op de voorpagina, 2,6% op pagina 2 en 23,1% op pagina 3. Bijna 90% van de artikels bestaat

uit gewone redactionele stukken, gevolgd door 4% interviews, 2,2% editoria- len en 1,7% lezersbrieven.

Bij meer dan een derde (37,2%) van de artikels is er een of andere vorm van illustratie (meestal fotomateriaal).

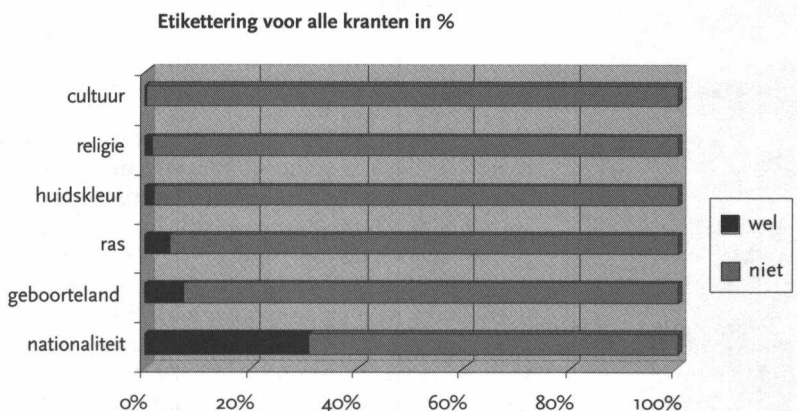
Actoren in woord en beeld - Over alle rubrieken heen komen allochtonen vooral aan bod in verband met het nieuwsfeit zelf (82,9%). Bij 7,8% van de berichten is dat 'omwille van het allochtoon zijn' en bij 4,8% 'over het allochtoon zijn'. Wanneer echter de sportrubriek buiten beschouwing wordt gelaten, is dat nog slechts in 55,2% van de berichten direct in verband met het nieuwsfeit, in 18,5% respectievelijk 12,5% van de berichten 'omwille van het allochtoon zijn' en 'over het allochtoon zijn'.

Tabel 3
Aan het woord komen van allochtonen voor alle kranten (exclusief sportrubrieken).

	aantal artikels	%
aan het woord	37	16,0
niet aan het woord	149	64,5
niet van toepassing	45	19,5
totaal	231	100
missing	1	

Slechts in 16% van de berichten komen de allochtonen zelf aan het woord. Er wordt dus meestal 'over' hen geschreven. Allochtonen komen vooral zelf aan het woord over 'human interest' (50% van de human-interestartikels) en 'amusement, kunst en cultuur' (43,8% van de artikels). Eerder werd al vermeld dat allochtonen vooral vermeld worden bij de onderwerpen 'misdad en justitie' en 'politiek, overheid en beleid'. In deze twee categorieën komen ze respectievelijk in slechts 16,3% en 7,8% van de berichten zelf aan het woord. Of dit afwijkt van de inbreng van autochtone personen in deze rubrieken kunnen we niet beoordelen, aangezien dit niet werd geanalyseerd. Wat de sportberichtgeving betreft, werd vastgesteld dat het in de meeste gevallen ging om korte verslagen over wedstrijden en andere sportprestaties waarbij de sporter niet zelf aan het woord komt.

Figuur 2
Etikettering van allochtonen voor alle kranten in procenten (inclusief sportrubrieken).



In heel wat artikels worden meerdere labels gebruikt om allochtonen te benoemen. De naam wordt bijvoorbeeld samen met de nationaliteit van de persoon vermeld. Verschillende combinaties zijn mogelijk. In bijna een derde (31%) van de berichten wordt de nationaliteit van de actoren vermeld. Het vermelden van geboorteland (7,4%), ras (4,7%), huidskleur (1,6%), cultuur (0,4%) of religie (1,2%) gebeurt eerder zelden (zie figuur 2).

Het al dan niet relevant zijn van dergelijke vermeldingen is moeilijk te operationaliseren. Om louter subjectieve interpretaties te beperken, werd dit gegeven bij de training van de codeurs uitgebreid besproken en aan de hand van voorbeelden zo concreet mogelijk gemaakt, zodat een grote mate van overeenstemming bereikt werd. Bij de grote meerderheid van de artikels waarin nationaliteit als etiket gebruikt wordt, ervaren de codeurs dit als irrelevant (72,8%). Het vermelden van ras en geboorteland zonder dat dit als relevant ervaren wordt, gebeurt minder, namelijk respectievelijk in 34,3% en 30,9% van de gevallen. Alhoewel het vermelden van de huidskleur slechts in twaalf artikels voorkomt, is dat in zes artikels (50%) niet relevant. Deze resultaten zijn telkens significant ($p = 0.000$). Religie en cultuur werden zelden vermeld. Hoewel labeling dus slechts in een minderheid van de artikels voorkomt, is het wanneer dit toch gebeurt heel vaak irrelevant.

Uit het onderzoek van 1993 bleek dat een sterk veralgemenend beeld van de allochtonen uit de pers naar voren kwam. Migranten, Turken, Marokkanen, enzovoort, werden voorgesteld als één homogene groep (Staes, 1996: 100).

Anno 2001 zien we dat, met de sportrubrieken erbij, allochtonen in 84,4% van de berichten als individu worden beschreven. Wanneer echter de sportrubrieken buiten beschouwing worden gelaten, blijkt dat de allochtonen slechts in een derde van de gevallen als individu worden behandeld, in twee derde van de gevallen als groep.

Tot slot stellen we vast dat 80,6% van de allochtonen mannen zijn. We zien dus een meer dan duidelijke ondervertegenwoordiging van allochtone vrouwen in de berichtgeving, maar dit komt overeen met de algemene verhouding mannen/vrouwen in de mediaberichtgeving (Spears & Seydegart, 2000; Demoor & Saeys, 2000).

Houding van de journalist - Of de journalist positief, negatief dan wel neutraal staat tegenover een multiculturele samenleving is moeilijk te operationaliseren. Na vooronderzoek werd hier niet geopteerd voor de toepassing van evaluatieve assertieanalyse of netwerkanalyse. Voor de beoordeling van de houding van de journalist werden in overleg tussen de codeurs vooraf een aantal begrippen als positief of negatief aangemerkt. De algemene tenor van het artikel werd dan als positief gecodeerd wanneer de auteur zich positief uitliet over een als positief gedefinieerd begrip, en omgekeerd. Een artikel kreeg de eindbeoordeling 'evenwichtig' wanneer er in gelijke mate zowel positieve als negatieve oordelen uitgesproken werden en 'zonder oordeel' wanneer de auteur geen standpunt innam en enkel feitelijke informatie verstrekke.

Positieve begrippen zijn, behalve 'multiculturele samenleving': integratie, verdraagzaamheid (tolerantie), antiracisme en alle mogelijke synoniemen hiervan. Negatieve begrippen: racisme, onverdraagzaamheid (intolerantie), xenofobie, vreemdelingenhaat, discriminatie en hun synoniemen.

De codeurs kregen een uitgebreide training met het oog op het bereiken van een zo groot mogelijke overeenstemming. Toch moet men voorzichtig zijn met de volgende conclusies.

11,8% van alle artikels (inclusief de sportrubrieken) werd beoordeeld als positief, 3,7% als negatief, 4,7% als evenwichtig en in het overgrote deel van de berichten, namelijk 79,8%, vond men dat geen oordeel werd uitgesproken. Zonder de sportrubrieken stijgt het aandeel van de positieve artikels tot 17,2%. Slechts een kleine minderheid van de berichten (3,4%) werd als negatief beoordeeld, 6,5% als evenwichtig en 72,8% als zonder oordeel.

Tabel 4
De houding van de auteur
(alle kranten, exclusief
sportrubrieken).

	aantal artikels	%
positief	40	17,2
negatief	8	3,4
evenwichtig	15	6,5
geen oordeel	169	72,8
totaal	232	100

Bijna drie kwart van de artikels, zowel met als zonder de sportrubrieken, blijft dus zonder oordeel ten aanzien van de multiculturele samenleving. De algemene teneur van de artikels is meestal louter informatief. Slechts 15% van de artikels (exclusief de sportrubrieken) wordt door de codeurs als opiniërend aangemerkt.

Opvolging crisisberichtgeving

Onderzoeksopzet en methode

Met de opvolging van de crisisberichtgeving wilden wij onder meer nagaan in hoeverre er ook voor dit soort onderzoek kan worden gewerkt met een gestandaardiseerd instrument.

Voor een diepgaande analyse van de berichtgeving over een crisisgebeuren volstaat een klassieke kwantitatieve inhoudsanalyse meestal niet. Toch werd hier vóór de vormelijke analyse van de artikels wél een klassiek codeboek gebruikt (vgl. paragraaf 'routineberichtgeving: externe kenmerken'). Wat de inhoudelijke analyse betreft werd ieder artikel, na een grondige trainingssessie, door twee beoordelaars geanalyseerd tot beiden overeenstemming bereikten over de te beoordelen aspecten van het bericht.

In de loop van de vorige jaren werden reeds verscheidene crisismomenten onderzocht (Crombez & Saeys, 1998-1999; Vanhoonacker, 1997-1998). In het kader van dit artikel werd geopteerd voor de analyse van de berichtgeving over een incident met Marokkaanse jongeren in café The Fox in Lokeren in juni 1998. Zondagavond 21 juni 1998 viel een groep Marokkaanse jongeren café The Fox in Lokeren binnen. Het interieur van het café werd vernield en tijdens de schermutselingen vielen vijf gewonden. Het incident kreeg heel wat media-aandacht. Naar aanleiding van dat incident werd een zero-tolerancebeleid (strikte handhaving van de wet, grote zichtbaarheid van de politie, verbod op samenscholing, enzovoort) in Lokeren ingevoerd.

Centraal in deze analyse staat de vraag naar de teneur van de berichtgeving in de kranten in de maand die volgde op het Fox-incident. In de acht geselecteerde kranten (dezelfde kranten als voor de routineberichtgeving) verschenen in de periode van 22 juni tot 20 juli 1998 in totaal 132 artikels over het Fox-incident en/of over het zero-tolerancebeleid in Lokeren.

Resultaten

Externe kenmerken - Behalve de reeds vermelde criteria, geldig voor het routineonderzoek, kan het belang dat de kranten hechten aan de bestudeerde crisis ook afgeleid worden uit het aantal artikels dat er aan wordt besteed.

Tabel 5
Geselecteerde artikels per
krant (22 juni – 20 juli
1998).

krant	aantal artikels
<i>De Morgen</i>	5
<i>De Standaard</i>	9
<i>Het Laatste Nieuws</i>	41
<i>Het Nieuwsblad</i>	19
<i>Het Volk</i>	22
<i>Het Belang van Limburg</i>	4
<i>De Gazet van Antwerpen</i>	31
FET	1
totaal	131

Het Laatste Nieuws publiceerde het grootste aantal artikels over het incident (41), gevolgd door de *Gazet van Antwerpen* (31) en *Het Volk* (22).

De meeste artikels dateren van 23 juni, twee dagen na de feiten (22 artikels). Ook op 1 juli, bij de beslissing om op 10 juli het zero-tolerancebeleid in te voeren, verschijnen er een aanzienlijk aantal artikels (14). De rest van de artikels zijn meer gelijk verspreid over de onderzoeksperiode.

Slechts 4 van de 132 artikels over het incident haalden de voorpagina (respectievelijk in *De Morgen*, *De Standaard*, *Het Laatste Nieuws* en *De Gazet van Antwerpen*). Het overgrote deel van de artikels verscheen in de regionale katernen van de kranten en in de rubriek 'binnenland'.

Tabel 6
Rubriek met krant.

	voorpagina	binnenland	regionaal	andere	totaal
<i>De Morgen</i>	1	4			5
<i>De Standaard</i>	1	8			9
<i>Het Laatste Nieuws</i>	1	8	26	3	38
<i>Het Nieuwsblad</i>		6	13		19
<i>Het Volk</i>		6	15		21
<i>Het Belang van Limburg</i>		4			4
<i>De Gazet van Antwerpen</i>	1	1	19	10	31
FET		1			1
totaal	4	37	73	13	128
missing					4

40,6% van de artikels verscheen op de eerste zes pagina's van de kranten. Dit is volledig gelijk aan de resultaten van de routineberichtgeving, waar dat 40,3% was. Als echter alleen de eerste week na het incident in de analyse wordt opgenomen, stijgt dat percentage naar 60,7%, waarvan 35,7% van de artikels op de eerste vier pagina's gepubliceerd werden. Er dient hier ook rekening gehouden te worden met het grote aantal artikels over de crisis in de regionale katernen, die meestal achteraan in de krant voorkomen.

Over het incident verschenen vier editorialem, en dit in de week die volgde op het incident: twee in *De Standaard*, één in de nationale editie van de *Gazet van Antwerpen* en een laatste in de regionale editie van de *Gazet van Antwerpen*. Daarnaast verschenen er negen lezersbrieven, één ingezonden opiniestuk en twee interviews: één in *Het Laatste Nieuws* met Patrick Dewael en één in *Het Belang van Limburg* met rijkswachtkolonel Van de Sompel. Beiden worden geïnterviewd over de nul-tolerantieaanpak. De overige artikels zijn redactionele stukken over het incident in café The Fox en de invoering van het zero-tolerancebeleid.

Iets meer dan een derde (34,1%) van de artikels werd geïllustreerd met een foto. In de eerste week na het incident verscheen er bij 41,3% van de artikels een foto.

Actoren in de context van de gebeurtenissen - De aandacht ging vooral uit naar het geweld in café The Fox. Op de foto's wordt regelmatig het vernielde interieur van café The Fox afgebeeld, maar ook foto's van rijkswacht of politie komen vaak terug. Vaak wordt er bericht in termen van migrantenrellen. De titels bij de artikels blijven niet altijd neutraal en suggereren soms dat Lokeren niet leefbaar meer was. In sommige titels wordt sterk benadrukt dat het niet de eerste keer is dat er problemen zijn met allochtonen in Lokeren.

Voorbeelden hiervan zijn:

- 'Ook in Lokeren tikt de tijdbom' (*De Standaard*, 23/6/1998)
- 'Charter moet Lokeren leefbaar maken' (*De Standaard*, 8/7/1998)
- 'Migrantenrellen doen Lokeren opnieuw beven' (*Gazet van Antwerpen*, 22/6/1998)
- 'Weer rellen met migranten' (*Gazet van Antwerpen*, 22/6/1998)
- 'Provinciestadje wordt Bronx van Vlaanderen' (*Het Laatste Nieuws*, 30/6/1998)
- 'Ik vreesde dat er doden zouden vallen' (*Het Laatste Nieuws*, 23/7/1998)

Het aantal artikels waarin aan duiding of opiniëring gedaan wordt, is laag, evenals het aantal opiniestukken. Kritische reacties op de gebeurtenissen (bijvoorbeeld aandacht voor het falende migrantenbeleid van de stad Lokeren, uitsluiting van allochtonen in cafés en uitgaansgelegenheden, de lage tewerkstellingsgraad van allochtonen, slechte scholing, een gebrekkige jeugdvoorziening) worden in hoofdzaak in de mond van 'anderen' (geïnterviewden of geciteerden) gelegd. De geïnterviewden die wijzen op deze problemen blijven beperkt: hoofdzakelijk één allochtoon, Mohammed Achaïbi, medewerker van het jeugdcentrum Bergendries, komt daarover aan bod. Een eigen stellingname van de journalist vinden we wel in de opiniestukken, maar slechts in geringe mate in de redactionele artikels.

Allochtonen worden zelden of nooit aan het woord gelaten, met uitzondering van de, hiervoor reeds vermelde, medewerker van het jeugdcentrum.

Vooral burgemeester Antheunis (die blijft herhalen dat het beleid niet gefaald heeft en dat de schuld bij de allochtone jongeren ligt), minister van Binnenlandse Zaken Tobback (die pleit voor meer politie op straat), schep van Welzijn Bellens, en rijkswachtkolonel Van de Sompel (die zijn visie op zero tolerance geeft) krijgen een spreekbuis in de pers. Opvallend is dat in een aantal artikels ook vertegenwoordigers van het Vlaams Blok (o.a. Filip De Winter) hun visie geven op de problemen. In een kleiner aantal artikels krijgen ook Ivo Delrue van het Lokerse integratiecentrum en Houssein Boukhriss van het Centrum voor Gelijkheid van Kansen en Racismebestrijding ruimte om hun standpunten te verduidelijken. Ook de middenstanders van Lokeren kunnen hun persoonlijke mening over het incident kwijt. Lokerse allochtone burgers daarentegen krijgen die kans minder of helemaal niet. We horen dus wel verschillende stemmen, maar opvallend weinig de stem van de leden van de allochtone gemeenschap in Lokeren.

In de meerderheid van de artikels worden de allochtonen als één homogene groep voorgesteld. Wanneer wel nadruk wordt gelegd op individuen dan gaat het meestal over de allochtone jongeren die aangehouden zijn. Voorbeelden van het voorstellen van allochtonen als één homogene groep zijn:

- 'Tegen alles wat een uniform draagt, komen de Lokerse migranten in actie.' (*Het Laatste Nieuws*, 24/7/1998).
- 'Zware incidenten met migrantenjongeren' (*Het Laatste Nieuws*, 22/7/1998).

Via het citeren van geïnterviewden wordt in een aantal artikels ingespeeld op het onveiligheidsgevoel of wordt een sterk veralgemeend beeld van allochtonen naar voren geschoven:

'Je zou ervan verstedd staan, maar die kerels zijn enorm goed georganiseerd, beter zelfs dan de politie en rijkswacht. Bijna iedere migrant in onze buurt heeft een GSM op zak. Stijgt de spanning, dan beginnen ze naar elkaar te bellen. Het duurt geen kwartier of er staat hier een heel leger paraat.' (*Het Laatste Nieuws*, 23/7/1998)

'De bewoners van Lokeren hebben schrik om nog in Lokeren te winkelen of te wandelen door de dreiging van de bendes migranten die voortdurend rondjes toeren en mensen verbaal en fysiek lastig vallen.' (*Het Volk*, 26/6/1998)

In de meeste kranten wordt in ongeveer de helft van de artikels gezocht naar de oorzaken of de aanleiding voor het incident. In *Het Laatste Nieuws* en de *Gazet van Antwerpen* gebeurt dit veel minder. Dit zijn echter precies de kranten die het meest aandacht besteden aan het incident en aan de invoering van het zero-tolerancebeleid.

In de helft van de artikels worden oplossingen naar voren geschoven. Deze oplossingen zijn zowel preventief (bijvoorbeeld het aanspreken van contactpersonen in de allochtone gemeenschap), als repressief (bijvoorbeeld meer politie op straat, strenge bestraffing van kleine criminaliteit). Opvallend is dat in *Het Nieuwsblad* in bijna alle artikels oplossingen (met nadruk op preventie) worden gesuggereerd. In *Het Volk* en *Het Laatste Nieuws* wordt meer nadruk gelegd op een repressieve aanpak.

Besluit

De resultaten van het vervolgonderzoek zijn om methodologische redenen niet helemaal vergelijkbaar met die van 1993. Toch komen er een aantal tendensen naar voren.

Allochtonen en aanverwante thema's nemen een belangrijke plaats in binnen de krant.

Wat de routineberichtgeving betreft, werden er volgens de selectiecriteria van 1993 op één week tijd 187 artikels gevonden. In 2001, wanneer men selecteert op louter formele gronden, komt men op een totaal van 748 artikels. Ongeveer twee derde daarvan (515) vindt men terug in de sportrubrieken. Het zou interessant zijn aan deze rubrieken een aparte analyse te wijden. In het kader van dit onderzoek was het echter vaak aangewezen ze buiten beschouwing te laten, omdat er anders nog nauwelijks genuanceerde conclusies konden worden getrokken. Uit verdere analyse van de routineberichtgeving (exclusief de sportrubrieken) blijkt dat de meeste artikels over allochtonen in *Het Laatste Nieuws*, *Het Belang van Limburg* en *De Morgen* verschijnen. Bij de crisisberichtgeving scoort opnieuw *Het Laatste Nieuws* het hoogst, gevolgd door de *Gazet van Antwerpen* en *Het Volk*. Vooral in de regionale katernen werd veel aandacht besteed aan het incident in The Fox. Zowel bij de routine- als bij de crisisberichtgeving verschijnt 40% van de artikels op de eerste zes pagina's. Ook het regelmatig gebruik van foto's bij de berichten bevestigt het belang dat de kranten hechten aan deze thematiek.

Merkwaardig is dat zowel in 1993 als in 2001 (wanneer men de sportrubrieken buiten beschouwing laat) een derde van de routineberichtgeving verband houdt met criminaliteit. Verwijzingen naar nationaliteit of geboorteland van de actoren is in 1993 in ruim de helft van de artikels terug te vinden. In 2001 zijn de resultaten meer genuanceerd. In slechts een derde van de berichten wordt de nationaliteit van de actoren vermeld. Het vermelden van geboorteland, ras, huidskleur, cultuur of religie gebeurt zelden. Wel is het zo dat in het overgrote deel van de artikels dergelijke verwijzingen geen meerwaarde betekenen voor het nieuws, en dus irrelevant zijn. In tegenstelling tot 1993 komen allochtonen in het vervolgonderzoek in meer dan de helft van de berichten aan bod over het nieuwsfeit, en slechts in respectievelijk 18,5% en 12,5% van de artikels is dat 'omwille van het allochtoon zijn' en 'over het allochtoon zijn'.

Allochtonen die zelf het woord krijgen, zijn nog steeds schaars, zowel in de routine- als in de crisisberichtgeving. Zelfs met betrekking tot misdaad en justitie, waarin allochtonen het meest vermeld worden, krijgen ze hierover zelden of nooit het woord. Als ze het woord krijgen, gebeurt dit het meest over 'human interest' en 'amusement, kunst en cultuur'. Dat de pers een sterk veralgemenend beeld van allochtonen naar voren schuift, blijkt zowel uit het onderzoek van 1993 als van 2001. Allochtonen worden heel vaak als één homogene groep voorgesteld: er wordt geen onderscheid gemaakt tussen genaturaliseerde Belgen, Marokkanen of Turken. Er wordt vaak gesproken over 'de migranten'. Slechts in een derde van de berichten worden allochtonen als individu benaderd, in twee derde van de gevallen als groep. Er wordt weinig expliciet geopinieerd maar er wordt ook weinig duiding gegeven. In de meeste artikels uit de routineberichtgeving blijkt een neutrale houding van de journalist of wordt er geen oordeel uitgesproken. Zoals in

de inleiding reeds werd vermeld, blijkt uit onderzoek dat zelfs een neutrale houding negatieve beeldvorming in de hand kan werken. Opiniëring en duiding bij berichten over allochtonen is belangrijk om de opinievorming te beïnvloeden, en zeker aangewezen bij dergelijke gevoelige materie. Uit vorig en huidig onderzoek blijkt echter dat dit zelden gebeurt.

De analyse van de crisisberichtgeving bevestigt een aantal bevindingen uit het onderzoek van 1993 en uit het routineonderzoek: veel veralgemeningen, weinig gelegenheid voor de allochtonen om zelf aan het woord te komen. Opvallend in de berichtgeving over Lokeren is dat zeer veel aandacht gaat naar het geweld dat gebruikt werd in *The Fox*. Foto's van het vernielde café en van de ordediensten worden verschillende keren gepubliceerd. Ook een aantal ronkende titels gaan vooral in op het aspect 'geweld'. Door hoofdzakelijk één kant van het verhaal te belichten, spelen een aantal artikels in op het onveiligheidsgevoel waarvoor 'de migranten' de verantwoordelijkheid krijgen. Positiever is dat in ongeveer de helft van de artikels gezocht wordt naar de oorzaken of de aanleiding voor het incident. Ook suggesties voor het oplossen van de problemen vindt men terug in de helft van de artikels.

Alles bij elkaar geeft de Vlaamse pers in het algemeen blijk van een toegenomen zorgvuldigheid in de berichtgeving over allochtonen, vooral wanneer het gaat om routineberichten. In de onderzochte crisismomenten is dit minder duidelijk, maar een groter aantal crisissen van verschillende aard zouden moeten worden onderzocht om hier algemene conclusies te kunnen trekken.

Discussie

De opzet van deze studie was tweeledig:

- Voor zover mogelijk aan de hand van reeds bestaande gegevens en door nieuw opvolgingsonderzoek de evolutie nagaan van de berichtgeving met betrekking tot allochtonen en aanverwante thema's in de Vlaamse pers, en dit zowel in de doordeweekse berichtgeving als in crisisperiodes.
- Met het oog op verder longitudinaal onderzoek het onderzoeksinstrument op punt stellen.

Wat de routineberichtgeving betreft, blijkt het mogelijk een relatief betrouwbaar instrument te ontwikkelen voor longitudinaal onderzoek. Het probleem van de afbakening van het object kan opgevangen worden door voor de selectie van het materiaal enkel manifeste, operationaliseerbare kenmerken te gebruiken. Voor de steekproeftrekking moet men rekening houden met de aard van het mediamateriaal en met de periodiciteit. In de eerste fase werd gewerkt met een natuurlijke week, in het vervolgonderzoek met een kunstmatig samengestelde week, wat minder risico's op scheeftrekkingen inhoudt. In beide gevallen werden alle over heel Vlaanderen verspreide kranten in het onderzoek betrokken. Bij de ontwikkeling van het codeboek werd gestreefd naar maximale operationalisering van de begrippen en de kenmerken. Het onderzoek over de Vlaamse pers in 2001 lijkt ons bruikbaar als vergelijkingsbasis voor verder vergelijkend onderzoek. Met kleine aanpassingen kan het gebruikt worden voor zowel internationale studies als voor longitudinaal onderzoek over landelijke dag-

bladpers. Veel meer aanpassingen zijn nodig wanneer men het onderzoeksinstrument op andere soorten media zou willen toepassen.

Wat de crisisberichterijking betreft, kunnen we niet spreken van een steekproef binnen het afgebakende object, maar van afzonderlijke cases, die elk in hun context bestudeerd moeten worden. Een aantal kenmerken kan geoperationaliseerd worden op dezelfde manier als voor het routineonderzoek. Zo is het belang dat aan een crisis wordt gehecht in principe meetbaar, maar de interpretatie van de resultaten is afhankelijk van heel wat factoren: de aard van de gebeurtenis, de betrokkenen, de rest van het nieuwsaanbod in de betreffende periode, enzovoort. Ook kenmerken zoals het vóórkomen van allochtonen als individu dan wel in een groep, het zelf aan het woord laten van allochtonen, enzovoort, zijn meet- en telbaar over de crisissen heen, zodat het bestuderen van een groot aantal cases bepaalde patronen aan het licht zou kunnen brengen. De opgeroepen connotaties en de houding van de journalist hangen dan weer in belangrijke mate af van het politieke, economische of algemeen maatschappelijke klimaat waarbinnen de (in Vlaanderen meestal ideologisch gekleurde) kranten zich moeten profileren. De analyse van crisisberichterijking zegt dan ook meer over de context van het moment zelf dan over eventuele algemene tendensen. Crisisonderzoek is wel bruikbaar ter illustratie of ter aanvulling van grootschalig routineonderzoek, of voor het verkennen van nieuwe aspecten voor verder onderzoek.

Toekomstige analyses zouden zich moeten richten op de integratie van de hiervoor genoemde drie verschillende categorieën van onderzoek, met name deze met betrekking tot de tekst, de receptie en de productie. Vooral dit laatste is nog weinig onderzocht. Een kwantitatieve en kwalitatieve benadering van de relatie tussen deze aspecten kan nuttig zijn om tot meer gefundeerde uitspraken te komen, zeker wat betreft de invloed van de berichterijking op identiteitsconstructie en opinievorming.

Noten

- 1 Met dank aan de studenten uit de eerste licentie Communicatiewetenschappen van de Universiteit Gent (academiejaar 2001-2002).

Literatuur

- Abernathy-Lear, G.** (1994). "African Americans" criticism concerning African American representations on daytime serials'. *Journalism Quarterly*, 71(4): 830-840.
- AVBB**, Algemene Vereniging van Beroepsjournalisten in België (1994a). *Aanbevelingen voor de berichterijking over allochtonen*. Brussel: Werkgroep Media en Migranten.
- AVBB**, Algemene Vereniging van Beroepsjournalisten in België (1994b). *Inventaris Media en Migranten*. Brussel: Werkgroep Media en Migranten.
- Creedon, P.** (red.) (1989). *Women in Mass Communication: Challenging Gender Values*. Beverly Hills: Sage.
- Crombez, B.** (1996). 'Media en allochtonen: literatuurstudie'. In: L. d'Haenens & F. Saeys (red.), *Media en Multiculturalisme in Vlaanderen* (pp. 6-16). Gent: Academia Press.
- Crombez, B. & Saeys, F.** (1998-1999). *Onderzoek naar de berichterijking over allochtonen in de media. Crisisberichterijking*. Gent: Vakgroep Communicatiewetenschappen RUG (intern rapport).

- De Aguirre, F.** et al. (1996). 'Anders gekeken?' In: L. d'Haenens & F. Saeyns (red.), *Media en Multiculturalisme in Vlaanderen* (pp. 40-57). Gent: Academia Press.
- Deltour, P. & Staes, L.** (2001). 'Dossier: Berichten over allochtonen'. *De Journalist*, 16-01-2001: 6-9. Brussel: Vlaamse Vereniging van Beroepsjournalisten.
- Demoor, M. & Saeyns, F.** (2000). *Gezocht: M/V in het nieuws*. Brussel: Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap.
- Detant, A.** (1998). 'Op zoek naar een Vlaamse natie. Bedenking over de rol van de media in het proces van natievorming in Vlaanderen'. In: E. Schelfhout & H. Verstraeten (red), *De rol van de media in de multiculturele samenleving* (pp. 85-118). Brussel: VUBPRESS.
- Doppert, M. & Top, B.** (1993). *Tussen missie & misser. Aanbevelingen voor berichtgeving over migranten*. Amsterdam: Werkgroep Migranten en Media van de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ).
- Eldridge, J.** (1983). 'War and Peace News on British Television'. *Current Research on Peace and Violence*, 1: 3-28.
- Entman, R. M.** (1990). 'Modern racism and the images of blacks in local television news'. *Critical Studies in Mass Communication*, 7(4): 332-46.
- Entman, R. M.** (1994). 'Representation and reality in the portrayal of blacks on network television news'. *Journalism Quarterly*, 71(3): 509-21.
- Frachon, C. & Vargaftig, M.** (red.) (1995). *European Television. Immigrants and Ethnic Minorities*. Londen: John Libbey & Company Ltd.
- Gandy Jr., O. H.** (1998). *Communication and Race. A Structural Perspective*. Londen: Arnold.
- Glasgow University Media Group** (1976). *Bad News*. Londen: Routledge & Kegan Paul
- Glasgow University Media Group** (1980). *More Bad News*. Londen: Routledge & Kegan Paul.
- Glasgow University Media Group** (1982). *Really Bad News*. Londen: Routledge & Kegan Paul.
- Glasgow University Media Group** (1985). *War and Peace News*. Londen: Routledge & Kegan Paul.
- d'Haenens, L. & Saeyns, F.** (red.) (1996a). *Media en multiculturalisme in Vlaanderen*. Gent: Academia Press.
- d'Haenens, L. & Saeyns, F.** (1996b). 'Media and multiculturalism in Flanders'. *Alliances and alignments : Communication in the new Europe*. The Scottish Communication Association, Journal 2: 71-102.
- d'Haenens, L. & Saeyns, F.** (1998). 'Media en Multiculturalisme in Vlaanderen'. In: E. Schelfhout & H. Verstraeten (red), *De rol van de media in de multiculturele samenleving*. Brussel: VUBPRESS.
- Hall, S.** (1995). 'The whites of their eyes. Racist ideologies and the media'. In: G. Dines & J. Humez (red.), *Gender, Race and Class in Media*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Jhally, S. & Lewis, J.** (1992). *Enlightened Racism: The Cosby Show, Audiences, and the Myth of the American Dream*. Boulder: Westview Press.
- Nederlandse Vereniging van Journalisten** (1989). *Brochure Migranten in de media*. Amsterdam: Werkgroep Migranten en Media.
- Nederlandse Vereniging van Journalisten** (1991a). *Ongekleurd nieuws bestaat niet*. Amsterdam: Werkgroep Migranten en Media.
- Nederlandse Vereniging van Journalisten** (1991b). *De Mikrant*. Amsterdam: Werkgroep Migranten en Media.
- Nederlandse Vereniging van Journalisten** (1991c). *Beter één bericht in de krant... Spelregels voor omgaan met de pers*. Amsterdam: Werkgroep Migranten en Media.
- Nederlandse Vereniging van Journalisten** (1991d). *Waar blijft de allochtone journalist?* Amsterdam: Werkgroep Migranten en Media.

- Nederlandse Vereniging van Journalisten** (1991e). *De buitenlandse sluipmoordenaar*. Amsterdam: Werkgroep Migranten en Media.
- Perotti, A.** (1991). 'Medias – Immigration – Minorités. Une histoire qui vient de loin'. In : C. Le Brizaut & A. Bategay (red.), *Médias et minorités en Europe*. Parijs: Ressources documentaires du CIEMI 1: II-III.
- Schelfhout, E.** (1998). "Een onmiskenbaar zwak punt" Bedenkingen over racisme in België, één jaar na het commissieverslag'. In: E. Schelfhout & H. Verstraeten (red), *De rol van de media in de multiculturele samenleving* (pp. 207-224). Brussel: VUBPRESS.
- Servaes, J. & Tonnaer, C.** (1992). *De nieuwsmarkt. Vorm en inhoud van de internationale berichtgeving*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Spears, G. & Seydegarts, K.** (2000). *Who Makes the News?* Londen: WACC.
- Staes, L.** (1996). 'Berichtgeving over allochtonen en aanverwante thema's in de Vlaamse pers'. In: L. d'Haenens & F. Saeys (red.), *Media en multiculturalisme in Vlaanderen*. Gent: Academia Press.
- Sterk, G.** (2000). *Media en allochtonen: journalistiek in de multiculturele samenleving*. Den Haag: Sdu.
- Ter Wal, J.** (red.) (2002). *Racism and Cultural Diversity in the Mass Media. An Overview of Research and Examples of Good Practice in the EU Member States, 1995-2000*. Wenen: EUMC.
- Vanhooacker, K.** (1997-1998). *Beeldvorming rond allochtonen in het radionieuws. De berichtgeving n.a.v. de rellen in Kuregem. Een inhoudsanalyse*. Gent: Vakgroep Communicatiewetenschappen RUG (niet uitgegeven seminariewerk).
- Verstraeten, H.** (1998). 'Media, publieke sfeer en interculturele communicatie: enkele onderzoeksperspectieven'. In: E. Schelfhout & H. Verstraeten (red), *De rol van de media in de multiculturele samenleving* (pp. 13-31). Brussel: VUBPRESS.

Summary

Ilse Devroe & Frieda Saeys

Ethnic Minorities and Related Topics in the Flemish Newspapers

Immigrants are often, rightly or wrongly, dissatisfied with their portrayal in the media. However, the importance of correct and balanced news coverage of these groups of the population is beyond dispute. In this article we focus on the results of a research project dealing with ethnic

minorities' portrayal in the Flemish press (2001). Newspaper journalism on immigrants was examined by analysing both everyday reporting (i.e. when the subject would not be over-represented in the news) and crisis reporting (i.e. with sizeable immigrant-related reporting). Our main aims are to find out how ethnic minorities and related topics are covered in the Flemish newspapers, to compare our results wherever possible with previous research (1993), and to pave the way for longitudinal research.

Het beeld van asielzoekers in Nederlandse regionale kranten

De onderzoeksliteratuur maakt melding van vijf steeds weerkerende nieuwsframes in berichtgeving: het conflictframe, het human-interestframe, het economische-gevolgenframe, het moraliteitsframe en het verantwoordelijkheidsframe. Centrale onderzoeksvraag hier is: hoe weerspiegelt de berichtgeving over asielzoekers in vier regionale kranten in Nederland deze frames? De gekozen kranten verschijnen in plaatsen waar de bewonersreacties ten aanzien van de inplanting van een asielzoekerscentrum in de buurt varieren van positief tot negatief. We verwachten dat dit verschil in attitude ook weerklank zal vinden in de berichtgeving. Enerzijds gaan we ervan uit dat waar mensen een negatievere houding hebben, de regionale media meer de nadruk zullen leggen op het conflict en de economische gevolgen. Anderzijds hebben we het vermoeden dat een positieve attitude vanwege de buurtbewoners aanleiding zal geven tot een meer menselijk en meer moralistisch accent in de berichtgeving. Niettegenstaande deze verschillen, stellen we vast dat het human-interestframe het meest zichtbaar is in alle kranten, waarbij de attitude van de buurtbewoners er nauwelijks toe doet.

Vluchtelingen in de wereld

UNHCR, de vluchtelingenorganisatie van de Verenigde Naties, schatte het aantal mensen dat wereldwijd op de vlucht was begin 1998 op 22,4 miljoen mensen. Het gaat hier om 12 miljoen erkende vluchtelingen, 0,9 miljoen (nog) niet erkende vluchtelingen, 3,5 miljoen mensen die naar hun land van oorsprong terugkeerden en 6 miljoen overige vluchtelingen. Deze getallen verwijzen naar mensen die op enigerlei wijze steun ontvingen en (dus) zijn geregistreerd bij UNHCR. Daarnaast zijn er vele miljoenen binnenlandse vluchtelingen, ook wel 'ontheemden' genoemd. Deze mensen zijn geheel op zichzelf aangewezen en moeten het dikwijls zonder enige vorm van hulp zien te redden. Meestal verblijven vluchtelingen in de nabijheid van hun eigen land. Slechts een klein deel ziet zich genooddaakt én heeft de kans om verder weg te vluchten (VluchtelingenWerk, 1999). Hoewel de meeste vluchtelingen in eerste instantie vaak geheel op zichzelf zijn aangewezen, gelden er een aantal internationale verdragen waar ze op terug kunnen vallen. Deze (inter)nationale verdragen bevatten echter geen

Marielle de Lange is werkzaam in het Marketing & Communicatie Adviesbureau Comma te Zwolle. Leen d'Haenens is hoofddocent bij the Nijmegen School of Communication Research, Katholieke Universiteit Nijmegen. Correspondentie aan tweede auteur: KUN/NICOR, Postbus 9104, 6500 HE Nijmegen. E-mail: l.dhaenens@maw.kun.nl.

recht op vluchtelingenstatus of asiel. Slechts de Universele Verklaring voor de Rechten van de Mens (1948) bepaalt dat 'een ieder het recht heeft om in andere landen asiel te zoeken en te genieten tegen vervolging'. Deze Universele Verklaring is echter geen algemeen bindend verdrag waaraan staten juridisch gebonden zijn. Het is dus ook niet zo dat bijvoorbeeld het Vluchtelingenverdrag een recht op asiel bevat. In feite geeft het Vluchtelingenverdrag – en andere mensenrechtenverdragen – slechts het recht om niet te worden teruggestuurd naar een land waar gegronde redenen bestaan te worden vervolgd, gemarteld of mishandeld. Dit algemene beginsel van internationaal recht wordt aangeduid met het 'non-refoulementbeginsel'. Het verbod op 'refoulement' vormt het fundament van asielrecht en is op alle fronten van de regelgeving – zowel nationaal als internationaal – aanwezig (Asiel Internationaal, 1998).

Binnen het internationale asielrecht zijn het Vluchtelingenverdrag (1951), het Verdrag tegen foltering en andere onmenselijke of ontorende behandeling of bestraffing (1984) en het Europees Verdrag voor de Rechten van de Mens (1950) de drie belangrijkste verdragen. Het eerste verdrag is, volgens de laatste cijfers van het UNHCR, ondertekend door 132 staten en bij het Verdrag tegen foltering zijn inmiddels 105 landen partij, waarvan 94 landen het per 1 augustus 1998 hebben geratificeerd. Op dit moment hebben alle lidstaten van de Raad van Europa het EVRM en bijbehorende protocollen ondertekend. Het Verdrag bevat een raamwerk aan fundamentele rechten en vrijheden, zoals het recht op leven, het verbod op marteling, het recht op vrijheid en veiligheid en het recht op privé- en gezinsleven.

Vluchtelingen in Europa

Het is bijzonder ingewikkeld om voor Europese landen vergelijkbare cijfers te produceren als het gaat om toegelaten vluchtelingen. Verschillende wetsystemen, verblijfstitels en politieke omstandigheden zijn daar debet aan. Voor wat betreft asielaanvragen ligt dit eenvoudiger. Alle landen baseren namelijk hun definitie van 'vluchteling' op de beschrijving zoals die in het Vluchtelingenverdrag wordt gegeven: 'Een vluchteling is iemand die uit gegronde vrees voor vervolging wegens ras, godsdienst, nationaliteit, het behoren tot een bepaalde sociale groep of zijn politieke overtuiging, zich buiten het land bevindt waarvan hij de nationaliteit bezit, en die de bescherming van dat land niet kan, of uit hoofde van bovenbedoelde vrees, niet wil inroepen' (VluchtelingenWerk, 1999). Duitsland is binnen Europa het land waar momenteel in absolute aantallen de meeste asielaanvragen binnenkomen. In de periode 1987 tot 1998 bekeek Duitsland 2.138.000 asielaanvragen en besloot het om 168.000 mensen een A-status te verlenen. Dit is een kleine 8%. Hoewel Duitsland absoluut gezien de meeste A-statussen verleent, nemen Frankrijk en Nederland procentueel gezien een groter aandeel in in de A-statusverlening, namelijk respectievelijk 13% en 16%.

In 1998 kwamen in de Europese Unie in totaal 299.000 asielverzoeken binnen, een stijging van 19% ten opzichte van het jaar daarvoor. Wanneer we kijken naar heel Europa (inclusief de landen die geen lid zijn van de EU) zien we dat van alle aanvragen twee derde terecht kwam in vier landen: Duitsland, Nederland, Groot-Brittannië en Zwitserland. In verhouding tot hun eigen bevolking kregen Zwitserland, Luxemburg, Nederland, België en Noorwegen te maken met de grootste toestroom. De toename van het aan-

tal asielaanvragen was procentueel het hoogst in Hongarije: daar bedroeg de stijging 600%, tot 7.400 asielverzoeken. In Duitsland daalde het aantal met 6% tot 98.700. Europa zag in 1999 ruim 55.000 asielzoekers meer binnenkomen dan in 1998. Ook in Groot-Brittannië meldden zich in 1999 25.000 vluchtelingen meer dan in 1998: in totaal 71.000. Hoewel in Europa het aantal asielzoekers steeg – vooral Kosovaren – had Nederland in 1999 te maken met een daling van 13%. In totaal vroegen 39.300 mensen asiel aan. In 1999 bestond de grootste groep asielzoekers uit mensen uit voormalig Joegoslavië en dan vooral uit Kosovo. Ook in 1998 was de situatie in dit land de oorzaak van een gedwongen vlucht naar veiligere gebieden. Meer dan een kwart van de asielzoekers in Europa kwam in 1998 uit Joegoslavië. Andere landen waaruit grote groepen vluchtelingen kwamen zijn Irak, Turkije en Afghanistan (VluchtelingenWerk, 1999).

Beeldvorming in de media

Hoe de media berichten over migranten is een veel onderzocht thema in mediaonderzoek. Het gaat hierbij om de vraag hoe migranten naar voren komen in de berichtgeving, en of dit al dan niet een vertekening van de werkelijkheid oplevert. In dit kader heeft onderzoek van Van Dijk (1983), althans in Nederland, veel ophef veroorzaakt. Met gebruik van discourse-analyse én op basis van een steekproef uit artikelen in zowel landelijke als regionale kranten uit oktober 1981 concludeerde hij onder meer dat de berichtgeving plaatsvindt vanuit het perspectief van de meerderheid en haar instanties zoals regering, politie en justitie. Minderheden krijgen bijna of helemaal niet de gelegenheid hun mening uit te dragen. Ook richt berichtgeving met betrekking tot minderheden zich op opvallende incidenten en sensationele conflicten, waardoor er een algemeen negatief beeld wordt gecreëerd. Daarnaast is achtergrondinformatie met betrekking tot minderheden schaars. Aspecten van hun alledaagse leven worden niet of nauwelijks belicht. Ten slotte zijn er nauwelijks minderheden die zelf journalist zijn. De berichtgeving over hen vindt zelden of nooit door henzelf plaats.

Ook recenter onderzoek houdt zich bezig met de conclusies van Van Dijk. Zo wordt Van Dijks stelling over ondervertegenwoordiging van minderheden in de media onder meer getoetst in onderzoek van d'Haenens & Saeys (1996) uitgevoerd in Vlaanderen. In dit onderzoek is gekeken naar de manier waarop over multiculturalisme en aanverwante thema's wordt bericht in het Vlaamse journaal op zowel de publieke als commerciële televisie. Staes (1996) heeft geprobeerd een antwoord te vinden op de vraag hoe over alloctonen en aanverwante thema's in de Vlaamse schrijvende pers wordt bericht. De conclusies van beide onderzoeken brengen onder meer irrelevante vermelding van nationaliteit, huidskleur en religie aan het licht, naast praktijken als veralgemenisering, problematisering en dramatisering van de aanwezigheid van alloctonen. Nederlands onderzoek van Muijsers (1998) gaat na hoe asielzoekers precies worden afgebeeld in *De Telegraaf*, *de Volkskrant* en *De Gelderlander* tijdens de periode 1990-1995. Het onderzoek toont aan dat in de drie kranten de beeldvorming van asielzoekers en vluchtelingen, conform andere etnische minderheidsgroepen, ook overwegend negatief is. Ook hier wordt ten onrechte gegeneraliseerd en onzorgvuldig met aantallen en andere feiten omgesprongen. Dreiging

gesuggereerd in woordkeuze als 'vloed' en 'stroom' komt ook voor. Dit onderzoek is echter vrij uniek, want er is heel weinig onderzoek verricht rond de berichtgeving over asielzoekers. Dit is precies het opzet van voorliggende studie, en wel met betrekking tot regionale kranten.

Nieuwsframing

In deze studie staat het concept agendasetting centraal. Dit concept refereert aan drie verschillende agenda's: de media-agenda, de publieke agenda en de politieke agenda. Hierbij kan agenda worden opgevat als *'a list of issues and events that are viewed at a point in time as ranked in a hierarchy of importance'* (Rogers & Dearing, 1988: 565). Het agendasettingconcept veronderstelt een causale relatie tussen de onderwerpen die de massamedia in hun berichtgeving benadrukken (media-agenda) en de onderwerpen die ontvangers belangrijk vinden (ontvangersagenda). Wanneer de media aan een bepaald item meer aandacht gaan besteden, kan dat tot gevolg hebben dat ontvangers dat item, na verloop van tijd, ook belangrijker gaan vinden. Hoewel de media-agenda niet automatisch gelijk is aan de publieke agenda, hebben de media wel een aantal middelen ter beschikking om het publiek, de publieke opinie en daarmee de publieke agenda, te beïnvloeden. Eén van die middelen is framing. Entman (1993: 52) omschrijft framing als volgt:

'To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described.'

Door de manier van weergeven kunnen reporters en redacteurs het agendasettingeffect vergroten en de publieke opinie beïnvloeden. Framing heeft verschillende functies. Zo definiëren frames problemen (*'determine what a causal agent is doing with what costs and benefits, usually measured in terms of common culture values'*), diagnosticeren ze de oorzaken (*'identify the forces creating the problem'*), maken ze de morele oordelen (*'evaluate causal agents and their effects'*) en stellen ze oplossingen voor (*'offer and justify treatment for the problems and predict their likely effects'*) (Entman, 1993: 52).

Hoewel het duidelijk is dat journalisten op verschillende manieren nieuws kunnen weergeven, geven Semetko & Valkenburg (2000) aan dat er vaak gebruik wordt gemaakt van de volgende vijf (nieuws)frames:

- 1 conflictframe;
- 2 human-interestframe;
- 3 economische-gevolgenframe;
- 4 moraliteitsframe;
- 5 verantwoordelijkheidsframe.

Het *conflictframe* benadrukt het conflict tussen individuen, groepen of instituties. Vooral tijdens verkiezingscampagnes wordt dit frame ingezet. Zo worden complexe maatschappelijke en politieke problemen gereduceerd tot eenvoudige conflicten. Het *conflictframe* is gerelateerd aan strategieberichtgeving: winnen en verliezen is het centrale punt. De nadruk wordt gelegd op het optreden en de stijl van een partij of individu. Het zoge-

naamde 'horse race frame' kan ook onder het conflictframe worden geschaard. Hier ligt ook de nadruk op winnen en verliezen. Binnen het *human-interestframe* wordt de nadruk gelegd op de persoonlijke, emotionele kant van een gebeurtenis, gegeven of probleem. Personalisering van een issue draagt bij aan het vertellende karakter van nieuws. Nieuws weergegeven in een human-interestframe is een manier om nieuws te personaliseren, te dramatiseren en te emotionaliseren. Dit alles om de aandacht van het publiek te vangen en vast te houden. Het *economische-gevolgenframe* laat zien welke economische impact een gebeurtenis, probleem of feit zal hebben voor een individu, groep, institutie, regio of land. Vaak wordt dit frame gebruikt om de potentiële economische impact of consequenties voor het publiek duidelijk te maken. De economische impact van een gebeurtenis heeft een belangrijke nieuwswaarde en er wordt vaak gesuggereerd dat nieuwsproducenten dit frame inzetten om een issue relevant te maken bij het publiek. Het *moraliteitsframe* geeft de gebeurtenis, het probleem of onderwerp een religieuze of morele lading. Omdat de professionele journalistieke norm objectiviteit voorstaat, refereren journalisten vaak indirect aan dit moraliteitsframe. Journalisten laten iemand anders de vraag stellen, maar door gebruik te maken van een citaat kan het verhaal wel een morele boodschap of specifieke gedragsregels bevatten. Het *verantwoordelijkheidsframe* presenteert een feit of een probleem op zo'n manier dat de verantwoordelijkheid van het veroorzaken of het oplossen van een probleem bij de overheid, een individu of een groep ligt. Zo blijkt uit onderzoek van Iyengar (1991) dat de Amerikaanse media van invloed zijn op het creëren van een publieke mening over wie er verantwoordelijk is voor het veroorzaken of oplossen van belangrijke sociale problemen.

Binnen de onderzoeksliteratuur bestaan er tegenstrijdige hypothesen over de invloed van frames op de attitudes en percepties van het publiek. Sommige onderzoekers geloven dat nieuwsframing van politieke onderwerpen geen duidelijk waarneembaar effect heeft op de percepties van het publiek inzake de overheid of de media. Anderen zijn van mening dat nieuwsframing wel een grote invloed heeft op het publiek. Zo is bijvoorbeeld beargumenteerd dat het conflictframe in nieuws (of strategische berichtgeving) bij het publiek cynisme en wantrouwen activeert (Cappella & Jamieson, 1997) en dat deze manier van berichtgeving de aandacht afleidt van politieke processen (Patterson, 1993). Hoewel niet iedereen van mening is dat bepaalde nieuwsframes invloed uitoefenen op het publiek, gaan we in dit onderzoek wel uit van hun belang. Nieuwsweergave in termen van conflict, human interest, moraliteit, verantwoordelijkheid en economische gevolgen heeft invloed op de manier hoe het publiek over onderwerpen denkt en op welke manier deze onderwerpen worden onthouden. De media-agenda kan dus de publieke agenda bepalen, en kan door de manier van weergeven invloed uitoefenen op de manier van denken en handelen van het publiek.

Onderzoeksvragen

In deze studie naar de samenhang van bestaande attitudes ten opzichte van asielzoekers en de nieuwsweergave in regionale dagbladen staat de volgende onderzoeksvraag centraal.

In welke opzichten verschilt de manier van nieuws weergeven (nieuwsframing) over asielzoekers en asielzoekerscentra in *De Gelderlander* en het *Haarlems Dagblad* van het *Rotterdams Dagblad* en de *Zwolse Courant*?

Vanwaar de keuze van de dagbladen? Bovenstaande regionale dagbladen verschijnen in plaatsen verspreid over Nederland waar – op basis van gegevens afkomstig van het Ministerie van Binnenlandse Zaken – de bewoners met betrekking tot de vestiging van een asielzoekerscentrum in hun buurt reageerden van positief tot negatief. De bewoners van Slagharen (*Zwolse Courant*) en Rotterdam (*Rotterdams Dagblad*) reageerden eerder negatief op de vestiging van een asielzoekerscentrum, terwijl de bewoners van Bloemendaal (*Haarlems Dagblad*) en Arnhem (*De Gelderlander*) hierop positief hebben gereageerd. We verwachten dat dit verschil in attitude ook enigszins naar voren komt in de berichtgeving over het onderwerp in de verschillende regionale media. Met andere woorden: in het licht van de sociale verantwoordelijkheid van de regionale media als afspiegeling van de werkelijkheid, verwachten we een verband tussen het probleem zoals het in werkelijkheid werd ervaren en de neerslag hiervan in de berichtgeving terzake. Enerzijds gaan we ervan uit dat daar waar mensen een negatievere houding aannemen, de regionale media de nadruk zullen leggen op het conflict en de economische consequenties: hiermee kunnen namelijk standpunten worden gepolariseerd. Anderzijds vermoeden we dat een positieve attitude van bewoners in de berichtgeving zal leiden tot een meer menselijk en moralistisch accent.

Hoewel de verschillende nieuwsframes het centrale onderwerp van deze studie vormen, kijken we aanvullend ook naar de nieuwsfunctiekenmerken vervuld in de onderzochte krantenartikelen. Drie functies van nieuws worden onderscheiden: informatie, kritiek en expressie (Van Cuilenburg et al., 1994). De informatiefunctie betreft het geven van feitelijke informatie. De kritiekfunctie betreft de bevordering en beïnvloeding van de meningsvorming van het publiek via het uiten van journalistieke standpunten, vooral over de actoren. De kritiekfunctie komt tot uiting in evaluatieve uitspraken van de media zelf. Bij de expressiefunctie krijgt het publiek de kans om een mening te geven over een feit of een actor. Bij dagbladen gaat het bijvoorbeeld om forumpagina's of ingezonden brieven. Naast de informatie-, expressie- en kritiekfunctie onderscheidt Graber (1980) nog vier andere functies: (1) interpretatie en omkadering, (2) projectie in de toekomst en in het verleden, (3) agendasetting en (4) oproep tot actie. Bij interpretatie en omkadering worden de nieuwsgebeurtenissen vanuit een bepaald perspectief geïnterpreteerd of in een bepaalde context geplaatst. Bij het historisch perspectief gaat het erom dat historische lijnen en achtergronden worden geschetst en doorgetrokken naar de toekomst. Bij agendavorming is de toonzetting van het artikel dat aan een bepaald onderwerp meer aandacht gegeven moet worden of dat het op de (politieke) agenda geplaatst moet worden. Met oproepen tot actie wordt bedoeld dat de media zelf aangeven dat er actie ondernomen moet worden. We gaan er vanuit dat het *Rotterdams Dagblad* en de *Zwolse Courant* meer gebruikmaken van de kritiek- en expressiefunctie van nieuws: mensen zullen hun ongenoegen over de ontstane situatie kenbaar willen maken. Daarentegen veronderstellen we dat *De Gelderlander* en het *Haarlems Dagblad* meer gebruik van de informatiefunctie van nieuws zullen maken.

Methode van onderzoek

Voor een systematische analyse van de in het onderzoeksmateriaal aanwezige nieuwsframes is gebruikgemaakt van een vragenlijst opgesteld door Semetko & Valkenburg (2000). Met een twintigtal gesloten vragen wordt getracht te achterhalen welke frames er worden ingezet bij de berichtgeving over asielzoekers en asielzoekerscentra. Naast deze gesloten benadering is ook geopteerd voor een open benadering op basis van voorkomende thema's, gehanteerde sleutelwoorden en metaforen. Ook is gekeken welke nieuwsfunctie(s) het betreffende krantenartikel vervult.

Het onderzoek naar de verschillen in nieuwsframing over asielzoekers en asielzoekerscentra in verschillende (regionale) media is opgebouwd rond twee onderzoeksmomenten: de oudere routineberichtgeving en de recente routineberichtgeving. Routineberichtgeving wordt hierbij opgevat als berichtgeving over het onderzoeksobject in een week van het jaar zonder bijzondere gebeurtenissen die tot een meer dan normale aandacht voor het onderzochte thema leiden. De oudere routineberichtgeving vormt het centrale onderzoeksdeel van deze studie, waarin gewerkt wordt rond de vier eerder genoemde regionale dagbladen. Bij de recente routineberichtgeving wordt, ter toetsing en vergelijking, zowel aandacht geschonken aan deze regionale dagbladen als aan drie landelijke dagbladen: *De Telegraaf*, het *Algemeen Dagblad* en de *Volkskrant*.

De oudere routineberichtgeving refereert per regionaal dagblad aan een verschillende onderzoeksperiode: de periode juli 1993 tot en met juli 1995 bij *De Gelderlander*; februari 1996 tot en met oktober 1998 bij het *Rotterdams Dagblad*; november 1994 tot en met april 1996 bij het *Haarlems Dagblad*; en mei 1987 tot en met november 1988 voor de *Zwolse Courant*. Het verschil in onderzoeksperiode heeft alles te maken met de opening van de asielzoekerscentra in de vier gemeenten. Zo opende het asielzoekerscentrum 'De Eik' in Slagharen zijn deuren in 1987, terwijl Rotterdam in 1996 de asielzoekers verwelkomde. De perioden zijn aan de hand van dezelfde criteria bepaald: het eerste bericht over het bekend worden van de vestiging van een asielzoekerscentrum markeert het startpunt van de onderzoeksperiode. Het eind van de periode ligt twaalf maanden na de opening van het centrum. Hierbij gaat het niet om de officiële opening, maar om het moment dat de eerste asielzoekers het centrum bewonen. Er is gekozen voor een periode van twaalf maanden, omdat we ervan uitgaan dat in deze periode alle aanloopproblemen van het centrum, zowel intern als extern, aan het licht zullen zijn gekomen. Bij de oudere routineberichtgeving zijn alleen die berichten uit de regionale dagbladen geselecteerd die handelen over het plaatselijke asielzoekerscentrum en de betreffende asielzoekers, hetgeen duidelijk uit de kop en/of lead van het artikel naar voren moet komen.

Bij de recente routineberichtgeving wordt zowel aandacht geschonken aan het regionale als aan het landelijke dagbladperspectief. Voor de analyse van de recente routineberichtgeving werd als onderzoeksperiode week 15 tot en met 20 van 2000 gekozen. Per week werd een andere dag geselecteerd: dus in week 15 de maandag, in week 16 de dinsdag, enzovoorts. Deze selectiemethode zorgt ervoor dat er zo min mogelijk vertekening ontstaat wat betreft de totale inhoud van de krant. Het onderzoeksobject bij de recente routineberichtgeving in landelijke (en regionale) kranten is ruimer en refe-

reert aan asielzoekers en/of allochtonen en aanverwante thema's. Met aanverwante thema's worden die thema's bedoeld die samenhangen met de aanwezigheid van asielzoekers en/of allochtonen in de samenleving (Staes, 1996).

Resultaten

Het totaal aantal onderzochte artikelen bedraagt 298, waarbij 196 artikelen zijn verschenen in de periode van oudere routineberichtgeving en 102 in de periode van recente routineberichtgeving. Het aandeel van de verschillende kranten tijdens de oudere routineberichtgeving varieert van 42 artikelen bij het *Rotterdams Dagblad* tot 62 artikelen bij de *Zwolse Courant*. De bijdrage van de verschillende kranten tijdens de recente routineberichtgeving ligt lager. Het *Rotterdams Dagblad* en *De Telegraaf* vallen met respectievelijk 20 en 19 artikelen over asielzoekers op. Het aandeel van *De Gelderlander* is het geringst met 10 artikelen. Wanneer we kijken naar de lengte van de artikelen is opvallend dat tijdens de periode van recente routineberichtgeving 40% van de verschenen artikelen lang zijn, maar dat tevens een derde van het materiaal klein van omvang is. Met andere woorden: er wordt of veel aandacht aan het onderwerp/thema besteed of weinig aandacht. De periode van oudere berichtgeving laat een iets ander beeld zien. Daar zijn de middellange artikelen in de meerderheid, gevolgd door de lange artikelen en de korte artikelen. Zo goed als alle artikelen (99%) in de periode van oudere routineberichtgeving zijn geschreven door de eigen redactie. Uit een dergelijk cijfer blijkt dat wanneer een onderwerp de eigen omgeving betreft, zoals een opening van een asielzoekerscentrum, redacties van kranten alleen maar gebruikmaken van eigen verslaggevers. Er wordt bij onderwerpen die de eigen omgeving raken geen gebruikgemaakt van de mogelijkheid om het nieuws via een persagentschap, zoals het ANP, te verkrijgen. Dit is wel het geval in de periode van recente routineberichtgeving. Hoewel ook tijdens deze periode de eigen berichtgeving nog een grote rol speelt in de nieuwsgaring (61%), is het belang van het persagentschap sterk in betekenis toegenomen (39%). Hoewel de vier regionale dagbladen ook veel gebruik blijven maken van hun eigen verslaggevers, is het opvallend dat deze dagbladen daarnaast toch ook vaak een beroep doen op een persagentschap. Dit kan echter wel verklaard worden door het feit dat veel onderwerpen en thema's in deze periode algemener van aard zijn. Zij richten zich meer op gebeurtenissen en ontwikkelingen in de rest van Nederland en niet alleen op de plaatselijke omgeving. Vanwege deze verminderde binding met de directe omgeving zullen regionale dagbladen eerder gebruikmaken van een persagentschap dan landelijke kranten, voor wie deze algemenere onderwerpen belangrijk genoeg zijn om eigen verslaggeving in te zetten.

Om de mate te bepalen waarin bepaalde frames in het totale onderzoeksmateriaal voorkomen, is gebruikgemaakt van de vragenlijst opgesteld door Semetko & Valkenburg (2000). Deze vragenlijst bevat twintig vragen die ofwel positief ofwel negatief beantwoord kunnen worden. Elke vraag zou één van de vijf nieuwsframes moeten meten: conflict, human interest, economische gevolgen, moraliteit en verantwoordelijkheid. De vragen zijn voor deze studie conform het onderzoek van Semetko & Valkenburg geclusterd, waarbij elk vragencluster uit ten minste drie vragen bestaat.

Bijvoorbeeld: 'Wordt in het nieuwsverhaal gesuggereerd dat een of ander niveau binnen de overheid de mogelijkheid heeft om het besproken probleem te verlichten?' Elk vragencluster correspondeert (idealiter) met één nieuwsframe, waarbij de grootte van de factorlading behorende bij een vraag aangeeft in welke mate de vraag het desbetreffende frame ondersteunt. Hoe hoger de waarde op het factoritem, de afzonderlijke vraag, hoe sterker de indicatie dat het bijbehorende frame in het onderzoeksmateriaal aanwezig is. Hoewel de factorladingen per item verschillen, kunnen we stellen dat als er bijvoorbeeld een hoge score is gehaald op het verantwoordelijkheidsframe dit een indicatie is dat in de artikelen één of ander overheidsniveau in staat wordt geacht het probleem te verlichten of dat, net andersom, een overheidsniveau juist verantwoordelijk wordt geacht voor het veroorzaken van het probleem.

Met behulp van de principale componentenanalyse met varimaxrotatie is onderzocht in welke mate de twintig vragen de onderliggende frames reflecteren. Bij toepassing van deze analyse op het totale onderzoeksmateriaal ($N = 298$) bleek dat een viertal vragen uit de vragenlijst een te lage bijdrage hadden aan de verklaring van de variantie in het onderzoeksmateriaal. De vragen 'Verwijst het nieuwsverhaal naar winnaars en verliezers?' (conflictframe), 'Verwijst het nieuwsverhaal naar moraliteit, God of andere religieuze leiders/gedachten?', 'Bevat het nieuwsverhaal specifieke, sociale voorschriften rond hoe zich te gedragen?' (beide moraliteitsframe) en 'Wordt er verwezen naar de economische gevolgen voor het al dan niet voortzetten van actie?' (economische-gevolgenframe) hadden een initiaalwaarde kleiner dan .20. Om toch een factoranalyse te kunnen toepassen, zijn deze vragen verwijderd. Op deze manier blijven alleen die vragen over die wel voldoende invloed uitoefenen op de variantieanalyse en derhalve van waarde zijn voor het onderzoek. Na verwijdering van de vier vragen is opnieuw de principale componentenanalyse met varimaxrotatie uitgevoerd. De bijbehorende factoranalyse onderscheidde slechts vier van de vijf bovenvermelde frames. Het moraliteitsframe wordt in geen van de onderzochte dagbladen als een consistent frame herkend. Twee van de drie vragen die verwijzen naar dit frame worden immers te weinig door het onderzoeksmateriaal ondersteund. Dit houdt in dat nieuws over asielzoekers en het plaatselijk asielzoekerscentrum nauwelijks verwijst naar moraliteit, waarden of religieus geïnspireerde gedachten en dat de berichtgeving zelden specifieke, sociale voorschriften bevat rond hoe zich te gedragen. De factoranalyse, die 55,1% van de totale variantie in de nieuwsverhalen verklaart, is in tabel 1 weergegeven.

Tabel 1
Factoranalyse van alle
krantenartikelen (N =
298).

nieuwsframes	factor 1 verantwoor- delijkheid	factor 2 human interest	factor 3 conflict	factor 4 economische gevolgen
VERANTWOORDELIJKHEID				
1. Suggereert het nieuws- verhaal dat een of ander niveau binnen de overheid de mogelijkheid heeft om het besproken probleem te verlichten?	.67	-.05	.14	.15
2. Suggereert het nieuws- verhaal dat een of ander niveau binnen de overheid verantwoordelijk is voor het behandelde onder- werp/probleem?	.53	-.09	.20	.12
3. Suggereert het nieuws- verhaal (een) oplos- sing(en) voor het gesigna- leerde probleem?	.78	-.02	-.03	.16
4. Suggereert het nieuws- verhaal dat een individu of groep in de samen- leving verantwoordelijk is voor het behandelde onderwerp/probleem?	-.20	.02	-.17	-.07
5. Suggereert het nieuws- verhaal dat het probleem onmiddellijke actie vereist?	.56	.05	-.06	-.02
HUMAN INTEREST				
6. Geeft het nieuwsverhaal een menselijk voorbeeld of een 'menselijk gezicht' bij het onderwerp?	-.05	.73	-.10	-.05
7. Worden in het nieuws- verhaal adjectieven of persoonlijke labels ge- bruikt die gevoelens van haat, empathie/zorg, sympathie of medelijden genereren?	-.08	.72	.10	-.09
8. Onderstreept het nieuwsverhaal hoe indi- viduen en groepen worden geraakt door het onder- werp/probleem?	-.01	.73	.03	.01

9. Gaat het nieuwsverhaal in op de persoonlijke levenssfeer van de actoren?	-.06	.57	.05	-.03
10. Bevat het nieuwsverhaal visuele informatie die eventueel gevoelens van haat, empathie/zorg, sympathie of medelijden zou kunnen opwekken?	-.04	.53	.03	-.02
CONFLICT				
11. Vertelt het nieuwsverhaal over een twist/gebrek aan akkoord(en) tussen partijen/individuen/groepen/landen?	.00	-.12	.85	.00
12. Verwijst de ene partij/groep of het ene individu/land een andere partij?	.11	.02	.56	-.08
13. Verwijst het nieuwsverhaal naar de twee zijden of naar meer dan twee zijden van het probleem/onderwerp?	.07	.13	.59	-.07
ECONOMISCHE GEVOLGEN				
14. Wordt er verwezen naar financiële verliezen of winsten die nu of in de toekomst (zullen) worden geleden?	.15	.00	-.02	.81
15. Wordt er verwezen naar kosten/inspanningen die daarbij nodig zijn?	.15	-.05	-.03	.54

Alleen de nieuwsframes die hoger zijn dan .50 zijn van belang voor de factoranalyse; deze drempel wordt bij een factoranalyse in principe altijd toegepast. Uit tabel 1 blijkt dat slechts één item niet voldoet aan deze eis: de vraag 'Suggereert het nieuwsverhaal dat een individu of groep in de samenleving verantwoordelijk is voor het behandelde onderwerp/probleem?' heeft een negatieve factorlading. Dit is een opmerkelijk verschil met het onderzoek van Semetko & Valkenburg (2000), waar dit factoritem positief bijdroeg aan het verantwoordelijkheidsframe. De negatieve factorlading houdt in dat deze vraag totaal niet, zelfs negatief, bijdraagt aan de desbetreffende factor. Vanwege de negatieve factorbijdrage kan worden gezegd dat de verantwoordelijkheid voor het onderwerp asielzoekers en vluchtelingen niet bij een individu (of een groep in de samenleving) wordt gelegd. Dit kan betekenen dat de vraag 'Wie is verantwoordelijk?' met betrekking tot het vluchtelingenvraagstuk niet expliciet wordt gesteld of misschien zelfs wordt vermeden. Men kan zich de vraag stellen of hier sprake is van een

zekere vorm van 'political correctness'. De overige factoritems dragen in verschillende mate positief bij aan de bevestiging van het desbetreffende frame. Bij elk frame is ten minste één factor item groter dan .70. Het human-interestframe bevat zelfs drie factor items groter dan .70, terwijl zowel het conflictframe als het economische-gevolgenframe een factoritem met een lading groter dan .80 bevatten.

Het totale onderzoeksmateriaal is ook onderworpen aan een obliminrotatie, die wel een samenhang tussen de frames onderling veronderstelt. Uit deze obliminrotatie volgt dat er enige mate van correlatie bestaat tussen het verantwoordelijkheidsframe en het economische-gevolgenframe, namelijk $r = .35$, en tussen het verantwoordelijkheidsframe en het conflictframe, namelijk $r = .20$. Tussen de overige frames bestaat geen samenhang. Om de interne consistenties van de vier frames te meten, berekenden we de Cronbachs alfa. De alfawaarde voor het verantwoordelijkheidsframe (5 items) is .54; voor het human-interestframe (5 items) .78; voor het conflictframe (3 items) .70 en voor het economische-gevolgenframe (2 items) .59. De lage waarde op het verantwoordelijkheidsframe hangt samen met de negatieve bijdrage van de vraag welk individu verantwoordelijk wordt geacht voor de situatie. Wanneer deze vraag verwijderd zou worden, dan stijgt de alfa naar .73. De lage waarde op het economische-gevolgenframe houdt verband met het kleine aantal items dat dit frame moet bepalen. De intercorrelaties, die significant zijn op een .005 niveau (two-tailed) tussen de vier frames variëren van $r = -.007$ tussen het human-interestframe en het conflictframe, tot $r = .116$ tussen het verantwoordelijkheidsframe en het economische-gevolgenframe.

Wanneer we naar de kranten afzonderlijk kijken aan de hand van een MANOVA-test (zie tabel 2), blijkt dat er een significant effect bestaat van het dagblad op de gemiddelde zichtbaarheid van de vier nieuwsframes (Wilks' Lambda .006, two-tailed). Het human-interestframe blijkt relatief het meest zichtbaar te worden ingezet in de *Zwolse Courant*. De *Gelderlander* presenteert het nieuws dan weer meer in termen van conflict, terwijl het *Haarlems Dagblad* het nieuws meer vanuit een verantwoordelijkheidsperspectief weergeeft. Het economische-gevolgenframe komt het meest naar voren in het *Rotterdams Dagblad*.

Tabel 2
Gemiddelde score van de zichtbaarheid van de vier frames in de verschillende dagbladen (MANOVA).

	human interest	verantwoorde- lijkheid	conflict	economische gevolgen
<i>Rotterdams Dagblad</i>	.05	.00	.08	.11
<i>De Gelderlander</i>	-.17	-.12	.32	-.25
<i>Haarlems Dagblad</i>	-.05	.18	-.33	.05
<i>Zwolse Courant</i>	.15	-.08	-.01	-.06

Wanneer we de resultaten in de berichtgeving terugkoppelen aan de verschillen in bestaande attitude van de bevolking in de betrokken gemeenten, zien we dat het gebruik van frames op een aantal aspecten afwijkt van wat in eerste instantie werd verondersteld. Het nieuws in *De Gelderlander* en het *Haarlems Dagblad*, die beide verschijnen in gemeenten waar de bewoners positief hebben gereageerd op de komst van een asielzoekerscentrum,

heeft, zoals verwacht, een sterk human-interestkarakter: de nadruk wordt gelegd op de persoonlijke, emotionele kant van de gebeurtenissen. Het blijkt echter dat ook de *Zwolse Courant*, die verschijnt in een gemeente waar negatief is gereageerd op de komst van een asielzoekerscentrum, sterker gebruik maakt van dit human-interestframe dan verondersteld. Na het economische-gevolgenframe wordt dit frame het sterkst door het onderzoeksmateriaal ondersteund. Hoewel in de artikelen in de *Zwolse Courant* de nadruk wordt gelegd op de persoonlijke, emotionele kant, zijn dit vooral de (negatieve) emoties en de persoonlijke verhalen van de plaatselijke bevolking. Het relatief grote aantal artikelen dat handelt over het verzet van de autochtonen tegen minderheden is hiervan een indicatie. Het human-interestframe in *De Gelderlander* en het *Haarlems Dagblad* behandelt meer de positieve emotie en actie, en heeft meer aandacht voor de persoonlijke situatie van de asielzoeker. De artikelen uit de *Zwolse Courant* ondersteunen tegen de verwachtingen in het conflictframe niet. Niettegenstaande dat de bewoners van Slagharen uiterst negatief reageerden op de komst van het asielzoekerscentrum, wordt in de artikelen het conflict tussen de groepen niet in de krant benadrukt. Het onverwacht sterke human-interestframe zou hier mee te maken kunnen hebben: de onvrede en negatieve houding worden niet gepolariseerd, maar gepersonaliseerd, gedramatiseerd en geëmotionaliseerd.

Wanneer we kijken naar verschillen tussen beide onderzoeksperioden, blijkt uit de factorwaarden die behoren bij een bepaald nieuwsframe, naast het niet voorkomen van het economische-gevolgenframe in de oudere routineberichtgeving, een verschil in volgorde van belangrijkheid van de voorkomende frames. Zo is in de periode van de recente routineberichtgeving het verantwoordelijkheidsframe verhoudingsgewijs het belangrijkste, terwijl dit nieuwsframe in de periode van de oudere routineberichtgeving het minst sterk aanwezig is. Het human-interestframe is in de periode van de oudere routineberichtgeving daarentegen het belangrijkste gebleken, daar waar het in de recente routineberichtgeving slechts op de derde plaats komt. Het conflictframe is in beide perioden een belangrijk frame. In de recente routineberichtgeving deelt dit frame, samen met het verantwoordelijkheidsframe, de eerste plaats. In de oudere routineberichtgeving komt het op de tweede plaats.

Hoewel de meeste aandacht in dit onderzoek is uitgegaan naar de frameanalyse, is er ook aandacht besteed aan de 'open benadering' van het krantenmateriaal met het oog op de identificatie van onbekende frames. Bij de identificatie van nieuwe frames spelen thema's, sleutelwoorden en metaforen een rol.

De thema's 'politiek' en 'verblijf en immigratie' domineren de berichtgeving in de periode van de oudere routineberichtgeving: respectievelijk 70% en 68% van de berichtgeving handelt over onderwerpen die onder deze thema's vallen. Het thema 'overige', waartoe onderwerpen behoren die niet bij andere thema's thuishoren, is ook ruim vertegenwoordigd. Het gaat hier bijvoorbeeld om 'realisatie en functioneren van het (nieuwe) asielzoekerscentrum', waarbij aspecten als financiën, open dag, veiligheid van het gebouw en vraag naar vrijwilligers centraal staan, maar ook, acties van de autochtone bevolking met betrekking tot de komst en het verblijf van asielzoekers in hun gemeente. Dit staat haaks op het thema 'verzet autochtonen versus minderheden'. Het vierde thema dat duidelijk uit het onderzoeks-

materiaal naar voren komt is het thema 'misdaad/justitie'. Opvallend is de geringe bijdrage van *De Gelderlander* aan dit thema. Slechts acht artikelen handelen over dit onderwerp, tegenover negentien artikelen in het *Rotterdams Dagblad*.

De recente routineberichtgeving laat, wat betreft het gebruik van thema's, een iets ander beeld zien. Hoewel de thema's 'politiek', 'verblijf en immigratie', en 'misdaad/justitie' ook hier het belangrijkste zijn, wordt er in deze periode meer aandacht besteed aan het thema 'cultuur (en kunst)'. Het aandeel van *de Volkskrant* springt er bij dit onderwerp positief uit. Daarnaast wordt er ook meer aandacht besteed aan de thema's 'onderwijs' en 'werk'. Hoewel er in het onderzoeksmateriaal een aantal keren een sleutelwoord naar voren komt, is hier echter geen consistent patroon in te ontdekken. Zo bevatten slechts vier artikelen in de periode van recente routineberichtgeving het woord 'inburgeringscursus' en/of 'inburgeringswet' en zijn er zes artikelen die gebruikmaken van het sleutelwoord 'discriminatie' of 'discrimineren'. Bij de oudere routineberichtgeving is geen sprake van een regelmatig voorkomen van bepaalde sleutelwoorden.

Wanneer we kijken naar de gebruikte metaforen in het onderzoeksmateriaal, valt allereerst op dat van deze stijlform weinig gebruik wordt gemaakt. Beide onderzoeksperiodes bevatten slechts veertien artikelen waarin een metafoor wordt gebruikt. De ingezette metaforen refereren aan het vaak gebruikte beeld 'stroom' en 'vloedgolf'. Zo vertelt het *Haarlems Dagblad* (17/12/1994) in het artikel 'Pinellaan wil alleen "gegoede" asielzoekers' over een '**vloedgolf** van asielzoekers'. Ook *de Volkskrant* (18/4/2000) spreekt in een citaat van vvd-kamerlid Kamp van 'een verkapte legaliserings**golf**'. Dezelfde krant maakt in het artikel 'Legale immigranten gaan terug, illegale niet' gewag van de beeldspraak 'stroom'; het artikel begint zelfs met 'Immigrant**enstromen** trekken zich weinig aan van restrictief overheidsbeleid' (26/4/2000). Een andere beeldspraak, die in dit onderzoeksmateriaal alleen in de *Zwolse Courant* voorkomt, heeft meer te maken met 'oorlogsvoering'. Zo vertelt deze krant in een citaat van actievoerster Visser dat 'het ministerie van wvc juist kleine dorpen met zoveel asielzoekers **bombardeert**' (*Zwolse Courant*, 21/9/1987). Ook komen volgens de voorzitter van Streekbelang Belte-Schuinesloot 'honderden asielzoekers **uit de lucht vallen**'. Kortom, bij de identificatie van nieuwe frames spelende voorkomende thema's, sleutelwoorden en metaforen een belangrijke rol. Na analyse van de thema's blijkt dat alle thema's binnen de bestaande frames kunnen worden ondergebracht. De 'open benadering' levert derhalve geen nieuwe frequent voorkomende, zichtbare frames in het materiaal op.

De analyse van de nieuwsfunctiekenmerken hanteert de functies onderscheiden door Van Cuilenburg et al. (1994) en de functies gedetecteerd door Graber (1980). Twee van de nieuwsfunctiekenmerken onderscheiden door Van Cuilenburg et al. (1994), de informatie- en expressiefunctie, blijken zonder enige twijfel erg belangrijk in de betrokken nieuwsartikelen. Het blijkt dat tijdens beide perioden het nieuws voornamelijk de functie heeft mensen te informeren en hen de mogelijkheid biedt hun meningen te ventileren. Zeker de informatiefunctie is erg belangrijk: 98% van de artikelen uit de periode van oudere routineberichtgeving heeft als doel het publiek te informeren. Tijdens de periode van recente routineberichtgeving is dit 91%. Deze uitkomst is echter weinig opvallend: een krant is immers voornamelijk een informatief medium. Wat wel opvalt, is de ruime moge-

lijkheid voor het publiek om meningen over het betreffende thema te uiten. Hierbij vallen zowel buurtbewoners als plaatselijke politici onder het begrip 'publiek'. In 35% van de artikelen uit de periode van oudere routineberichten heeft het publiek de mogelijkheid gekregen om een mening te geven over het betreffende thema. Tijdens de periode van recente routineberichten is dit 38%. Beide percentages zijn vooral opvallend omdat blijkt dat er in de periode van oudere en recente routineberichten respectievelijk slechts drie en vijf ingezonden brieven zijn geplaatst. Het hoge percentage 'expressie als nieuwsfunctie' heeft daarom een andere reden. In de analyse zijn ook artikelen waarin mensen hun standpunten over het thema weergegeven gecodeerd als 'expressie'. Wanneer de voorzitter van 'Gastvrij Bloemendaal' de mogelijkheid krijgt om binnen het artikel zijn mening te geven over de plaatselijke asielopvang, is dit gecodeerd als 'expressie' (*Haarlems Dagblad*, 21/3/1996). Ook de opvattingen van politici, zoals die van minister Brinkman (*Zwolse Courant*, 5/10/1987) of deelgemeenteraadsleden in Rotterdam (*Rotterdams Dagblad*, 25/2/1998), zijn gecodeerd als 'expressie'; de actoren kregen namelijk de mogelijkheid om hun mening over het thema te formuleren. Tijdens deze analyse is het begrip 'publiek' derhalve ruimer geïnterpreteerd dan de omschrijving van Van Cuilenburg et al. (1994), namelijk iedereen, exclusief de redactie van een krant, die op een of andere manier, direct of indirect, zijn of haar mening geeft over het thema.

De nieuwsfunctiekenmerken 'interpretatie en omkadering', 'historische projectie', 'agendavorming' en 'oproep tot actie' van Graber komen nauwelijks voor. Alleen de nieuwsfunctie 'interpretatie en omkadering' is bij de oudere routineberichten redelijk ingezet: in 18% van de artikelen worden de nieuwsgebeurtenissen vanuit een bepaald perspectief geïnterpreteerd of in een bepaalde context geplaatst. Zo wordt onder meer in het *Haarlems Dagblad* (o.a. 13/7/1995 & 7/11/1995) en in het *Rotterdams Dagblad* (o.a. 25/6/1998) geschreven vanuit het perspectief van de asielzoekers. Informatie over vluchtmotieven, situatie in het thuisland en toekomstplannen van de asielzoekers maakt dat de lezer een 'andere bril' krijgt opgezet, waardoor de andere kant van het verhaal ook wordt belicht. Uit analyse van de nieuwsfunctiekenmerken blijkt ook dat er tussen de kranten onderling weinig tot geen verschil bestaat met betrekking tot de mate waarin de nieuwsfunctiekenmerken worden toegepast. Alleen *De Gelderlander* maakt bij de oudere routineberichten verhoudingsgewijs meer gebruik van de expressiefunctie dan de overige kranten. In de periode van recente routineberichten maakt *de Volkskrant* ook meer gebruik van de expressiefunctie dan de overige dagbladen. Daarnaast is het nieuws vaker vanuit een bepaald perspectief geïnterpreteerd, hoewel het hierbij slechts gaat om twee artikelen meer dan in bijvoorbeeld het *Rotterdams Dagblad*.

Conclusies en suggesties voor verder onderzoek

In antwoord op de centrale vraagstelling kunnen we concluderen dat de wijze van berichtgeving in *De Gelderlander* en het *Haarlems Dagblad* weinig verschilt van de *Zwolse Courant*. In de dagbladen die verschijnen in gemeenten waar door de bevolking positief is gereageerd op de komst van het asielzoekerscentrum, *De Gelderlander* en het *Haarlems Dagblad*, wordt

het nieuws het sterkst weergegeven in termen van het human-interest-frame: het nieuws geeft een 'menselijk gezicht' bij het onderwerp en wenst in te spelen op de gevoelens van de lezer. Het nieuws in de *Zwolse Courant*, die verschijnt in Slagharen waar door de bevolking negatief is gereageerd op de komst van het asielzoekerscentrum, wordt ook sterk weergegeven in termen van het human-interestframe. Het human-interestframe komt derhalve in alle dagbladen het sterkst naar voren, waarbij het weinig verschil maakt welke attitude de bevolking aanneemt tegenover de asielzoekers.

Verskil tussen de drie dagbladen onderling is wel dat in de *Zwolse Courant* het economische-gevolgenframe sterk aanwezig is, terwijl dit frame in het *Haarlems Dagblad* het minst sterk naar voren komt en bij *De Gelderlander*, zoals eerder aangegeven, slechts van invloed is op het verantwoordelijkheidsframe, en dus niet als zelfstandig frame voorkomt. De *Zwolse Courant* plaatst het nieuws over asielzoekers en asielzoekerscentra derhalve meer in een economisch kader: financiële winsten of verliezen en de bijbehorende inspanningen, nu of in de toekomst, zijn het raamwerk van de berichtgeving over asielzoekers en vluchtelingen.

Hoewel de *Zwolse Courant* verschijnt in de gemeente waar bewoners negatief hebben gereageerd op de komst van het asielzoekerscentrum, wordt er in de artikelen zelden gesproken over onenigheid tussen groepen of individuen. Ook wordt er nauwelijks aandacht geschonken aan twee of meer kanten van het probleem. Met andere woorden: in de *Zwolse Courant* wordt het nieuws niet weergegeven als conflict. Het conflictframe oefent echter wel invloed uit op het verantwoordelijkheidsframe dat in de *Zwolse Courant* naar voren komt. Dat dit conflictframe niet als zelfstandig frame in de *Zwolse Courant* naar voren komt, is des te opvallender daar in *De Gelderlander* en het *Haarlems Dagblad*, die verschijnen in een gemeente waar weinig weerstand betreffende het onderwerp bestond, dit frame wel zelfstandig en behoorlijk sterk aanwezig is.

Kijkend naar de nieuwsfunctiekenmerken blijkt ook dat tussen de kranten onderling weinig of geen verschil bestaat met betrekking tot de mate waarin de nieuwsfunctiekenmerken worden toegepast. Alleen *De Gelderlander* maakt bij de oudere routineberichtgeving verhoudingsgewijs meer gebruik van de expressiefunctie dan de overige kranten. Het verschil tussen de *Zwolse Courant* en het *Rotterdams Dagblad* bestaat niet en beide dagbladen maken ook evenveel gebruik van de mogelijkheid om kritiek te geven betreffende het onderwerp. Wanneer we kijken naar de expressiefunctie ingezet bij de recente routineberichtgeving, dan zien we dat de *Volkskrant* vergeleken met de overige dagbladen hier meer gebruik van maakt. Daarnaast is het nieuws in dit dagblad vaker vanuit een bepaald perspectief geïnterpreteerd, hoewel het hierbij slechts gaat om twee artikelen meer dan bijvoorbeeld in het *Rotterdams Dagblad*. De uitkomsten komen derhalve niet overeen met onze verwachtingen. Nieuws blijkt, ongeacht welk dagblad, voornamelijk de functie te hebben om mensen te informeren en hen de mogelijkheid te bieden hun mening te uiten.

Tot slot willen we de drie opvallende uitkomsten van het framingonderzoek nog even op een rijtje zetten. Zo wordt er ten eerste binnen de onderzoeksliteratuur gesproken van vijf verschillende frames: conflict, human interest, moraliteit, verantwoordelijkheid en economische gevolgen. Met betrekking tot het voorkomen van deze frames is het opvallend dat binnen deze studie en in het kader van het belichte thema in geen van de onder-

zochte regionale dagbladen het moraliteitsframe als een consistent frame wordt herkend. Twee van de drie vragen die verwijzen naar dit frame worden te weinig door het onderzoeksmateriaal ondersteund. Dit houdt in dat nieuws over asielzoekers en het plaatselijk asielzoekerscentrum nauwelijks verwijst naar moraliteit, waarden of religieus geïnspireerde gedachten en dat de berichtgeving zelden specifieke, sociale voorschriften bevat rond hoe zich ten opzichte van de komst van asielzoekers of asielzoekerscentra te gedragen.

Ten tweede valt de negatieve factorlading op van de vraag 'Suggereert het nieuwsverhaal dat een individu of groep in de samenleving verantwoordelijk is voor het behandelde onderwerp/ probleem?' Binnen elke frame-analyse, uitgevoerd op zowel het totale onderzoeksmateriaal, als op elk dagblad afzonderlijk, ondersteunt dit factoritem het verantwoordelijkheidsframe niet. Vanwege de negatieve factorbijdrage lijkt het erop dat in de artikelen de verantwoordelijkheid voor het onderwerp asielzoekers en vluchtelingen niet bij een individu (of een groep) wordt gelegd. Zoals eerder aangegeven, kan dit betekenen dat de vraag 'Wie is verantwoordelijk?' niet expliciet wordt gesteld of misschien zelfs wordt vermeden. Men kan zich de vraag stellen of hier sprake is van een zekere vorm van 'political correctness'.

Een derde en laatste opvallende, algemenere uitkomst heeft betrekking op de 'zuiverheid' van een aantal frames binnen de frame-analyse van *De Gelderlander* en de *Zwolse Courant* afzonderlijk. Artikelen in zowel *De Gelderlander* als de *Zwolse Courant* die verwijzen naar het verantwoordelijkheidsframe worden niet enkel ondersteund door vragen die bij dit frame horen. In *De Gelderlander* hebben de artikelen die verwijzen naar dit frame klaarblijkelijk, naast een sociale-verantwoordelijkheidscomponent, ook nog een economische-gevolgencomponent. Artikelen in de *Zwolse Courant* die verwijzen naar het verantwoordelijkheidsframe bevatten naast de 'standaard' sociale verantwoordelijkheidscomponent, ook een conflictcomponent. De afwijking in het verantwoordelijkheidsframe komt in het onderzoek van Semetko & Valkenburg (2000) niet voor. Hier worden alle frames enkel ondersteund door factoritems die corresponderen met het bijbehorende frame. Hoewel in ons onderzoek de factorwaarden over het algemeen lager liggen dan bij het onderzoek van Semetko & Valkenburg (2000), is het verantwoordelijkheidsframe het enige frame dat deze afwijking vertoont. De andere voorkomende frames worden wel duidelijk en eenduidig ondersteund door de bijbehorende vragen.

Met betrekking tot suggesties voor verder onderzoek, kan gedacht worden aan uitbreiding met zowel communicator- als receptieonderzoek. Deze studie heeft met betrekking tot asielzoekers en asielzoekerscentra alleen aandacht besteed aan de krantenboodschap. De zender (d.w.z. regionale dagbladen), de ontvanger (d.w.z. lezer van de krant) en de socio-culturele context (d.w.z. plaats van verschijnen dagblad) zijn buiten beschouwing gelaten. Door in vervolgonderzoek ook aandacht te schenken aan deze drie factoren in het communicatieproces, verkrijgen we nog meer informatie en inzicht in de werking van de media. Hierbij kan het theoretisch concept van deze studie, nieuwsframes, dat vooral is toegepast op de mediatekst, centraal blijven staan.

Literatuur

- Asiel Internationaal (1998). *Migratie & Integratie: tekst en toelichting*. Houten: Bohn Stafleu van Loghum.
- Cappella, J. & Jamieson, K. (1997). *Spiral of Cynism*. New York: Oxford University Press.
- Cuilenburg, J. J. van, Scholten, O. & Noomen, G. W. (1994). *Communicatiewetenschap*. Muiderberg: Coutinho.
- Dijk, A.T. van (1983). *Minderheden in de media. Een analyse van de berichtgeving over etnische minderheden in de dagbladenpers*. Amsterdam: SUA.
- Entman, R. (1993). 'Framing: Toward clarification of a fractured paradigm'. *Journal of Communication*, 43: 51-58.
- Graber, D. (1980). 'Political language'. In: D. D. Nimmo & K. R. Sanders (red.), *Handbook of Political Communication*. Beverly Hills: Sage.
- d'Haenens, L. & Saeys, F. (red.) (1996). *Media en multiculturalisme in Vlaanderen*. Gent: Academia Press.
- Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Muijsers, A. (1998). *Asielzoekers en vluchtelingen in beeld. Een onderzoek naar de beeldvorming over asielzoekers en vluchtelingen in De Telegraaf, de Volkskrant en De Gelderlander*. Nijmegen: Katholieke Universiteit Nijmegen (niet uitgegeven doctoraalscriptie).
- Patterson, T. (1993). *Out of Order*. New York: Knopf.
- Rogers, E. & Dearing, J. (1988). 'Agenda-setting research: Where it has been, where is it going?' In: J. Anderson (red.), *Communication Yearbook 11* (pp. 555-594). Newbury Park: Sage.
- Semetko, H. A. & Valkenburg, P. M. (2000). 'Framing European politics: A content analysis of press and television news'. *Journal of Communication*, 50(2): 93-109.
- Staes, L. (1996). 'Berichtgeving over alloctonen en aanverwante thema's in de Vlaamse pers'. In: L. d'Haenens & F. Saeys (red.), *Media en Multiculturalisme in Vlaanderen* (pp. 90-106). Gent: Academia Press.
- VluchtelingenWerk (1999). *Vluchtelingen in getallen*. Amsterdam: VluchtelingenWerk.

Summary

Marielle de Lange & Leen d'Haenens

The image of asylum seekers in Dutch regional newspapers

The research literature indicates five recurrent frames in news reporting: conflict, human interest, economic consequences, morality, responsibility frame. Our central research question is: how does news reporting on asylum seekers in four Dutch regional newspapers reflect these frames? The latter are published in places where the inhabitants' reactions to the establishing of an asylum seekers'

center in their neighborhoods varied from positive to negative. We expect this difference in attitude to be reflected in the reporting. On the one hand we assume that wherever people adopt a more negative attitude, the regional media will emphasize the conflict and the economic consequences. On the other hand we suspect that a positive attitude on behalf of the inhabitants will lead to a more human and moralistic accent in the reporting. Notwithstanding some differences, the human interest frame is most strongly evident in all the newspapers, with the attitude of the population making very little difference.

Allochtone journalisten in Nederland¹

De rol van de journalistiek in de Nederlandse multiculturele samenleving staat sinds de jaren 1960 op de academische agenda, maar in dit onderzoeksgeweld is de specifieke positie van etnische minderheden in de Nederlandse journalistiek nagenoeg buiten beschouwing gelaten. In deze bijdrage wordt aan de hand van de rapportage van een landelijke survey onder journalisten in Nederland, een specifieke deelenquête onder allochtone journalisten en een analyse van de recente literatuur ter zake, antwoord gegeven op deze kennislacune. Daarnaast wordt hierbij kritisch stilgestaan bij het vaak ongenueanceerde debat over representatie op redacties van minderheden in het algemeen en allochtonen in het bijzonder.

Inleiding

De rol van de journalistiek in de Nederlandse multiculturele samenleving is sinds de jaren zestig van de twintigste eeuw onderwerp geweest van felle discussies, maatschappelijke debatten, politiek getouwtrek en zelfs wetenschappelijk onderzoek. Anno 2002 lijkt het alsof dit debat 'opeens' op de maatschappelijke (en daarmee academische) agenda is komen te staan, maar de geschiedenis leert dat er ten minste al vanaf 1965 al dan niet consequent onderzoek gedaan wordt naar – en publiciteit wordt gegenereerd over – de wisselwerking tussen media en migranten (Emmerik-Levelt & Teulings, 1967; Brants et al., 1998). Geannoteerde literatuuroverzichten onder auspiciën van maatschappelijke organisaties zoals de werkgroep Migranten en Media (Brants et al., 1998) en het Landelijk Bureau voor Racismebestrijding (LBR, 2000) bieden helder zicht op dit brede terrein van debat en onderzoek. In Europees verband publiceerde het European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia EUMC recentelijk een overzicht van onderzoek en praktijken op het gebied van culturele diversiteit in de media, met daarin ook specifiek aandacht voor de Nederlandse context (Van der Valk, 2002). Daarbij vallen twee zaken op: de laatste jaren wordt gesuggereerd dat het onderwerp in toenemende mate prominent deel uit maakt van de academische agenda – zie bijvoorbeeld de recente proefschriften van Leurdijk (1999), Vergeer (2000) en Deuze (2002b), de hiervoor genoemde literatuurstudies en een recent aan de Universiteit van Nijmegen en met de steun van het Bedrijfsfonds voor de Pers geproduceerde cd-rom met verzameld onderzoek ter zake (d'Haenens & Bink, 2000) – maar tegelijkertijd wordt in dit onderzoeksgeweld de specifieke positie van etnische minderheden in de Nederlandse journalistiek nagenoeg buiten

Mark Deuze is universitair docent aan the Amsterdam School of Communications Research, Universiteit van Amsterdam. Correspondentie: uva/ascor, Oost-Indisch Huis kamer B119, Kloveniersburgwal 48, 1012 CX, Amsterdam. E-mail: deuze@pscw.uva.nl.

beschouwing gelaten (Brants et al., 1998: 39). Hetzelfde punt kan overigens gemaakt worden voor gesignaleerde lacunes in Amerikaans en Brits onderzoek naar media en multiculturalisering (Cottle, 2000: 15). Dit is vooral opvallend, daar betrokkenen bij de discussie – wetenschappers, politici, vertegenwoordigers van organisaties en (hoofd)redacteuren – over het algemeen niet nalaten te wijzen op de naar hun mening lage aantallen allochtonen op de redactionele werkvloer (Suudi & Burgemeestre, 1991; Koerts, 1996; Ouaj, 1999; Sterk, 2000). Met andere woorden: impliciet dan wel expliciet wordt in het wetenschappelijke en maatschappelijke debat aangenomen dat de (etnische) achtergrond van journalisten van invloed is of kan zijn op de wijze waarop men zijn of haar beroep uitoefent, en op de in Nederland gekoesterde wens van pluriformiteit en diversiteit ('kleurrijkheid') van het mediabestel (Van der Ploeg, 1999). In deze kan een parallel getrokken worden met de discussie over het aantal en de positie van vrouwen in de journalistiek – een discussie die vooral in de jaren 1980 werd gevoerd (zie vooral Diekerhof et al., 1986; Van Zoonen, 1989, 1991). Te verwachten valt dat de discussie hetzelfde tweefasenverloop kent: allereerst over (de al dan niet gevoelde noodzaak van) het groeiende aantal journalisten met een niet-Nederlandse etnische achtergrond, later over de specifieke positie, doorstroom en het eventuele 'succes' van deze journalisten. In deze bijdrage wordt aan de hand van de rapportage van een landelijke survey onder journalisten in Nederland, een specifieke deelenquête onder allochtone journalisten en een analyse van de recente literatuur ter zake, een antwoord gegeven op deze kennislacune. Deze aanpak is gekozen in het licht van de theoretische aanname van internationaal surveyonderzoek onder beroeps-populaties van journalisten, namelijk dat wie journalisten zijn van invloed is op wat ze doen (zie voor een verantwoording en internationaal overzicht: Weaver & Wilhoit, 1996; Weaver, 1998; Deuze, 2002b). Daarbij waarschuwen auteurs als Cottle (2000) en Stevenson (2002) voor een al te gemakzuchtige toepassing van deze aanname, ook wel het 'spiegelprincipe' genoemd. Daarmee doelen zij op de nogal naïeve aanname, als zou een redactie met een samenstelling gelijk aan de (etnische, geografische, gender, enzovoorts) compositie van de samenleving automatisch dan wel noodzakelijkerwijs meer pluriform, kleurrijk of divers nieuws produceren. Sterker nog, de literatuur suggereert tamelijk consequent dat de dominante cultuur in een (westerse) nieuwsorganisatie een pregnantere invloed heeft op nieuwswaarden en -selectieprocessen, dan het al dan niet aanwezig zijn van minderheden zoals vrouwen, jongeren of migranten (zie bijv. Shoemaker & Reese, 1996; Loeffelholz, 2000). In de context van dit artikel betekent dit dat er aan de ene kant een kennislacune wordt opgevuld waarmee het maatschappelijke debat van accurate informatie over de aanwezigheid, het professionele zelfbeeld en de positie van journalisten met een migrantenachtergrond voorzien wordt. Aan de andere kant wordt hierbij kritisch stilgestaan bij het vaak ongenueanceerde debat over representatie op redacties van minderheden in het algemeen en allochtonen in het bijzonder (zie ook Deuze, 2002a).

Methode

Het empirische onderzoeksmateriaal voor deze bijdrage bestaat uit een secundaire analyse van de literatuur betreffende onderzoek naar migranten en media en een analyse van primaire data uit het doorlopende journa-

listenonderzoek bij de Amsterdam School of Communication Research, ASCOR (Deuze, 2002b). De basis voor dit onderzoek vormt een landelijke survey onder een representatieve groep journalisten, werkzaam bij alle mogelijke mediatypen. Gedurende de maanden augustus tot december 1999 en februari 2000 werden in totaal 773 Nederlandse journalisten telefonisch geïnterviewd. Deze groep werd systematisch geselecteerd uit het actieve ledenbestand van de Nederlandse Vereniging voor Journalisten (NVJ). Daarnaast werden 157 journalisten apart benaderd via de werkgroep Migranten en Media (menM) en de Stichting Omroep Allochtonen (Stoa), dit met de bedoeling op deze manier meer allochtone journalisten in de steekproef te betrekken. Via deze extra steekproef werden uiteindelijk 74 journalisten met een niet-Nederlandse etnische achtergrond geïnterviewd. Een belangrijke oorzaak voor dit relatief kleine aantal was de 'vervuiling' van de adressenbestanden: vaak bleken mensen niet meer op een bepaalde redactie te werken, waren sommigen van hen niet als journalist werkzaam (we spraken bijvoorbeeld ook mensen die in de postkamer of als secretaresse werkten), of was iemand eenvoudigweg onvindbaar.

Doel van het project was in eerste instantie het zo breed mogelijk in kaart brengen van de beroepsomstandigheden, achtergrond en sociale demografie van de journalistiek in ons land. Dit omvangrijke project kwam tot stand met steun van de NVJ en een subsidie van het Bedrijfsfonds voor de Pers. De vragenlijst voor deze survey werd gemodelleerd naar voorbeeld van de Amerikaanse journalistenonderzoeken van David Weaver en Cleveland Wilhoit (1996), onderzoek gebaseerd op een eerste representatieve enquête onder journalisten in de Verenigde Staten, uitgevoerd in 1971 (Johnstone et al., 1976). Dat type onderzoek – vanuit een sociologisch perspectief gericht op de positie van de journalist als werknemer – is te vergelijken met onderzoeingen van journalisten in Nederland in de jaren zestig en zeventig van de twintigste eeuw door Muskens (1968) en Kempers & Wieten (1976). Deze surveys worden standaard uitgevoerd met een internationaal vergelijkbare vragenlijst, die ruwweg bestaat uit drie delen, namelijk vragen op het gebied van demografische, beroepsmatige en professionele karakteristieken.² Onder beroepsmatige variabelen wordt verstaan: omschrijving van het werk, beroepstitel, dagelijkse werkzaamheden, contact met anderen (collega's, publiek), specialisatie, toekomstperspectief. Met professionele kenmerken worden rolopvattingen en ethiek bedoeld. De demografische karakteristieken concentreerden zich op opleiding, politieke en levensbeschouwelijke overtuiging, etnische achtergrond. Deze laatste vraag werd op een zo open mogelijke manier gesteld: 'Mag ik u vragen naar uw etnische achtergrond?' De respondenten konden daarbij zelf hun etnische achtergrond opgeven. Deze antwoorden werden (ruw) gecodeerd als: Nederlands, Turks, Marokkaans, Surinaams, Antilliaans, anders. Bij de categorie 'anders' werd de genoemde etniciteit geheel uitgeschreven en als zodanig opgenomen in de dataset.

Etniciteit en etnische achtergrond, allochtoon, migrant – allemaal buitengewoon complexe concepten waardoor de keuze voor een specifieke operationele definitie maar al te gauw een essentialistisch karakter krijgt (zie ook Baumann, 1999). Hall indachtig (1991), waar hij stelt dat een mens verschillende identiteiten en etniciteiten tegelijkertijd heeft dan wel kan hebben, wilde ik de journalist zelf de gelegenheid geven hierin een specifieke 'etniciteit' te kiezen voor zichzelf. Bij de rapportage van de resultaten moet

rekening gehouden worden met het feit dat sommigen 'Nederlands' hebben gekozen, terwijl zij volgens de letter van de wet (vader of moeder met een zogenaamde 'TMSA' achtergrond: Turks, Marokkaans, Surinaams, Antilliaans) eerder als allochtoon gekenmerkt zouden moeten worden. Dergelijke keuzes kunnen daarnaast ook de andere kant op werken. Ondanks deze beperkingen neem ik hier aan dat de uiteindelijke resultaten een degelijk beeld schetsen van de beroepsgroep van de allochtone journalisten in Nederland. Daarin voel ik mij in mijn onderzoek en aannames in deze gesterkt door een recent project van vakblad *De Journalist*, waarbij middels een sneeuwbalmethode in kaart werd gebracht hoeveel allochtone journalisten in Nederland werken, en waar zij werkzaam zijn (De Vries, 2001). Deze studie leverde nagenoeg dezelfde resultaten op zoals deze hierna worden gerapporteerd. Daarnaast hebben verschillende auteurs de laatste jaren schattingen gemaakt van het aantal allochtone journalisten in Nederland, waarbij percentages van 1% tot maximaal 4% genoemd worden (zie bijvoorbeeld Rensen, 1996; Ouaj, 1999; Sterk, 2000). Deze bandbreedte kan als referentiekader dienen voor de resultatensectie van deze bijdrage.

Resultaten

Van de 773 journalisten in de algemene steekproef gaf 2% ($N = 12$) een niet-Nederlandse etnische achtergrond op. Het hiervoor genoemde project van Ellen de Vries in opdracht van *De Journalist* vond ongeveer driehonderd zogenaamde 'multiculti journalisten' bij Nederlandse redacties (De Vries, 2001). Volgens schattingen van de NVJ zijn er in Nederland ongeveer 14.000 journalisten werkzaam, waarmee het aantal van De Vries overeenkomt met het door mij gevonden percentage. Deze 2% ($N = 12$) journalisten met een niet-Nederlandse etnische achtergrond werken verspreid over de media. Hierna worden de resultaten weergegeven en besproken van onze reeks interviews met respondenten uit de extra steekproef ($N = 74$) van allochtone journalisten. Waar relevant worden de resultaten naast de scores uit onze survey onder de algemene steekproef van 773 journalisten in Nederland gezet. Dit niet om essentialistisch aan te tonen dat eventuele verschillen 'verklaard' kunnen worden vanuit de etnische achtergrond van de respondenten, maar om de gevonden resultaten in de bredere context van de gemiddelde Nederlandse redactie te kunnen zien.

Demografie

De verschillende etniciteiten zoals opgegeven door de verschillende respondenten in deze groep zijn zeer divers: 23 Surinaams/Antilliaans, 16 Indonesisch, 11 Turks, 9 Marokkaans, 5 'anders Aziatisch' (2 Chinees, 1 Vietnamees, 2 Pakistaans), 7 Europees (4 Italiaans, 2 Deens, 1 Duits), 2 Nigeriaans en 1 'Arabisch'. De man/vrouw-verhouding is ongeveer gelijk: 49% is vrouw. 10 journalisten (14%) zijn moslim, 31 journalisten (42%) merkten op niet-gelovig te zijn (vgl. met 68% van de algemene steekproef van journalisten, $N = 773$, in Nederland; zie Deuze, 2002b). Ongeveer de helft (47%) van deze groep is vrijgezel (tegen 31% in de algemene steekproef), en geen van deze 74 journalisten beschouwt zichzelf politiek gezien als rechts (ook in de algemene steekproef is dit slechts 1%). Qua leeftijd

moet opgemerkt worden dat 28% jonger is dan 36 jaar, de meestgenoemde leeftijd is 36 jaar. Een derde van de allochtone journalisten heeft een hbo-opleiding journalistiek gevolgd – vergelijkbaar met het gemiddelde van alle andere collega's.

Beroepsmatige karakteristieken

De meerderheid van de allochtone journalisten werkt bij de landelijke (publieke) omroep: 76%, min of meer gelijk verspreid over radio- en televisieredacties. De meeste journalisten uit de algemene steekproef werken in de sector van gedrukte media (vooral dagbladen). Dit gegeven verklaart ook dat de helft van de etnische minderheden in deeltijd of op freelance basis werkt, contracttypen die schering en inslag bij de omroep zijn. Precies vier mensen werken in een leidinggevende functie (chef- of hoofdredacteur). Slechts twee journalisten werken voor een regionaal medium. In termen van specialismen valt op, dat allochtonen veel meer dan hun collega's verhalen (moeten) maken over 'multiculturele' onderwerpen zoals (im)migratie, asielzoekers en etnische minderheden (18% van deze groep gaf deze onderwerpen op, tegen 2% van alle verslaggevers in Nederland). Daarnaast werkt een relatief groter deel van deze groep aan onderwerpen uit de 'typische' migratielanden: Turkije, Marokko, Suriname en de Antillen (nog eens 18% versus 4% bij de collega's).

Professionele karakteristieken

Hoewel ik vooraf moet opmerken dat allochtone journalisten niet wezenlijk verschillend antwoordden op onze vragen dan de collega's uit de algemene steekproef, wijzen een aantal vergelijkingen op interessante ontwikkelingen. Allereerst vroegen we naar de opvattingen over het publiek. Daarbij moesten de journalisten aangeven in welke onderwerpen zij denken dat hun (beoogde) publiek het meest geïnteresseerd is. Journalisten met een niet-Nederlandse etnische achtergrond menen dat hun publiek vooral achtergronden en analyses verwacht (89% versus 66% van de algemene groep), vooral daar waar het gaat om nieuws betreffende de multiculturele samenleving (51% versus 29%).

Een tweede serie vragen ging over de professionele rolpercepties van de journalisten. Met andere woorden: welke doelen de journalisten het belangrijkste voor hun werk vinden. In tabel 1 staan de antwoorden van de allochtone steekproef naast de antwoorden van de algemene steekproef onder journalisten in Nederland weergegeven.

Tabel 1
 Professionele roloppvattingen van journalisten (percentage dat 'belangrijk' of 'zeer belangrijk' zegt)*

roloppvatting	% allochtone steekproef N = 74	% algemene steekproef N = 773
Bieden van analyse en uitleg van complexe zaken.	93	87
Het nieuws zo snel mogelijk brengen.	78	82
Kritisch volgen van politieke/economische ontwikkelingen.	73	81
De 'gewone' mens een kans geven de mening te uiten.	82*	73
Nieuwe trends signaleren.	74	72
Zo breed mogelijk publiek bereiken.	76	71
Onderzoeken van claims en uitspraken van overheid.	65	69
Intellectuele/culturele belangstelling van publiek ontwikkelen.	63*	53
Bieden van ontspanning en vermaak.	51	49
Invloed hebben (op de politieke/publieke agenda).	61*	44
Opkomen voor bepaalde groepen in de maatschappij.	55*	41
Goede omgeving voor adverteerders bieden.	15	16

*p < 0,05

Als gekeken wordt naar de samenhang van antwoorden op verschillende vragen, verschillen de voorkeuren van de mensen in beide groepen niet van elkaar. Maar de allochtone journalisten hebben op specifieke issues wel verschillende prioriteiten, zo laat tabel 1 zien. Vooral daar waar het gaat om het stimuleren en ontwikkelen van de intellectuele en culturele belangstelling bij hun publiek, het beïnvloeden van het publiek, het dienen als spreekbuis dan wel het opkomen voor bepaalde groepen in de samenleving én de 'gewone' man of vrouw een kans geven om de eigen mening te uiten in de media, valt op hoezeer de roloppvattingen significant afwijken. Naast een vergelijkbaar rollenpatroon met de collega's elders in de media, suggereren deze vier roloppvattingen een soort 'tweede gezicht' van deze groep journalisten: een type 'verantwoordelijke onderwijzer'. Dit type journalist lijkt zich meer bewust van een functie als opvoeder in de samenleving, en laat deze roloppvatting actief zien in de houding naar (bepaalde delen van) het publiek toe. Dit type komt ook terug in de hoge waardering voor reacties van nieuwsbronnen (68% versus 45% in de algemene steekproef zegt dat dit een belangrijk aspect van het werk is), en in het gegeven dat allochtone journalisten minder snel geneigd zijn mensen lastig te vallen om informatie los te krijgen (de helft zegt dat dit onder voorwaarden kan, tegen 67% van de algemene steekproef). Mede gezien de opgegeven specialisaties (die een sterk multicultureel of 'kleurrijk' karakter hebben) en het mediumtype waarvoor de meeste journalisten van etnische-minderheidsafkomst werken (de omroep), suggereren deze antwoorden dat de journalisten zich over het algemeen sterk bewust lijken te zijn van twee tot op zekere hoogte verschillende verwachtingspatronen in hun werk: aan de ene kant het functioneren als 'goede' journalist zoals dit type nieuwsgager door de dominante cultuur in ons land wordt voorgestaan, aan de andere kant een sterk verantwoordelijkheidsgevoel ten opzichte van de etnische verscheidenheid van onze kleurrijke samenleving.

Discussie

Alvorens de gegevens uit het onderzoek in deze bijdrage te bespreken, moet ik met Baumann (1999) en Hall (1991) bekennen dat ik erg huiverig ben om met deze resultaten verder te rekenen, met het gevaar daarbij min of meer essentialistische conclusies te trekken over de 'multiculturele' aanwezigheid op de Nederlandse redacties. Zoals Stevenson (2002) terecht opmerkt, schuilt in het verkleinen van verschillen tot statistische categorieën het probleem van het reduceren van sociale complexiteit tot een 'lagere' realiteit. Met andere woorden: sommige gevonden verschillen tussen allochtone en autochtone journalisten lijken door deze statistische bewerking 'verklaard' te worden door de variabele etnische achtergrond, daarbij de werkelijkheid op de redactie en de dagelijkse praktijk reducerend tot een kunstmatige categorie. Hoewel deze opmerking enigszins gratis mag klinken, is deze belangrijk in het licht van de discussie die ik hierna wil voeren over het onderzoek naar en de positie van allochtone journalisten in Nederland.

De resultaten in deze bijdrage laten zien dat journalisten met een niet-Nederlandse etnische achtergrond vaker dan hun collega's werken aan onderwerpen in relatie tot hun 'kleur'. Dit suggereert – zoals in mijn onderzoek onder de algemene steekproef van Nederlandse journalisten bij vrouwen (zie Deuze, 2002b) – een proces van etnische 'gettovorming' in de journalistiek, waarbij specialisaties gekoppeld kunnen worden aan specifieke (fysieke) kenmerken van journalisten. Vergelijken we maar met vrouwelijke journalisten in specialisaties zoals lifestyle, opvoeding en gezondheidszorg, etnische minderheden in specialisaties als allochtonen, migratielanden, de islam. De vraag is of mensen daar zelf voor kiezen of door de collega's dan wel hoofdredactie in die positie geschoven worden. Lopend onderzoek van de stichting *Mixed Media* in ons land suggereert vooralsnog, dat het laatste meestal het geval is (Ramdjan, 2001). Een hieraan gelieerde kwestie is of een in deze survey opgegeven specialisatie daadwerkelijk in de dagelijkse praktijk uitgevoerd wordt. Uit de serie gesprekken van Ellen de Vries (2001) voor vakblad *De Journalist* blijkt dat dit proces niet eenduidig is: sommige allochtone journalisten kiezen bewust voor hun werkplek en specialisatie, anderen rollen er 'zomaar' in. Een en ander vraagt om nader onderzoek.

Daarnaast blijkt uit een in vogelvlucht vastgestelde descriptieve samenvatting van verschillen tussen deze groep journalisten en de collega's uit de algemene steekproef, dat zij meer dan gemiddeld belang hechten aan een goede verstandhouding met bronnen, bepaalde groepen in de samenleving en specifiek het ontwikkelen dan wel stimuleren van mensen uit deze doelgroepen. De journalisten uit deze extra steekproef staan vooral voor het bieden van toegang tot de media aan de 'gewone' man of vrouw op de straat, het laten horen van de stem van mensen die wellicht wat minder hoog op de maatschappelijke ladder (zijn komen te) staan. Dit betekent in de Nederlandse context dat het hier vooral gaat om mensen met een achterstand op onderwijs- en arbeidsgebied, hetgeen suggereert dat deze journalisten in hun antwoorden vooral dachten aan de 'gekleurde' Nederlanders, ofwel mensen met een migrantenachtergrond. Dit laat zien dat de etnische identiteit van mensen wel degelijk een bepaalde invloed heeft op de professionele identiteit van in dit geval journalisten, maar dat dit eerder een extra laag toevoegt aan het algemene en dominante perspectief van journalisten in Nederland, dan dat de verschillen het bestaan van een specifiek beroepsprofiel onder allochtone journalisten laten zien.

Belangrijk bij deze constatering is het bestaan van een 'dubbele pet' die journalisten met een minderheidsstatus in de beroepsgroep – allochtonen, vrouwen – op hebben in hun werk. Daarbij worden zij aan de ene kant afgerekend op het presteren als een 'goede' journalist. Aan de andere kant rekenen zij zichzelf blijkens dit onderzoek ook af op het zich presenteren als 'verantwoordelijke' journalisten in de multiculturele of kleurrijke samenleving. Zoals de literatuur over de journalistiek uit vooral de jaren tachtig van de twintigste eeuw suggereert, moeten bijvoorbeeld vrouwelijke journalisten tegelijkertijd een goede professional en een goede vrouw zijn, waarbij ze vaak geconfronteerd worden met stereotiepe dan wel essentialistische veronderstellingen ten aanzien van de 'kenmerken' van hun zichtbare identiteit (zie bijv. Diekerhof et al., 1986; Van Zoonen, 1989). Dit proces lijkt zich nu ook te voltrekken ten opzichte van de allochtone collega's. Dat wil niet zeggen dat elke allochtone journalist zichzelf als 'allochtoon' ziet of voelt – sterker nog, precies het tegenovergestelde ('kleur doet er totaal niet toe') komt ook voor. Dat doet echter niet onder aan het gegeven dat het vocabulaire het tamelijk platte niveau van 'kleur' niet ontstijgt – iets wat Leurdijk (1997, 1999) en Costera Meijer (2001a, 2001b) in kwalitatief onderzoek onder verschillende mediaprofessionals in Nederland ook vaststelden, en in diepte-interviews eveneens kon opgetekend worden uit de mond van multiculturele experts in de Nederlandse landelijke dagblad- en opinietijdschriftsector (Deuze, 2002b).

Het debat over journalistiek in de multiculturele samenleving ontstijgt helaas het niveau van de primaire representatie – op de werkvloer, in de redactionele inhoud, als doelgroep – meestal niet (zie Sterk, 2000; Deuze, 2002a). Daarbij krijgt de discussie onbedoeld een sterk essentialistisch karakter, waarbij etnische afkomst wordt gereduceerd tot een 'kleurrijke' categorie: 'als er maar meer Turkse en Marokkaanse Nederlanders op de redacties werken, wordt de verslaggeving automatisch multicultureler of kleurrijker'. In deze en andere bijdragen heb ik geprobeerd nadrukkelijk aan te geven (en aan te tonen) dat deze redenering voorbijgaat aan alternatieve perspectieven op de multiculturalisering van de maatschappij en de gevolgen daarvan voor de journalistiek (zie vooral Deuze, 2002a). Daarbij kunnen zaken als de specifieke positie van allochtonen in de informele hiërarchie van mediaorganisaties, de (de)personalisering van migranten als actoren of bronnen in het nieuws, het kennisniveau van journalisten (al dan niet allochtoon) ten aanzien van verschillende en vooral ook hybride culturen in ons land en tot slot de roloppvattingen en journalistieke verantwoordelijkheid ten opzichte van een veranderende samenleving als belangrijkste invalshoeken genoemd worden (zie bijv. ook Deuze, 2001). Vanuit dat perspectief verdwijnen verschillen tussen sociaal geconstrueerde categorieën als allochtoon versus autochtoon, en verschuift de aandacht naar redactionele of journalistieke culturen van besluitvorming, nieuwsselectie en -duiding. Er moeten vanzelfsprekend meer allochtonen in Nederland de journalistiek in; maar dat geldt ook voor jongeren, vrouwen, of mensen die ontzettend goed over bijvoorbeeld gemeentepolitiek kunnen berichten. Waar we naar op zoek moeten als communicatiewetenschappers, zijn nieuwe perspectieven op de representatieproblematiek waarmee we door middel van substantieel onderzoek het op dit moment (aan het begin van de eenentwintigste eeuw) nogal verziekte maatschappelijke debat over de multiculturele samenleving van nieuwe impulsen kunnen voorzien.

Noten

- 1 Graag wil ik Farin Ramdjan, Ellen de Vries, Donald Wieringa, Ed Klute, Bart Top en Monique Doppert bedanken voor hun onmisbare bijdrage gedurende verschillende fasen van dit project.
- 2 Voor de in Nederland gebruikte vragenlijst, zie:
<http://home.pscw.uva.nl/deuze/2002app.htm> (www-document).

Literatuur

- Baumann, G.** (1999). *The Multicultural Riddle: Rethinking National, Ethnic, and Religious Identities*. Londen: Routledge.
- Brants, K., Crone, L., Leurdijk, A.** (1998). *Media en migranten: inventarisatie van onderzoek in Nederland*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
- Costera Meijer, I.** (2001a). 'The public quality of popular journalism: developing a normative framework'. *Journalism Studies*, 2(2): 189-205.
- Costera Meijer, I.** (2001b). 'The colour of soap opera: an analysis of professional speech on the representation of ethnicity'. *European Journal of Cultural Studies*, 4(2): 207-230.
- Cottle, S.** (2000). 'Media research and ethnic minorities: mapping the field'. In: S. Cottle (red.), *Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries* (pp. 1-30). Ballmoor: Open University Press.
- Deuze, M.** (2001). 'Multicultural journalism education: enhancing the curriculum'. *Asia Pacific Media Educator*, 10(1): 127-147.
- Deuze, M.** (2002a). 'Gekleurd nieuws: journalistiek voor een multiculturele samenleving'. In: J. Bardeel, C. Vos, F. van Vree & H. Wijffes (red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp.447-462). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Deuze, M.** (2002b). *Journalists in The Netherlands*. Amsterdam: Aksant Academic Publishers.
- Diekerhof, E., Elias, M. & Sax, M.** (1986). *Voor zover plaats aan de perstafel*. Amsterdam: Meulenhoff.
- Emmerik-Levelt, H., Teulings, A. W. M.** (1967). 'Buitenlandse arbeiders en de pers'. In: Wentholt, R. (red.), *Buitenlandse arbeiders in Nederland* (pp.167-184). Leiden: Spruyt.
- d'Haenens, L. & Bink, S.** (2000). *Etnische minderheden en de media*. Cd-rom Katholieke Universiteit Nijmegen. Den Haag: Bedrijfsfonds voor de Pers.
- Hall, S.** (1991). 'Old and new identities, old and new ethnicities'. In: A. King (red.), *Culture, Globalization and the World System* (pp.19-39). Londen: MacMillan.
- Johnstone, J. W. C., Slawski, E. J. & Bowman, W. W.** (1976). *The News People: A Sociological Portrait of American Journalists and their Work*. Urbana: University of Illinois Press.
- Kempers, F. & Wieten, J.** (1976). *Journalisten en persconcentratie: rapport van de werkgroep gevolgen van persconcentratie voor journalisten*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
- Koerts, A.** (1996). *Migranten op dagbladredacties: een evaluatie van het project 1994-1996*. Amsterdam: Fonds Bijzondere Projecten Dagbladjournalisten.
- LBR** (2000). *Bibliografie media en beeldvorming*. Rotterdam: Landelijk Bureau Racismebestrijding.
- Leurdijk, A.** (1997). 'Common sense versus political discourse: debating racism and multicultural society in Dutch talk shows'. *European Journal of Communication*, 12(2): 147-168.
- Leurdijk, A.** (1999). *Televisiejournalistiek over de multiculturele samenleving*. Amsterdam: Het Spinhuis.
- Loeffelholz, M.** (red.) (2000). *Theorien des Journalismus*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Muskens, G. J.** (1968). *Journalist als beroep: een sociologische analyse van de leden van de Nederlandse Vereniging van Journalisten*. Nijmegen: Sociologisch Instituut.

- Ouaj, J.** (1999). *More Colour in the Media: Employment and Access of Ethnic Minorities to the Television Industry in Germany, the UK, France, the Netherlands and Finland*. Düsseldorf: The European Institute for the Media.
- Ploeg, R. van der** (1999). *Pluriforme informatie in een pluriforme samenleving*. Toespraak van de Staatssecretaris van het Ministerie van OC&W, 25 maart 1999, Nieuwspoord, Den Haag.
- Ramdjan, F.** (2001). 'Wit bolwerk tegen wil en dank'. *Mixed Media*, 1.
- Rensen, J.** (1996). 'Recruitment in public broadcasting'. Presentatie voor de conferentie 'White voices, white faces', 10-12 mei 1996, Greenwich, Londen.
- Shoemaker, P. J. & Reese, S. D.** (1996). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. New York: Longman.
- Sterk, G.** (red.) (2000). *Media en allochtonen: journalistiek in de multiculturele samenleving*. Den Haag: Sdu.
- Stevenson, N.** (2002). *Understanding Media Cultures*. Tweede editie. Londen: Sage.
- Suudi, R. & Burgemeestre, C.** (1991). *Waar blijft de allochtone journalist?* Amsterdam: NVJ Werkgroep Migranten en Media.
- Valk, I. van der** (2002). 'The Netherlands'. In: J. ter Wal (red.), *Racism and Cultural Diversity in the Mass Media* (pp. 287-309). Wenen: ERCOMER/EUMC.
- Vergeer, M.** (2000). *Een gekleurde blik op de wereld: een studie naar de blootstelling aan media en opvattingen over etnische minderheden*. Amsterdam: Thela Thesis.
- Vries, E. de** (2001). 'De 300 multiculti journalisten van Nederland'. *De Journalist*, 106(16): 20-30.
- Weaver, D. H.** (red.) (1998). *The Global Journalist: News People around the World*. New Jersey: Hampton Press.
- Weaver, D. H. & Wilhoit, G. C.** (1996). *The American Journalist in the 1990s: U.S. News People at the End of an Era*. Mahwah: Erlbaum.
- Zoonen, L. van** (1989). 'Professional socialization of feminist journalists in The Netherlands'. *Women's Studies in Communication*, 1(3): 1-25.
- Zoonen, L. van** (1991). 'A tyranny of intimacy? Women, femininity and television news'. In: P. Dahlgren & C. Sparks (red.), *Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere in the New Media Age* (pp.217-235). Londen: Routledge.

Summary

Mark Deuze

Ethnic Minority Journalists in the Netherlands

The role of journalism in the Dutch multicultural society has figured on the scholarly agenda since the 1960s, but research has rarely engaged the numbers, position and role(s) of ethnic minorities among journalists in the Netherlands. This contribution aims to fill this knowledge gap,

reporting the findings of a nationwide survey among journalists in the Netherlands, including a deliberate oversample of ethnic minority journalists, and featuring an analysis of the recent, relevant literature. A critical argument is also made regarding the rather superficial nature of the (public and academic) debate about representation of minorities in newsrooms in general, and the representation of ethnic minorities in particular.

Aankondiging

Etmaal van de Communicatiewetenschap

2002

Na een succesvol verlopen Etmaal van de Communicatiewetenschap 2001, vindt op 5 en 6 november 2002 het tweede *Etmaal van de Communicatiewetenschap* plaats. Op het congres zal wederom een recent en gevarieerd overzicht van communicatiewetenschappelijk onderzoek uit Nederland en Vlaanderen worden gepresenteerd. Het biedt een uitgelezen mogelijkheid om op de hoogte te blijven van de jongste ontwikkelingen in het vakgebied en van gedachten te wisselen met andere communicatieonderzoekers.

Het congres wordt georganiseerd door *NESCOR*, de Nederlandse onderzoeksschool Communicatiewetenschap waarin de Katholieke Universiteit Nijmegen, de Universiteit Twente, de Universiteit van Amsterdam en de Vrije Universiteit Amsterdam samenwerken, en *VSOM*, de vereniging van professionals met belangstelling voor communicatieonderzoek.

De Faculteit Communicatie en Journalistiek van de Hogeschool van Utrecht biedt het Etmaal 2002 haar locatie en is medeorganisator van het avondprogramma over overheidscommunicatie op dinsdag 5 november.

Contactadres

E-mailadres: bgerrits@fmg.uva.nl

Postadres: Bram Gerrits

Coördinator 'Etmaal van de Communicatiewetenschap'

ASCOR

Kloveniersburgwal 48

1012 CX Amsterdam

Congrescommissie

dr. Jo Bardoel (UVA)

dr. Hans Beentjes (KUN)

drs. Bram Gerrits (secretaris)

prof.dr. Jan Kleinnijenhuis (VU)

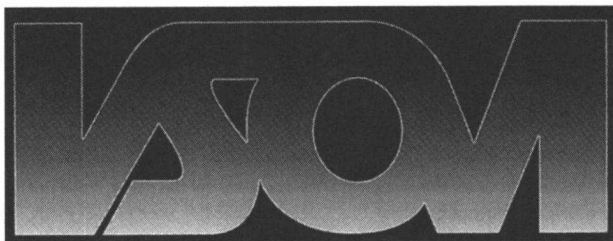
drs. Coen van der Linden (HVU)

prof.dr. Peter Neijens (UVA)

prof.dr. Ad Pruyn (Universiteit Twente)

dr. Betteke van Ruler (VU)

dr. Sandra Zwier (UVA)



VERENIGING VOOR STUDIE EN ONDERZOEK VAN MASSACOMMUNICATIE
DUTCH SOCIETY FOR COMMUNICATION AND MEDIA STUDIES

Bestuur

Prof. dr. J. Kleinnijenhuis (vz.), drs. H. van Bockxmeer, dr. B. Fennis, dr. C. Hagemann, dr. F. Huysmans

Profiel

Het werkveld van de communicatiewetenschap is sterk in ontwikkeling. Door de enorme betekenis van communicatie en informatie voor de samenleving en de dynamiek die hiervan het gevolg is, groeit de behoefte aan wetenschappelijk onderzoek over de implicaties hiervan. De VSOM vormt een platform voor uitwisseling van kennis en ervaring tussen mensen die zich bezighouden met communicatie- en mediaonderzoek of werkzaam zijn op gerelateerde terreinen.

De vereniging organiseert daartoe middagbijeenkomsten. De onderwerpen waarover dan, bijvoorbeeld via forumdiscussies, informatie wordt uitgewisseld zijn zeer divers, en kunnen het gehele terrein van communicatie- en mediaonderzoek beslaan. Tijdens deze middagen wordt vakgenoten de gelegenheid geboden elkaar op informele wijze te ontmoeten. De studiemiddagen zijn ook voor niet-leden toegankelijk. Daarnaast tracht de VSOM door het mede organiseren van grotere congressen de wetenschappelijke kennis in het vakgebied te vergroten.

Lidmaatschap

Iedereen die zich bezighoudt met communicatie- en mediaonderzoek of werkzaam is op een aangrenzend vakgebied is welkom als lid. Onze leden zijn werkzaam zowel bij universiteiten en hogescholen als bij de overheid en het bedrijfsleven. Om de drempel tot het lidmaatschap voor studenten zo klein mogelijk te maken, geldt voor hen een gereduceerd tarief.

De jaarlijkse contributie bedraagt m.i.v. 2002 € 95. Voor studenten, aio's en oio's is de contributie € 50. De contributie is inclusief een jaarabonnement op *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, toegang op middagbijeenkomsten en gereduceerd tarief bij congressen die de VSOM mede organiseert.

Meer informatie

Voor meer informatie over de vereniging kunt u contact opnemen met:

Marie José Martens, Postbus 15051, 1001 MB Amsterdam, tel. +20 6278949 fax +20 6270322

K O R T I N G S B O N

Lezers van het Tijdschrift voor *Communicatiewetenschap*
kunnen tegen inlevering van deze bon
in de boekhandel de nieuwste uitgave van het
Sociaal en Cultureel Planbureau

E-cultuur *een empirische verkenning*

verkrijgen voor de verlaagde prijs van €14
(normaal €17,50)

isbn 90 377 0092 6
176 pagina's

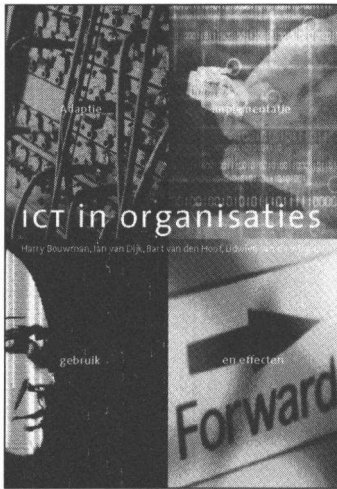
www.scp.nl

actieperiode: 18 juni tot 18 oktober 2002
ean/actienr. (00000)482-62163

Harry Bouwman, Jan van Dijk,
Bart van Hooff en Lidwien van de Wijngaert

ICT in organisaties

Adoptie, implementatie, gebruik en effecten



ISBN 90 5352 611 0

320 pagina's

paperback

€ 32,50

Ook in de boekhandel

In een groot aantal organisaties speelt ICT een steeds belangrijker rol. Nieuwe toepassingen van ICT dienen zich voortdurend aan.

ICT in organisaties biedt een overzicht van de belangrijkste factoren die een rol spelen bij het succes of falen van de toepassing van ICT in organisaties. Daarbij wordt zowel aandacht besteed aan het technisch, organisatorisch en economisch perspectief, als aan het psychologisch en gebruikersperspectief. Om een volledig beeld te schetsen wisselen theorie en praktijk-cases elkaar af.

ICT in organisaties is geschreven voor studenten communicatiewetenschap, (technische) bedrijfskunde, informatiekunde (technische universiteiten en sociale wetenschappen), in wo en HBO.

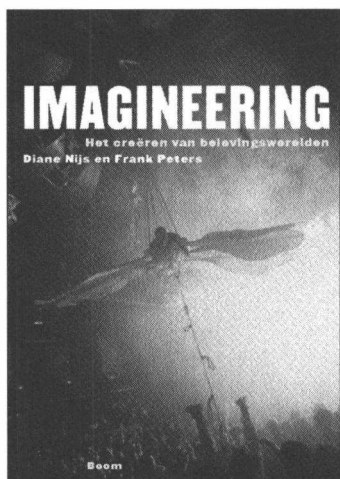
De auteurs zijn verbonden aan verschillende universiteiten.

www.uitgeverijboom.nl

Diane Nijs en Frank Peters

Imagineering

Het creëren van belevingswerelden die blijven boeien



ISBN 90 5352 836 9

300 pagina's

paperback

€ 39,50

Ook in de boekhandel

Versillende auteurs signaleren het ontstaan van de belevings-economie. Dit boek presenteert het Europese antwoord op de nieuwe vragen die deze economische situatie oproept: authentieke belevingsconcepten in plaats van thematiseren en toevoegen van theater. Het kunnen creëren van belevingswerelden (memorable experiences) die tot de verbeelding blijven spreken, is een onmisbare managementkunst geworden, de kunst van het raken van het hart. Emotie en fantasie worden cruciale managementvaardigheden. In dit boek worden de instrumenten aangereikt.

www.uitgeverijboom.nl

2 Redactioneel

Gevoeligheden rond etnische en culturele identiteit:
de rol van de media

Artikelen

- 5 *Els Dragt, Ard Heuvelman, Erik Lohmann & Menno de Jong*
Media en etnische publieksgroepen in Nederland
Het aanbod en het gebruik van media
- 26 *Susan Bink*
Allochtonenbladen in Nederland: een nieuwe markt?
- 38 *Cindy van Summeren & Leen d'Haenens*
Determinanten voor bezit en gebruik van nieuwe media
door allochtone jongeren in Nederland
- 56 *Ilse Devroe & Frieda Saeys*
Allochtonen en aanverwante thema's in de Vlaamse pers
- 77 *Marielle de Lange & Leen d'Haenens*
Het beeld van asielzoekers in Nederlandse regionale kranten
- 95 *Mark Deuze*
Allochtone journalisten in Nederland
- 105 **Aankondiging**

