Op zoek naar informatie, ontspanning of gespreksstof? Nieuwsoriëntaties en -voorkeuren van Marokkaanse, Turkse en Vlaamse jongeren

In dit onderzoek staat naast de consumptie van on- en off-line nieuws vanuit bepaalde behoeften van Turkse, Marokkaanse en Vlaamse jongeren tussen twaalf en achttien jaar de verklarende rol van cultuurspecifieke en socio-demografische factoren voor allerlei nieuwsmotivaties centraal.

Inleiding

Het lijkt erop dat jongeren vandaag de dag niet meer het geduld kunnen opbrengen om het televisienieuws 'uit te zitten' tot er een item voorbijkomt dat wel hun aandacht weet te trekken. Een artikel in *nrc.next* van 15 maart 2007 (Wijnberg, 2007: 6-7) met de sprekende titel 'Boeiuh is ons toverwoord, chilluh onze hobby' schetst jongeren als een maatschappelijk apathische groep die slechts mondjesmaat naar het journaal kijkt en waarvan bijna niemand nog lid is van een politieke partij. Ondertussen is uit diverse onderzoekspublicaties gebleken dat bijvoorbeeld het gebruik van printmedia onder jongeren drastisch is teruggelopen (Ministerie van OCW, 2001; Sikkema, 2005) en dat het internet aan een snelle opmars bezig is om de televisie als belangrijkste vrijetijdsmedium van de troon te stoten (Breedveld et al., 2006). Aan de aanbodzijde tekent zich een snel veranderend medialandschap af met steeds meer keuzemogelijkheden en vervagende grenzen tussen de verschillende mediatypes. Hierdoor zijn jongeren tegenwoordig omringd door een overdaad aan nieuws en informatie. Maar jongeren zijn druk en hun hoge levensritme bepaalt mede of en wanneer ze in die mediamix nieuws en informatie wensen te raadplegen. Onderzoek van Costera Meijer, Adolfsson en Van Vossen (2006) toont wel degelijk een interesse voor nieuws aan bij jongeren mits aan een aantal voorwaarden wordt voldaan: nieuws moet betrouwbaar en betrokken zijn en bovendien op ieder moment van de dag beschikbaar. On-line nieuws en informatie beantwoorden alvast aan die laatste voorwaarde. Maar dit zijn gegevens over Nederlandse jongeren.

Leen d'Haenens is verbonden aan de Radboud Universiteit Nijmegen. Correspondentie naar: Postbus 9104, 6500 he Nijmegen. E-mail: l.dhaenens@maw.ru.nl.

Hoe zit het nu met de nieuws- en informatiebehoeften van allochtonen¹, meer bepaald Turkse en Marokkaanse jongeren die in Vlaanderen wonen en die minstens in twee verschillende socialiserende contexten opgroeien? Bij hen wordt aan deze overdaad nog een extra dimensie toegevoegd, omdat zij door hun meertaligheid de mogelijkheid hebben om naast het Nederlands ook nieuws in de taal van het land van herkomst van hun ouders te raadplegen. Welke nieuwskeuzes maken zij en welke motieven liggen hieraan ten grondslag? In deze studie zijn we vooral geïnteresseerd in de motivaties van jongeren, allochtoon en autochtoon², voor het vergaren van nieuws. Nieuws staat in deze studie centraal, omdat het immers geldt als een belangrijke bron voor kennis en attitudes die de normen en waarden van een samenleving aan individuen aanreikt (Johnson-Cartee, 2005; Gillespie, 1995) en ook medeverantwoordelijk is voor de productie van verschillende ideologieën en identiteitsvorming (Gandy, 1998; Hall, Anten & Cakim, 1999).

Tegen hun 'dubbele' etnisch-culturele achtergrond met aan de ene kant de thuiscontext, het thuisland en de daarbij horende culturele en religieuze gebruiken en aan de andere kant de schoolcontext en de contacten met de autochtone leefwereld speelt nieuws een doorgaans nog grotere rol in de socialisatie van Turkse en Marokkaanse jongeren (d'Haenens et al., 2004). Uit onderzoek is reeds gebleken dat allochtone jongeren kritische nieuwsgebruikers zijn doordat ze Nederlandstalige informatie en informatie uit het land van herkomst met elkaar vergelijken en hierdoor een brede kijk op nieuws ontwikkelen (d'Haenens, Beentjes & Bink, 2000). We gaan er dus van uit dat allochtone jongeren, precies omwille van hun complexe achtergrond, een bredere focus en een potentieel grotere interesse voor nieuws aan de dag leggen dan hun autochtone leeftijdsgenoten.

Het vergaren van nieuws is onlosmakelijk verbonden met het opbouwen van sociaal kapitaal (Putnam, 2000). Dit laatste kan omschreven worden als participatie in de gemeenschap, waarbij *bridging* (cfr. bruggen bouwen naar de 'nieuwe' leefcontext) en *bonding* (cfr. banden smeden met het land van herkomst) beschouwd kunnen worden als selectiecriteria voor nieuwsinhouden die niet vast te stellen zijn bij Vlaamse leeftijdsgenoten.

De achterliggende stelling in deze studie is dat de motivaties van Turkse en Marokkaanse jongeren om on- en off-line nieuws (breed gedefinieerd: dat wil zeggen zowel on-line nieuwssites als on-line kranten) te consumeren op een andere voorraad aan kennis, (geloofs)overtuigingen, waarden, attitudes, sociale rollen en wereldbeelden berusten dan die van hun Vlaamse generatiegenoten. Met andere woorden, in deze studie gaan we ervan uit dat cultuurspecifieke kenmerken (taalbeheersing, religiebeleving, etnisch-culturele positie) naast de gangbare socio-demografische eigenschappen (seks, leeftijd, opleiding, sociaal-economische status) een niet te verwaarlozen rol spelen bij nieuwskeuzes van allochtone jongeren. Verder wordt getracht een beeld te schetsen van behoeften en verwachtingen ten aanzien van nieuwsmedia en nieuwsinhouden binnen de diverse leefwerelden van Turkse, Marokkaanse en Vlaamse jongeren.

De volgende onderzoeksvragen staan in deze studie centraal:

- 1 Wat zijn de motieven voor on- en off-line nieuwsgebruik bij Turkse, Marokkaanse en Vlaamse jongeren? Zien we vooral verschillen of eerder gelijkaardige motieven en verwachtingen?

- 2 Kunnen sociaal-demografische en cultuurspecifieke kenmerken deze motivaties voor on- en off-line nieuwsgebruik verklaren?

Informatiebehoeften van Turkse, Marokkaanse en Vlaamse jongeren

Jongeren, zowel autochtoon als allochtoon, ervaren informatie opdoen en de behoefte aan gezelschap als centrale motivaties om naar televisie te kijken. Internetkenmerken zoals interactiviteit, asynchroniteit en multimedialiteit (De Bens & Paulussen, 2003) worden door drukbezette jongeren van nu als belangrijke troeven beschouwd. Zij selecteren bovendien enkel media-inhouden die zij relevant of interessant vinden. Deze selectie kan dus opgevat worden als weloverwogen en gepland (Renckstorf & Wester, 2004), waarbij de media veelal worden aangewend vanuit bepaalde motieven conform de stemming waarin jongeren verkeren (d'Haenens et al., 2004). En die stemming kan variëren: het ene moment snakt een jongere naar ontspanning en het andere moment gaat hij op zoek naar iets opwindends.

Voorkeuren voor media en media-inhouden

Jongeren kunnen met de toename van televisiekanalen en on-line media op elk moment van de dag hun gewenste media-inhoud consumeren. De voorkeur van Vlaamse jongeren gaat vooral uit naar korte nieuwsberichten en achtergrondinformatie die weinig concentratie vergen (Carpentier, 2004; d'Haenens et al., 2004). Een studie van Raeymaeckers (2003) laat zien dat Vlaamse jongeren regelmatig nieuws raadplegen, vooral om op de hoogte te zijn van de hoofdlijnen daarvan, zodat ze niet onwetend overkomen bij anderen.

Televisie is bij zowel allochtone als autochtone jongeren een populair medium dankzij haar amusementfunctie (d'Haenens et al., 2004). Voor allochtone jongeren (12-19 jaar) blijkt televisie bovendien de belangrijkste bron van informatie.

On-line gedragen Turkse en Marokkaanse jongeren zich doorgaans meer als informierend en communicerend (door chatten en e-mailen) dan Vlaamse jongeren. Deze laatsten stellen zich eerder consumptief op en maken dus meer gebruik van de spel- en ontspanningsfunctie van het internet dan Turkse en Marokkaanse jongeren (d'Haenens et al., 2004). Verder bleek uit deze studie dat Marokkaanse jongeren ook sterke interesse vertonen in misdaadverslaggeving en sport naast lokaal en regionaal nieuws. Bij Turkse jongeren bleek informatie over het land van herkomst na informatie over sport het belangrijkste, gevolgd door misdaadverslaggeving, lokaal en regionaal nieuws. Voorts toont onderzoek naar mediagebruik bij allochtone jongeren dat zij meer zoeken naar informatie over problemen waarmee buitenlanders te maken krijgen (Brants, Crone & Leurdijk, 1998). Vooral on-line informatie over religieuze onderwerpen, hun thuisland, studies en werk, hobby's en meer algemene informatie over de samenleving waarin ze leven scoren hoog (d'Haenens et al., 2004). Ook bleek dat Turkse jongeren ongeveer evenveel Turks- als Nederlandstalige kranten lezen, in tegenstelling tot Marokkaanse jongeren, die overwegend Nederlandstalige kranten lezen.

Onderzoek van Roe, Van den Bulck, De Cock en Dusart (2001) toont aan dat naast het persoonlijke contact met vrienden van alle media internet de

meest geraadpleegde informatiebron is voor Vlaamse jongeren. Zij zoeken daarop informatie over de toekomst, andere culturen en schooltaken. Krant en televisie worden vooral geconsulteerd om zich te informeren over politiek. Dat het internet als informatiebron goed scoort, wordt ook door andere studies bevestigd (cfr. Geursen en Plemp, 2005; d'Haenens et al., 2004). Van den Berghs (2002) onderzoek naar on-line voorkeuren van Vlaamse jongeren toont aan dat het internet in de eerste plaats gebruikt wordt omwille van zijn communicatiefunctie (o.a. chatten, *instant messaging*, sms'en, e-mailen), terwijl jongvolwassenen het medium ook intensief gebruiken om voor hen relevante informatie op te zoeken. Ook volgens het onderzoek van Mortelmans en De Reynt (2003) wordt internet vooral geraadpleegd omwille van zijn communicatieve en ontspanningsfuncties en wordt het gebruikt om allerlei informatie op te zoeken.

Voorkeuren voor nieuws

Tegen de hierboven geschetste achtergrond van mediavoorkeuren rijst de vraag naar de motivaties achter de nieuwskeuzes van Turkse en Marokkaanse jongeren in vergelijking met hun Vlaamse generatiegenoten. Een *Uses & Gratifications*-benadering (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974), uitgaand van een actief ontvangerspubliek dat mediaboodschappen selecteert als weloverwogen handeling, biedt een instrumenteel kader om te achterhalen waaraan jongeren in Vlaanderen belang hechten in het nieuws. We gaan er in deze studie van uit dat de nieuwskeuze van zowel allochtone als autochtone jongeren off-line (via televisie en krant) en on-line (via het internet) een rationeel proces is, aangestuurd vanuit individuele behoeften zoals die aan informatie, ontspanning, escapisme, enzovoort.

In navolging van onderzoek naar nieuwsmotivaties stellen we vast dat nieuws voor jongeren doorgaans niet als informatie op zich dient, maar eerder wordt gebruikt als basis voor gespreksonderwerpen, ter inspiratie en ontspanning en als middel om erbij te horen (Costera Meijer et al., 2006; d'Haenens et al., 2004; Raeymaeckers, 2003). Tevens komt uit deze studies naar voren dat nieuws voor jongeren ontroerend en boeiend dient te zijn en ergens toe moet dienen. Zo wordt televisie door de allochtone en autochtone jongeren in Vlaanderen en Nederland als de belangrijkste informatiebron genoemd om op de hoogte te blijven van gebeurtenissen en ontwikkelingen in de samenleving (d'Haenens et al. 2004). Voorts zijn er de motieven mee kunnen praten met anderen en in sommige gevallen de verveling tegengaan (Witte, 2004). Jongeren raadplegen het internet vanwege de gemakkelijk toegankelijke informatie en omdat ze dit medium betrouwbaarder vinden dan de krant (Lebo, 2003). Kranten worden dan weer gelezen vanwege hun praktische bruikbaarheid en om op de hoogte te blijven van actuele thema's die hun leven direct aanbelangen, zo blijkt uit onderzoek onder Vlaamse jongeren (Raeymaeckers, 2003). Zij geven aan vooral aandacht te hebben voor lokaal nieuws en extra achtergrondinformatie en hebben behoefte aan toegankelijker taalgebruik. Ze willen behandeld worden als volwaardige partner in een communicatieproces en zien geen heil in een *flashy* lay-out (Raeymaeckers, 2004). Nog andere studies wijzen op de behoefte aan inzicht in gebeurtenissen uit de onmiddellijke omgeving en de wereld, omschreven als *surveillance*, aan als het belangrijkste motief voor nieuwsconsumptie: zowel voor televisie (o.a. Vincent & Basil, 1997)

en kranten (o.a. Johnson & Kaye, 1998) als voor het internet (o.a. Lin, 2001).

Geïnspireerd door de hierboven genoemde studies naar motivaties en verklaringen voor nieuwsconsumptie veronderstellen we in de huidige studie dat on- en off-line nieuwsconsumptie van Turkse, Marokkaanse en Vlaamse jongeren in Vlaanderen resulteren uit verschillende motieven. We verwijzen hierbij voornamelijk naar de behoefte aan surveillance (op de hoogte blijven van wat er gebeurt), vermaak, gespreksstof en de gepercipieerde boeiendheid en geloofwaardigheid van het nieuws als de voorwaarden waarop deze jongeren letten wanneer ze on- en off-line nieuws consumeren.

Omdat allochtone jongeren, zoals al eerder vermeld, zowel het nieuws in het Nederlands als uit het land van herkomst kunnen consumeren, zal naast de bovengenoemde motivaties voor de Turkse en Marokkaanse jongeren tevens 'het verlangen naar het thuisland' als een factor bij on- en off-line nieuwsconsumptie in de taal van het land van herkomst nader bekeken worden. Daarnaast wordt in dit onderzoek nagegaan of er gelijkenissen en verschillen zijn te vinden in de motieven voor on- en off-line nieuwsconsumptie van de drie in dit onderzoek betrokken etnisch-culturele groepen.

Voorspellers van motivaties voor nieuwsvoorkeuren

Aansluitend op deze motieven merken Palmgreen en Rayburn (1985) op dat de bevrediging niet steeds uit de activiteit van de mediaconsumptie zelf dient gehaald te worden, maar dat haar oorsprong ook kan liggen bij het individu zelf en in de sociale context waarbinnen dat zich bevindt. Zo heeft onderzoek aangetoond dat sekse een belangrijke factor is ter verklaring van verschillen in hoe jongeren denken over wat hun door de media wordt voorgeschoteld. Jongens en meisjes gaan op verschillende manieren met de media om, hetgeen vooral verklaard kan worden door verschillen in socialisatie (cfr. d'Haenens et al., 2004; Raeymaeckers, 2003; Valkenburg & Janssen, 1999; Roe, 1998). Jongens vertonen meer interesse voor 'harde' informatie, terwijl meisjes meer informatie zoeken die gericht is op plezier en emotie (cfr. Raeymaeckers, 2003; Beekhoven & Van Wel, 1998). Een tweede socio-demografische factor die een rol kan spelen bij het bepalen van mediavorkeuren is leeftijd. Zo tonen resultaten van d'Haenens et al. (2004) dat oudere kinderen actiever en selectiever omgaan met het programma-aanbod en dat ze meer behoefte hebben aan informatie dan jongere kinderen. Dat de mediavorkeuren van kinderen van verschillende leeftijden sterk van elkaar verschillen, blijkt tevens uit andere studies (cfr. Roe et al., 2001). Naarmate kinderen ouder worden, blijken ze informatieve programma's iets positiever te evalueren.

Ook het opleidingsniveau van jongeren speelt een rol: hoe hoger het opleidingsniveau, des te meer er gekeken wordt naar nieuws- en actualiteitenprogramma's (cfr. Geursen & Plemp, 2005; d'Haenens et al., 2004; Veldkamp, 1998). Hoogopgeleiden getuigen eveneens van een meer diverse mediakeuze (Clycq, Timmerman & Michielsens, 2005). In een studie van Hagen (1994) zien we dat lager opgeleide respondenten eerder een voorkeur hebben voor nieuws uit eigen land dan voor buitenlands nieuws. Wat betreft de rol van de sociaal-economische status, tonen resultaten dat deze sociale factor evenwel niet van doorslaggevende invloed blijkt te zijn op de

programmavoorkeuren van jongeren (cfr. d'Haenens et al., 2004; Garitaonandia, Juaristi & Oleaga., 2001).

Voorts moet erop gewezen worden dat media-ervaringen behalve binnen de sociale situatie vaak gekaderd zijn binnen bredere ervaringen van specifieke socio-culturele contexten die de behoeften sturen om bepaalde mediaboodschappen te consumeren (cfr. McQuail, 2001; Klatter-Folmer, 1997). Met andere woorden, elk individu heeft een persoonlijke achtergrond en ervaringsgeschiedenis. Mediagebruik en de consumptie van bepaalde mediaboodschappen zijn vaak gebaseerd op een bewuste selectie, voortvloeiend uit allerlei behoeften zoals die aan een bepaald soort nieuws met het oog op de verwezenlijking van een bepaald doel. Zo blijkt uit onderzoek dat Turkse jongeren met een sterke oriëntatie op Turkije vaker het internet raadplegen om nieuws te zoeken over Turkije dan jongeren die weinig affiniteit met Turkije vertonen (d'Haenens et al., 2004). Daarentegen wordt het internet vaker geraadpleegd om nieuws over de Nederlandse samenleving te vergaren door Turkse jongeren met een zwakke oriëntatie op Turkije (d'Haenens et al., 2004). De invloed van taalgebruik in de thuiscontext heeft ook belangrijke gevolgen voor de mediavoorkeuren van jongeren. Onderzoek heeft uitgewezen dat tweetaligheid van etnische minderheden tot een voorkeur voor media in de moedertaal leidt (Lee en Tse, 1994). Allochtonen die over minder taalvaardigheden beschikken, kijken wel meer naar amusementsprogramma's (Schelfhout, 1998). Religie of godsdienstbeleving, een andere belangrijk cultuurspecifiek kenmerk, speelt ook een rol in mediavoorkeuren. Onderzoek van d'Haenens et al. (2004) heeft aangetoond dat religie een voorspeller is van ICT-gebruik onder Turkse jongeren: religieus actieve jongeren maken meer gebruik van on-line media dan religieus minder actieve jongeren.

Het is dus van belang om bij onderzoek naar nieuwsvoorkeuren niet alleen aandacht te schenken aan de invloed van sociaal-demografische kenmerken, maar om hier ook cultuurspecifieke karakteristieken bij te betrekken. Desondanks stellen we vast dat in veel studies rond het mediagebruik van jongeren uitsluitend sekse, leeftijd en opleidingsniveau en het beroep van de ouders als achtergrondvariabelen worden gehanteerd (cfr. Beentjes et al., 1998; Ghesquiere, 1993) en dat er nauwelijks (cfr. d'Haenens et al., 2004; Veldkamp, 1997) invulling gegeven wordt aan een etnisch-culturele dimensie. Bovendien zijn studies die een culturele dimensie aandragen als verklaring voor mediagebruik doorgaans gebaseerd op beperkte steekproeven, waarbij de voorspellende waarde van de etnisch-culturele kenmerken wordt nagegaan in isolatie en niet is afgewogen tegen de gangbare socio-demografische eigenschappen (d'Haenens et al., 2004; Geense & Pels, 2002).

Mede geïnspireerd hierdoor en voortbouwend op de studie van d'Haenens et al. (2004) wordt in dit onderzoek de invloed onderzocht van cultuurspecifieke kenmerken en socio-demografische factoren op de behoefte van Turkse, Marokkaanse en Vlaamse jongeren aan surveillance en entertainment en op de gepercipieerde geloofwaardigheid van on- en off-line nieuws. Als cultuurspecifieke kenmerken houden we rekening met taalbeheersing (van het Nederlands en het Turks/Arabisch/Berbers), religiebeleving (de mate waarin jongeren bezig zijn met religie) en etnisch-culturele positie (de affiniteit met Turkije/Marokko). Socio-demografische kenmerken die zijn meegenomen in deze studie zijn sekse, leeftijd, opleidingsni-

veau, socio-economische status en het aantal jaren verblijf (of geboren) in België.

Methode

Steekproef

In februari en maart 2007 werd een surveyonderzoek uitgevoerd op twintig middelbare scholen in vier Vlaamse provincies (Limburg, Antwerpen, Vlaams-Brabant en Oost-Vlaanderen). In totaal werden 423 scholen geselecteerd uit de databank van het Ministerie van Onderwijs in Vlaanderen, rekening houdend met de stedelijke concentratie van allochtonen in en rond de vier Vlaamse provincies (onder meer Genk, Gent, Turnhout, Mechelen, Antwerpen, Lokeren en Sint-Niklaas) en de verschillende opleidingsniveaus, dit met het oog op een zo divers mogelijke onderzoeksgroep. Initieel zijn deze scholen per brief benaderd. De scholen die daarop in eerste instantie niet reageerden, werden vervolgens telefonisch gecontacteerd. Uiteindelijk bleken twintig scholen bereid te participeren aan dit onderzoek. In totaal werd daarvoor bij 1049 jongeren tussen twaalf en achttien jaar een schriftelijke vragenlijst afgenomen. Aan dit onderzoek namen 186 Marokkaanse, 242 Turkse en 621 Vlaamse jongeren deel.³

Instrument

Er werd gewerkt met twee klassikaal afgenomen gestandaardiseerde vragenlijsten met voornamelijk gesloten vragen, waarvan één voor de allochtone en één voor de autochtone jongeren. De versie voor de allochtone jongeren was uitgebreider, omdat er behalve naar hun mediagebruik in het Nederlands ook gevraagd werd naar hun mediagebruik in de taal van het land van herkomst en de motivaties hieromtrent.

Concreet was de vragenlijst opgebouwd uit mediagerelateerde vragen en vragen naar socio-demografische en cultuurspecifieke kenmerken. De nadruk bij de mediagerelateerde vragen die hier worden besproken lag op het nieuwsgebruik en de voorkeuren voor drie mediatypes (televisie, internet en krant) met betrekking tot vervulde functies (informatie, entertainment en communicatie). Ook werden de achterliggende motivaties (onder andere surveillance, entertainment en ontspanning) om nieuws te raadplegen in kaart gebracht. Naast de gangbare socio-demografische gegevens zoals sekse, leeftijd en opleiding werden de opleiding en het beroep van de ouders van zowel de allochtone als de autochtone jongeren in Vlaanderen meegenomen. Bovendien werd er voor de allochtone jongeren het aantal jaren verblijf in België opgenomen als socio-demografische kenmerk, evenals cultuurspecifieke kenmerken zoals religie, etnisch-culturele positie en taalbeheersing.

De opleiding van de ouders en het beroep van de vader golden als index voor de sociaal-economische status (SES) van de jongeren (Cronbachs $\alpha=0,683$). Verder bestond de vragenlijst uit items die ingingen op de etnisch-culturele achtergrond en religiebeleving van de allochtone jongeren. Met etnisch-culturele positie bedoelen wij: '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)' (Van Heelsum, 1997: 24). Evenals bij Van Heelsum (1997) werden in onze vragenlijst verschillende stellingen opgenomen aan de hand waarvan een maat voor de etnisch-culturele positie van de allochtone jongeren kan worden gecreëerd. Elke stelling is daartoe zo ge(her)codeerd dat een hoge score overeenkomt met een hoge mate van betrokkenheid bij het land van herkomst. Bij een lage tot middelmatige score zijn de jongeren in mindere mate betrokken bij het land van herkomst. De maat van etnisch-culturele positie bestond uit 31 items (Cronbachs $\alpha=0,742$). Religiebeleving verwees in deze studie naar de religieuze praktijk en het belang dat wordt gehecht aan religieuze activiteiten toepasbaar op godsdiensten (onder andere naar de kerk/moskee gaan, bidden, vasten, godsdienstige feestdagen vieren en aalmoezen geven). Religiebeleving bij de allochtone jongeren bestond uit achttien items (Cronbachs $\alpha=0,930$). Tot slot is ook ingegaan op de beheersing door de allochtone jongeren van het Nederlands en de taal van het land van herkomst. De schaal bestond uit vier items voor zowel het gebruik van het Nederlands (Cronbachs $\alpha=0,961$) als de taal van het land van herkomst (Cronbachs $\alpha=0,823$).

Resultaten

In wat volgt worden de resultaten gepresenteerd die een antwoord geven op de onderzoeksvragen. Alvorens onderscheid te maken tussen de motivaties van verschillende etnisch-culturele groepen ten aanzien van mediagebruik en meer specifiek on- en off-line nieuwsmediagebruik, geven we een overzicht van initiële, beschrijvende resultaten voor de verschillende variabelen van het onderzoek.

Beschrijving van de onderzoeksgroep

Zoals in Tabel 1 naar voren komt, hebben in totaal 1049 jongeren in Vlaanderen tussen twaalf en achttien jaar aan dit onderzoek deelgenomen, van wie 59 procent van Vlaamse, 18 procent van Marokkaanse en 23 procent van Turkse afkomst is. Van deze 1049 jongeren is 56 procent jongen en 44 procent meisje. Hun gemiddelde leeftijd is 14,5 jaar. Een meerderheid van deze jongeren volgt een beroepsopleiding, een kleinere groep volgt een algemene opleiding ter voorbereiding op verdere studies en een nog kleinere groep volgt een technische of administratieve opleiding.

Wat betreft de socio-economische status (SES) is een driedeling gemaakt (laag, matig, hoog). Hierbij merken we op dat de socio-economische status van de Vlaamse jongeren hoger ligt dan die van de Turkse en Marokkaanse jongeren. Wanneer we de SES van de Turkse en de Marokkaanse jongeren met elkaar vergelijken, dan zien we dat de twee groepen gelijkaardige scores vertonen. Wat verder opvalt, is dat drie kwart (75 procent) van de bevroegde Marokkaanse jongeren geboren is in België, ten opzichte van 94 procent van de bevroegde Turkse adolescenten. De resultaten tonen ook een grotere groep nieuwkomers bij de Marokkaanse jongeren; 15 procent van de bevroegde Marokkanen woont minder dan vijf jaar in België, tegenover 2 procent van de bevroegde Turken.

Tabel 1
Socio-demografische en
cultuurspecifieke kenmer-
ken van onderzoeksgroep

		Marokkanen		Turken		Vlamingen		
	N	%	N	%	N	%		
Land van herkomst		186	17,8	242	23,0	621	59,2	
Socio-demografische kenmerken	Seks	1 Jongen	105	56,5	129	53,3	332	53,5
		2 Meisje	81	43,6	113	46,7	289	46,5
	Opleiding	1 BSO	135	72,6	143	59,1	298	48,1
		2 TSO	21	11,3	50	20,7	117	18,9
		3 ASO	30	16,1	49	20,3	204	32,9
	Leeftijd	1 Jonger dan 13	41	22,0	51	21,1	146	23,5
		2 Tussen 14 en 15	74	39,8	96	39,7	240	38,6
		3 Tussen 16 en 18	21	11,3	37	15,3	112	18,0
		4 Ouder dan 18	50	26,9	58	24,0	123	19,8
	SES	1 Laag	112	60,2	145	59,9	104	16,7
		2 Matig	53	28,5	72	29,7	254	40,9
		3 Hoog	21	11,3	25	10,3	263	42,3
	Aantal jaren verblijf in België	1 Minder dan 5 jaar	27	14,5	6	2,5		
		2 Tussen 6 en 10 jaar	12	6,5	5	2,1		
		3 Tussen 11 en 20 jaar	7	3,8	4	1,6		
		4 Geboren in België	140	75,3	227	93,8		
	Gebruik Nederlands	1 Nooit	0	0	0	0		
		2 Weinig	6	3,2	20	8,3		
		3 Regelmatig	91	48,9	159	65,7		
		4 Veel	89	47,9	63	26		
	Gebruik taal land van herkomst	1 Nooit	0	0	0	0		
		2 Weinig	13	7,0	8	3,3		
		3 Regelmatig	121	65	121	50		
		4 Veel	52	28	113	46,7		
Religie	1 Niet	4	2,2	4	1,6			
	2 Licht	8	4,3	4	1,6			
	3 Matig	37	19,9	66	27,3			
	4 Sterk	137	73,7	168	69,4			
ECP	1 Niet	0	0	0	0			
	2 Laag	0	0	0	0			
	3 Matig	18	9,7	19	7,8			
	4 Hoog	138	74,2	195	80,6			
	5 Zeer hoog	30	16,1	28	11,6			

Algemeen bekeken stelt het onderzoek verschillen tussen de Turkse en de Marokkaanse jongeren vast op het vlak van culturele karakteristieken. Zo merken we dat deze jongeren onderling verschillen wat betreft de mate waarin ze het Nederlands en de taal van het land van herkomst in hun dagelijks leven hanteren. De Marokkaanse jongeren blijken gemiddeld meer gebruik te maken van het Nederlands dan hun Turkse leeftijdgenoten, terwijl de taal van het land van herkomst gemiddeld meer gebruikt wordt door de Turkse jongeren.

Voorts hechten gemiddeld genomen zowat zeven op de tien bevraagde Turkse en Marokkaanse jongeren veel belang aan religieuze principes en waarden. Zo beweert 73,7 procent van de Marokkaanse en 69,4 procent van de Turkse jongeren sterk geaffilieerd te zijn met zijn religie. Wat betreft

associatie met de eigen groep rapporteert het leeuwendeel van zowel de Turkse (81 procent) als de Marokkaanse (74 procent) jongeren een hoge score voor etnisch-culturele positie. Uit dit laatste kunnen we dus vaststellen dat de Turkse en de Marokkaanse jongeren zich sterk verbonden voelen met hun eigen gemeenschap en hun land van herkomst.

On- en off-line mediagebruik

Televisie in het Nederlands blijft, uitgedrukt in bestede tijd, zowel door de week als in het weekend nog altijd het door de allochtone jongeren meest gebruikte medium: bij de Marokkanen is televisie in het Nederlands goed voor een gemiddeld gebruik van 3 uur en 45 minuten door de week en 7 uur en 19 minuten in het weekend; bij de Turken gaat het om 1 uur en 56 minuten door de week en 5 uur en 47 minuten in het weekend. De Vlaamse jongeren brengen tijdens de week (ICT=4h30min; tv=3h37min) alsook in het weekend (ICT=8h19min; tv=5h33min) aanzienlijk meer tijd door voor de computer dan voor de buis. Nederlandstalige kranten worden door de week gemiddeld door alle drie de groepen het minst geraadpleegd, maar veruit het meest door de Vlamingen (MR=45min; TR=25min; VL=1h32min).

Wat betreft het gebruik van media in de taal van het land van herkomst merken we ook in dit geval op dat de Turkse en Marokkaanse jongeren meer tijd aan televisie besteden. Naast het kijken naar Nederlandstalige televisie wordt er door de Turkse jongeren gemiddeld 3 uur door de week en 7 uur en 25 minuten in het weekend naar Turkse televisie gekeken. Bij de Marokkaanse jongeren ligt het gemiddelde gebruik van televisie in de taal van het land van herkomst wat lager: door de week kijken zij gemiddeld 1 uur en 45 minuten en in het weekend 4 uur en 23 minuten naar televisie in de taal van het land van herkomst. Kortom, het bovenvermelde belang van de moedertaal bij Turkse jongeren zet zich ook door in hun mediagebruik.

On- en off-line nieuwsconsumptie

Wanneer we naar de consumptie van Nederlandstalig nieuws (tabel 2) via de drie mediatypes kijken, is het duidelijk dat zowel de allochtone als de Vlaamse jongeren het nieuws meer via de televisie dan via het internet en de krant consumeren. Deze verhouding is het duidelijkst bij Marokkaanse jongeren. Voorts is het opmerkelijk dat nieuws in de taal van het land van

Tabel 2
Nieuwsconsumptie door jongeren

		Marokkanen N=186	Turken N=242	Vlamingen N=621
Nieuws in het Nederlands via	televisie	3,38	3,03	2,98
	internet	2,94	2,89	2,69
	krant	2,81	2,71	2,68
Nieuws in de taal van het land van herkomst via	televisie	2,46	3,08	
	internet	2,65	2,84	
	krant	1,45	2,03	

Noot: Gemiddelde waarden gemeten op een vijfpuntenschaal (1=nooit, 2=weinig, 3=soms, 4=vaak, 5=altijd)

herkomst door de Turkse jongeren voornamelijk via de televisie wordt geconsumeerd, terwijl dit bij de Marokkaanse jongeren vooral on-line gebeurt. Niettemin zien we ook in dit geval het belang van de moedertaal bij de Turkse jongeren: nieuws in de taal van het land van herkomst wordt ongeacht het mediumtype meer vergaard door de Turkse jongeren dan door de Marokkaanse jongeren.

Belangrijkste motieven voor on- en off-line nieuwsconsumptie

Na deze korte beschrijving van onze onderzoeksgroep, mediagebruik in het algemeen en nieuwsconsumptie in het bijzonder vragen we ons in deze paragraaf af wat nu eigenlijk de beweegredenen zijn van de Marokkaanse, de Turkse en de Vlaamse jongeren om nieuws tot zich te nemen via de televisie, het internet en de krant. We willen proberen een volgorde van belangrijkheid te ontdekken in de behoeften van jongeren aan gespreksstof, surveillance, vermaak en boeiende en geloofwaardige boodschappen. Bovendien wordt bij de Turkse en Marokkaanse jongeren ook gekeken naar het verlangen naar het thuisland als mogelijke beweegreden om on- en off-line nieuws te consumeren in de taal van het land van herkomst.

Allereerst zijn, zoals blijkt uit tabel 3, de gelijkenissen van de nieuwsbehoeften van de bevraagde jongeren het opvallendst. Zo blijkt de behoefte aan betrouwbare informatie voor alle jongeren de voornaamste motivatie om Nederlandstalig televisienieuws te bekijken. Voor het raadplegen van Nederlandstalige nieuwssites is bij alle jongeren vooral de boeiendheid de beweegreden.

Verder stellen we vast dat de behoefte aan boeiende boodschappen bij de allochtone jongeren de belangrijkste reden is om nieuws uit een Nederlandstalige krant te halen. Dit terwijl de Vlaamse jongeren de krant vooral raadplegen om op de hoogte te blijven van wat er rondom hen gebeurt (surveillance) en de allochtone jongeren deze functie evenmin aan de krant in de taal van hun land van herkomst toeschrijven.

Wat nieuwsconsumptie in de taal van het land van herkomst betreft, scoort de behoefte aan betrouwbare informatie, ongeacht het mediumtype, zowel bij de Marokkaanse als bij de Turkse jongeren het hoogst. Ten slotte merken we op dat het verlangen naar het thuisland als motief om nieuws te vergaren, ongeacht het mediumtype, doorgaans meer genoemd wordt door de Turkse dan door de Marokkaanse jongeren. Uit dit laatste kunnen we dus vaststellen dat de affiliatie met het thuisland kennelijk een grotere invloed heeft op de Turkse dan op de Marokkaanse jongeren.

Verklaringen voor nieuwsconsumptiepatronen

We gaan vervolgens met behulp van regressieanalyses na in hoeverre de bovengenoemde motivaties als afhankelijke variabelen voor on- en off-line nieuwsgaring mede bepaald worden door de verschillende etnisch-culturele achtergrond van de jongeren. Bij de bespreking van de resultaten zullen we onderscheid maken tussen enerzijds de allochtone en de Vlaamse jongeren en anderzijds de Turkse en de Marokkaanse jongeren onderling. We zullen hierbij aan de hand van univariate regressies de significante verschillen in de beweegredenen tussen de jongeren bespreken. Ter illustratie brengen we de univariate regressieresultaten van de verschillende motiva-

Tabel 3
Motivaties voor on- en off-
line nieuwsconsumptie

	Nieuws in het Nederlands en in de taal van het land van herkomst	Marokkanen		Turken		Vlaamingen
		NL	LVH	NL	LVH	NL
Televisie	Gespreksstof	2,97	3,30	2,93	3,38	2,33
	Surveillance	2,91	3,17	2,88	3,23	2,52
	Betrouwbaarheid	3,77	3,71	3,69	3,81	2,54
	Boeiendheid	2,09	3,14	2,12	3,54	2,27
	Vermaak	2,93	3,18	2,99	3,53	2,42
	Verlangen LH		2,78		2,93	
Internet	Gespreksstof	2,33	2,96	2,28	3,02	2,21
	Surveillance	2,61	2,06	2,91	2,18	2,60
	Betrouwbaarheid	2,54	3,69	2,51	3,84	2,52
	Boeiendheid	3,60	3,14	3,70	3,50	3,72
	Vermaak	3,32	3,24	3,42	3,44	3,30
	Verlangen LH		2,70		2,74	
Krant	Gespreksstof	2,33	3,48	2,49	3,50	2,51
	Surveillance	3,08	2,10	3,17	2,57	3,35
	Betrouwbaarheid	2,77	3,75	2,60	3,60	2,78
	Boeiendheid	3,32	3,48	3,23	3,49	2,11
	Vermaak	2,52	3,47	2,69	3,44	2,69
	Verlangen LH		2,49		2,69	

Noot: Gemiddelde waarden gemeten op een vijfpuntenschaal (1=nooit, 2=weinig, 3=soms, 4=vaak, 5=altijd).

LH= land van herkomst; LVH= taal land van herkomst; NL=Nederlands.

ties voor nieuwsconsumptie in tabel 4 samen. Waar deze significant zijn zal ook worden ingezoomd met behulp van multivariate regressieanalyses op de invloed van socio-demografische en cultuurspecifieke achtergrondkenmerken op de beweegredenen van de jongeren om nieuws te consumeren (tabel 5).

Televisienieuws in het Nederlands

Wat betreft consumptie van televisienieuws in het Nederlands is het opmerkelijk dat de behoeften aan gespreksstof, surveillance, betrouwbare informatie en vermaak alle prominenter voorkomen bij beide groepen allochtone jongeren dan bij Vlaamse jongeren. De Vlaamse jongeren bekijken Nederlandstalig televisienieuws vaker vanuit de behoefte aan boeiende informatie. Enkel de behoefte aan betrouwbare informatie blijkt significant verschillend tussen Marokkaanse en Turkse jongeren: Marokkaanse jongeren consumeren vaker Nederlandstalig televisienieuws vanuit de behoefte aan betrouwbare informatie dan hun Turkse leeftijdgenoten. Hierbij moet evenwel opgemerkt worden dat de behoefte aan betrouwbare informatie met een verklarende variantie van 29 procent meteen de sterkste voorspeller is voor het verschil in motivatie voor consumptie van Nederlandstalig televisienieuws tussen de allochtone en autochtone jongeren.

In hetgeen volgt zullen we de mate proberen te voorspellen waarin de onderzochte groepen Nederlandstalig en 'eigenlijk' nieuws beweren te consumeren vanuit een set aan achtergrondvariabelen (sekse, opleiding, leeftijd, ses, aantal jaren verblijf in België, gebruik Nederlands, gebruik taal

Tabel 4
Verschillen in motivaties
voor on- en off-line nieuws-
consumptie

		Vergelijking 1		Vergelijking 2			
		Marokkanen en Turken (o)		Marokkanen (o)			
		vergeleken met		vergeleken met			
		Vlamingen (1)		Turken (1)			
		NL	NL	LVH			
		Beta	R ²	Beta	R ²	Beta	R ²
Televisie	Gespreksstof	-0,30***	0,09	-0,02		0,03	
	Surveillance	-0,18***	0,03	-0,02		0,03	
	Betrouwbaarheid	-0,54***	0,29	-0,03*	0,01	0,05	
	Boeiendheid	0,09**	0,01	0,02		0,17	0,03
	Vermaak	-0,25***	0,06	0,03		0,15	0,02
	Verlangen LH					0,06	
Internet	Gespreksstof	-0,05		-0,02		0,07	
	Surveillance	-0,07*	0,01	0,13**	0,02	0,07	
	Betrouwbaarheid	0,00		-0,02		0,07	
	Boeiendheid	0,03		0,06		0,15	0,02
	Vermaak	-0,03		0,05		0,08	
	Verlangen LH					-0,01	
Krant	Gespreksstof	0,04		0,08		-0,12	0,01
	Surveillance	0,09**	0,01	0,04		0,20	0,04
	Betrouwbaarheid	0,03		-0,13**	0,02	-0,03	
	Boeiendheid	-0,13***	0,02	-0,04		0,00	
	Vermaak	0,01		0,12*	0,02	-0,01	
	Verlangen LH					0,09	

Noot.: Multiple univariate regressie-analyses in gestandaardiseerde Bèta-waarden.

*p ≤ 0,05 **p ≤ 0,01 ***p ≤ 0,001.

Vergelijking 1: onafhankelijke variabele o=alloctonen (=Marokkanen +Turken) en 1=Vlamingen.

Vergelijking 2: onafhankelijke variabele o=Marokkanen en 1=Turken.

land van herkomst, religie, etnisch-culturele positie). Deze analyses zijn voor de drie onderzochte etnisch-culturele groepen afzonderlijk gedraaid (tabel 5).

Hierbij stellen we vast dat Nederlandstalig televisienieuws vanuit de behoefte aan *gespreksstof* vooral geconsumeerd wordt door de meisjes, ongeacht hun etnische achtergrond. Verder wordt deze reden om Nederlandstalig televisienieuws te vergaren ook opgevoerd door Marokkaanse en Turkse jongeren die voornamelijk Nederlands spreken en door Marokkaanse jongeren die sterk religieus zijn, maar een zwakke affiniteit met Marokko vertonen. Bij de Vlaamse jongeren is gespreksstof een motiverende factor bij voornamelijk de jongsten, de lager opgeleiden en de lagere socio-economische groepen.

Consumptie van Nederlandstalig televisienieuws vanuit de behoefte om *op de hoogte te zijn* van wat er rondom hen gebeurt wordt vaker aangegeven door oudere Marokkaanse jongeren die al wat langer in België verblijven of er geboren zijn, gewoonlijk meer Marokkaans Arabisch spreken dan Nederlands, maar niettemin een zwakke band hebben met Marokko. In dit geval speelt ook bij de Turkse jongeren een zwakke band met het thuisland een rol van betekenis. Ten slotte consumeren ook de jongere Vlaamse meisjes televisienieuws meer vanuit deze behoefte.

Tabel 5
Socio-demografische en
cultuurspecifieke voorspel-
lers van de motivaties voor
nieuwsgaring

	Marokkaanse jongeren						Türkse jongeren				Vlaamse jongeren									
	Sekse	Leeftijd	Opleiding	SES	ResInBe	TaalNL	Religie	ECP	Sekse	Leeftijd	Opleiding	SES	ResInBe	TaalNL	Religie	ECP	Sekse	Leeftijd	Opleiding	SES
Gespreksstof Surveillance	Tv NL	0,165*					0,157*	-0,142*	0,116*					0,044*	0,103*	-0,407***	-0,162***	-0,094**		
	Tv NL		0,174*		0,238*	-0,132*		-0,112*		0,165*					-0,161*	0,078*	-0,230***			
	Internet NL						0,210**									0,080*	0,128**		0,130**	
	Krant NL		0,147*		0,321***					0,172**						0,209***	0,175***	0,119**		
Betrouwbaarheid	Tv NL				0,288***	0,183**								0,116*	-0,142*	-0,268***	-0,097**			
	Krant NL	0,183*			0,188*	-0,156*	-0,200*			0,238***	0,158*		0,148*	0,164*	-0,168*	0,280***	0,122**	0,079*		
	Tv NL	-0,158*			0,263***										0,086*	-0,455***	-0,153***	-0,105**		
	Krant NL							-0,212**	0,177**	-0,137*					-0,076*	0,276***	0,171***	0,152***	0,082*	
Vermaak	Tv NL				-0,118*	0,151*								0,129*	-0,117*	0,108**	-0,317***	-0,099*	-0,094*	
	Krant NL				0,126*		-0,161**									0,195***		0,087*		
Gesprekstof Surveillance	Krant LVH						0,167*			-0,144*				-0,204**	0,157*					
	Krant LVH				-0,165*	-0,228*			-0,196**				-0,119*	0,215***	0,141**					
	Tv LVH	0,128*			-0,211**	-0,288***								-0,246***	0,211***					
	Boeiendheid	0,244***					-0,171**		0,119*					-0,184**						
Vermaak	Internet LVH						-0,232**		0,120*					-0,106*	0,223***					
	Tv LVH						-0,247***	0,166**						-0,102*	0,119*					
	Tv LVH							0,192**							0,121*					
	Verlangen naar thuisland		-0,166**			-0,164**	-0,333**	0,230**	0,159**	-0,146**				0,108*						
	Krant LVH	-0,119*	0,115*		0,200**		0,245***	0,133*	-0,108*		0,126*									

Noot: Multivariate regressie analyses in gestandaardiseerde Bèta-waarden; *p ≤ 0,05 **p ≤ 0,01 ***p ≤ 0,001 ; LVH= Taal Land van Herkomst en NL=Nederlands.

We zien dat het consumeren van televisienieuws vanuit de behoefte aan *betrouwbare informatie* voornamelijk voorkomt bij Marokkaanse en Turkse jongeren die vaker Nederlands spreken; bij Marokkaanse jongeren die in België geboren zijn of er al langer verblijven; en bij Turkse jongeren met een zwakke affiniteit met Turkije. Bij de Vlaamse jongeren zien we dat behoefte aan betrouwbare informatie vooral voorkomt bij de jongsten en de lager opgeleiden.

De behoefte aan *boeiende* boodschappen is prominent bij de jongste Marokkanen en zij die in België geboren zijn of hier al langer verblijven. Bij de Vlaamse jongeren is dit motief prominent bij de jongsten, de meisjes, de lager opgeleiden en de jongeren uit minder gegoede families.

Vermaak, ten slotte, blijkt vooral een motief te zijn voor Marokkaanse jongeren die nog niet zo lang in België wonen en die vaker Nederlands dan de moedertaal spreken en voor laagopgeleide Turkse jongeren met een zwakke band met Turkije. Bij de Vlaamse jongeren is vermaak vooral een motief voor de meisjes, de jongsten, de laagopgeleiden en zij die tot een minder gegoede familie behoren.

Surfen op Nederlandstalige nieuwssites

Wat on-line nieuwsconsumptie van allochtone en autochtone jongeren betreft constateren we enkel een klein, maar significant verschil voor de behoefte aan surveillance. Allochtone jongeren geven met name vaker dan Vlaamse jongeren aan Nederlandstalige nieuwssites te consulteren om op de hoogte te zijn van wat er rondom hen gebeurt. Vergelijken we de allochtone jongeren onderling, dan zien we dat de Turkse jongeren vanuit dit motief nieuws op het internet iets vaker bekijken dan hun Marokkaanse generatiegenoten (tabel 4).

Wanneer we nagaan in hoeverre socio-demografische en cultuurspecifieke kenmerken de consumptie van Nederlandstalig nieuws vanuit de behoefte voor surveillance meebepalen, dan blijkt dat de wat oudere Turkse jongeren en religieuzere Marokkaanse jongeren vaker on-line gaan om op de hoogte te blijven van wat er rondom hen gebeurt (tabel 5). Bij de Vlaamse jongeren komt deze behoefte aan surveillance vaker voor bij de wat ouderen, voorts bij de meisjes en de jongeren uit de meer gegoede families.

Consumptie van nieuws via Nederlandstalige kranten

Waar surveillance bij de allochtone jongeren het voornaamste motief was om on-line nieuws te consumeren, wordt de krant vanuit dit motief vaker gelezen door de Vlaamse jongeren dan door de allochtone jongeren. Wel worden vanuit de behoefte aan boeiende informatie Nederlandstalige kranten iets frequenter gelezen door de allochtone jongeren dan door de Vlaamse jongeren (tabel 4). Niettemin stellen we vast dat deze behoefte geen rol van betekenis meer speelt wanneer de consumptie van Nederlandstalige kranten vergeleken wordt tussen de allochtone jongeren onderling. Hier constateren we dat Nederlandstalige kranten door de Marokkaanse jongeren vaker gelezen worden vanuit de behoefte aan betrouwbare informatie, terwijl Turkse jongeren deze vaker voor vermaak ter hand nemen. We merken echter op dat de voorspellende waarde van deze behoeften op de consumptie van Nederlandstalige kranten zeer laag zijn.

Surveillance als motief om Nederlandstalige kranten te lezen geldt vooral voor Turkse en Vlaamse meisjes en voor oudere Vlaamse en Marokkaanse

jongeren. Vooral Marokkaanse jongeren die al wat langer in België verblijven en Vlaamse jongeren die een hogere opleiding volgen lezen de krant om de wereld beter te begrijpen.

Behoeftte aan *betrouwbare informatie* wordt iets vaker opgegeven door de oudere allochtone jongeren die al langer in België verblijven of er zijn geboren en een zwakke affiniteit hebben met hun thuisland. Tot deze groep behoren ook de meer religieus georiënteerde en hoogopgeleide Turkse jongeren en de Marokkaanse jongeren die vaker Marokkaans Arabisch spreken dan Nederlands. Bij de Vlaamse jongeren wordt vanuit dit motief de krant vooral gelezen door de ietwat ouderen, hoger opgeleiden en zij die tot de meer gegoede families behoren.

Het vergaren van *boeiende* boodschappen via Nederlandstalige kranten is vooral een motief van Turkse en Vlaamse meisjes en van allochtone jongeren met een zwakke affiniteit met hun thuisland. Bovendien wordt vanuit dit motief de krant als lectuur voornamelijk gelezen door de wat oudere Vlaamse jongeren die een hogere opleiding genieten en uit gegoede families komen.

Ten slotte stellen we vast dat de behoefte aan *vermaak* als motief voor lectuur van Nederlandstalige kranten frequenter voorkomt bij Turkse en Marokkaanse jongeren die in het dagelijkse leven vaker Nederlands spreken dan de moedertaal en bij Marokkaanse jongeren met een zwakke affiniteit met Marokko. De krant wordt met dit motief bij de Vlaamse jongeren voornamelijk gelezen door de meisjes en zij die een hogere opleiding hebben genoten.

Televisienieuws in de taal van het land van herkomst

Hier blijkt de behoefte aan boeiende informatie en vermaak prominenter bij de Turkse jongeren dan bij de Marokkaanse jongeren, maar met een voorspellende waarde die zeer laag is (tabel 4).

Naar *boeiende boodschappen* in het televisienieuws in de moedertaal wordt bij de Marokkanen voornamelijk gezocht door meisjes en door jongeren die nog niet zo lang in België wonen en vaker Marokkaans Arabisch spreken dan Nederlands. Bij de Turkse jongeren stellen we vast dat het consumeren van televisienieuws in het Turks vanuit de behoefte aan boeiende boodschappen voornamelijk voorkomt bij jongeren uit minder gegoede families en bij jongeren die vaker Turks spreken en een sterkere affiniteit vertonen met Turkije.

Vermaak wordt vaker gezocht in het nieuws in de taal van herkomst door allochtone jongeren die het Nederlands minder vaak spreken dan de moedertaal. Voorts wordt Turkstalig televisienieuws voor vermaak vooral geconsumeerd door meisjes en door Turkse jongeren met een sterke affiniteit met Turkije.

Wat betreft *het verlangen naar het thuisland* wordt dit motief om anderstalig televisienieuws te bekijken veeleer aangegeven door Marokkaanse en Turkse jongeren die het Nederlands minder dan de moedertaal spreken, religieuzer zijn en een sterkere affiniteit vertonen met het thuisland.

On-line nieuws in de taal van het land van herkomst

Uit de resultaten over nieuwsgebruik in de moedertaal is er enkel een significant verschil op te merken bij de behoefte aan boeiende informatie. Het internet in de moedertaal wordt voor boeiende informatie door de Turkse

jongeren frequenter opgezocht dan door de Marokkaanse jongeren (tabel 4).

Het voldoen aan de *behoefte aan boeiende boodschappen* via on-line nieuwssites in de moedertaal komt iets vaker voor bij allochtone meisjes en zij die minder in het Nederlands functioneren (tabel 5).

Het *verlangen naar het thuisland* als reden om anderstalig nieuws on-line te bekijken wordt voornamelijk aangegeven door jongens en door jongeren met een sterke affiniteit met religie en met hun thuisland. Bovendien komt dit motief iets vaker naar voren bij Marokkaanse jongeren die nog niet zo lang in België verblijven en minder vaak Nederlands spreken.

Kranten in de taal van het land van herkomst

Marokkaanse jongeren raadplegen vaker kranten in de taal van het land van herkomst vanuit de behoefte aan gespreksstof. De behoefte aan surveillancce komt prominenter voor bij Turkse jongeren (tabel 4).

Het motief *gespreksstof* wordt vaker door religieuzere Marokkaanse jongeren opgegeven, evenals door jongere Turkse jongeren en zij die meer Turks spreken en een sterke band hebben met Turkije.

Voorts halen allochtone jongeren die nog niet zo lang in België verblijven het motief '*op de hoogte blijven*' vaker aan; dit is meer bepaald het geval voor Marokkaanse jongeren die vaker Marokkaans Arabisch spreken dan Nederlands en voor Turkse jongeren die religieuzer zijn en een sterke band hebben met Turkije.

Ten slotte worden anderstalige kranten vanuit het verlangen naar het thuisland voornamelijk gelezen door de jongens, door jongeren die meer gericht zijn op hun thuisland en door jongeren die een hogere opleiding genieten. Ook worden kranten in de moedertaal vaker gelezen door Marokkaanse jongeren die veel belang hechten aan religieuze principes en waarden en die al langer in België wonen of hier zijn geboren.

Conclusie en discussie

Uit Nederlands onderzoek (d'Haenens et al., 2000) kwamen allochtone jongeren reeds naar voren als kritische mediagebruikers die een brede kijk op nieuws hebben ontwikkeld, precies doordat ze in staat zijn de media uit het moederland met de Nederlandstalige media te vergelijken. Als in de Nederlandstalige media wordt bericht over het herkomstland, ontstaat behoefte aan een complementaire visie in de eigentalige media. De buitenlandse media vervullen in dit opzicht een niet onbelangrijke aanvullende functie, zeker voor de wat oudere allochtone jongeren met voldoende kennis van de moedertaal en een grote affiniteit met het vaderland. Het huidige Nederlandstalige media-aanbod weet ter echslechts ten dele aan die nieuwshonger tegemoet te komen. Daarbij komt nog dat allochtonen zich te weinig in het Nederlandstalige nieuwsaanbod herkennen – nog een reden waarom zij geen genoegen nemen met de Nederlandstalige media alleen.

Uit dit onderzoek is onder meer de mate gebleken waarin nieuws in staat is (of juist niet) om voor de bestudeerde groep jongeren te fungeren als een belangrijke bron van kennis en attitudes, een referentiepunt dat normen en waarden van een samenleving aanreikt. Een van de opvallendste resultaten uit dit onderzoek is ongetwijfeld de nog steeds prominente rol en de

meervoudige functie die het Nederlandstalige televisienieuws vervult in het mediamenue van allochtone jongeren, meer dan in dat van de Vlaamse jongeren. Het Nederlandstalige televisienieuws fungeert als gids om de wereld beter te begrijpen. De betrouwbaarheid ervan wordt eenstemmig door de allochtone jongeren, en met name door de Marokkaanse jongeren, als belangrijkste kijkmotief aangewezen, terwijl voor hun Vlaamse leeftijdgenoten het boeiende karakter van het nieuws het doorslaggevende kijkmotief is. Deze multifunctionaliteit van het Nederlandstalige televisienieuws staat in schril contrast met de specifieke functie die het televisienieuws in de taal van het land van herkomst vervult: niet de referentiële waarde is prominent, evenmin de behoefte om op de hoogte te zijn van wat er in de wereld gebeurt. Het gaat in dit verband voornamelijk om het boeiende karakter: het televisienieuws uit het thuisland moet een bron van vermaak zijn, vooral voor die allochtone jongeren die nog een sterke affiniteit vertonen met hun land van herkomst en vaker Turks of Marokkaans Arabisch spreken.

On-line nieuwssites in het Nederlands worden door allochtone en door Vlaamse jongeren vooral geconsulteerd omwille van hun boeiend karakter; de nieuwssites in de taal van het land van herkomst worden door allochtone jongeren daarentegen vooral geselecteerd omwille van hun betrouwbare karakter.

De krant geldt in de eerste plaats als een gids in de wereld voor de Vlaamse jongeren; voor de allochtone jongeren is dit niet het belangrijkste leesmotief als het om de Nederlandstalige krant gaat. Hier is het boeiende karakter van doorslaggevende aard. De krant in de taal van het land van herkomst moet betrouwbaar zijn en geldt ook als aanleiding voor gespreksstof bij de Marokkaanse jongeren, wellicht vooral bij de jongeren met oudere familieleden die de Arabische kranten wel kunnen lezen of bij de wat oudere Marokkaanse jongeren die zelf over voldoende kennis van het geschreven Arabisch beschikken. Kortom, noch de Nederlandstalige kranten noch de kranten uit het land van herkomst beantwoorden aan de gidsfunctie voor de allochtone jongeren die nochtans wel van doorslaggevend belang is voor de Vlaamse jongeren. Dit gegeven sluit aan bij het eerder in onderzoek vastgelegde gepercipieerde tekort aan herkenning van allochtone jongeren in de Nederlandstalige media (d'Haenens et al., 2000).

De verklarende kracht van de gehanteerde Uses & Gratifications-theorie is al bij al gering, zoals mag blijken uit onze regressieanalyses. In vervolgonderzoek zou de zogenoemde media *attendance*-theorie (LaRose & Eastin, 2004) een aanvullend theoretisch kader kunnen leveren met meer garanties op een verhoogde verklaarde variantie. Deze theorie – een afgeleide van de sociaal-cognitieve theorie (Bandura, 1986), bij communicatiewetenschappers beter bekend als de theorie van het sociaal leren – poneert gedragssturende motivaties (waaronder nieuwheid, statusverhogende werking, plezier en zelfregulering) als theoretische constructen ter herdefiniëring van gratificaties als resultaatgerichte verwachtingen. Omgaan met media of media *attendance* evenals de mate van gewoonte waarmee men een medium gebruikt kunnen hierbij belangrijke verklarende variabelen zijn. Immers, gratificaties waarnaar men op zoek gaat en die men verkrijgt of gratificaties die onbedoeld verkregen zijn leveren niet altijd even betrouwbare voorspellende informatie op wat betreft mediagedrag. Resultaatgerichte verwachtingen daarentegen hebben het voordeel dat ze die

ambigüiteit weten te doorbreken, doordat ze zich onderscheiden van motivaties uit het verleden.

Op basis van deze bevindingen en bedenkingen en vanuit het gegeven dat nieuws naast een welbepaalde presentatie van een nieuwsitem ook als een realiteit op zichzelf wordt ontvangen, is het belangrijk na te gaan hoe een nieuwsitem door de Marokkanen en Turken gepercipieerd wordt. In kwalitatief vervolgonderzoek zal ingegaan worden op de receptie van televisienieuws in het algemeen en meer bepaald op de betekenisverlening aan vier nieuwsonderwerpen (financieel-economisch, socio-politiek en juridisch nieuws, oorlog en terrorisme, en religieuze onderwerpen) in familiaal verband. Deze nieuwsinhouden werden gekozen omdat zij mogelijk aanleiding kunnen geven tot conflicterende wereldvisies wanneer Westerse/Vlaamse en Arabische, Marokkaanse en Turkse nieuwsmedia geraadpleegd worden.

De receptie van televisienieuws zal in kaart worden gebracht, omdat de toegang tot een divers aanbod aan feiten en ideeën via dit medium voor etnische minderheden een nog belangrijkere rol speelt dan voor de autochtone meerderheid bij het verwerven van inzicht in de samenleving waarin zij leven. Vergelijkingen tussen de standpunten in westerse/Vlaamse nieuwsmedia en in Arabische, Marokkaanse en Turkse nieuwsmedia en tussen de reacties en percepties van publieksgroepen op deze nieuwsitems zullen het mogelijk maken om te evalueren op welke wijze deze onderzoeksgroep betekenis verleent aan de mogelijk incongruente nieuwsagenda's die schuilen achter de getoonde gebeurtenissen. We vragen ons hierbij dan ook af in welke mate deze onderzoeksgroep het televisienieuws beschouwt als middel voor sociaal leren en welke nieuwskenmerken daar het meest toe bijdragen.

Noten

- 1 Onder allochtonen verstaan wij hier, in navolging op Harmsen en Van der Heijdt (1993), personen van wie ten minste een van de ouders van Turkse of Marokkaanse afkomst is of die zelf in een van deze twee landen geboren is.
- 2 Jongeren van wie zowel de vader als de moeder in Vlaanderen is geboren en getogen worden in deze studie als autochtone jongeren beschouwd.
- 3 In dit onderzoek werden niet enkel Turkse en Marokkaanse jongeren, maar ook allochtone jongeren van allerlei herkomsten (onder andere Italianen, Spanjaarden, Grieken en Bosniërs) bevraagd. Maar omdat deze studie zich vooral richt op de Turkse en Marokkaanse jongeren, worden andere allochtone jongeren hier buiten beschouwing gehouden.

Literatuur

- Bandura, A.** (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Beekhoven, S. & F. van Wel** (1998). Jongeren en nieuwsmedia. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 26 (1), 30-39.
- Beentjes, J. et al.** (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 Mediastudies, Rijksuniversiteit Leiden; NOS afdeling Kijk- en Luisteronderzoek.

- Bens, E. de & S. Paulussen (2003). De impact van het internet op de journalistiek. In D. Biltereyst & Y. Peeren (red.), *Nieuws, democratie en burgerschap. Onderzoek over de heden-daagse nieuwsmidia* (pp. 201-219). Gent: Academia Press.
- Bergh, J. van den (2002). *Youth survey 2002. Zeven op tien Belgische jongeren tuk op het internet*. Geraadpleegd via <http://www.insites.be/Freeff/press/Youth%20Online%202003%20-%20NL.pdf>
- Brants, K., L. Crone & A. Leurdijk (1998). *Media en migranten. Inventarisatie van onderzoek in Nederland*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
- Breedveld, K. et al. (2006). *De tijd als spiegel. Hoe Nederlanders hun tijd besteden*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Carpentier, N. (2004). The identity of the television audience: Towards the articulation of the television audience as a discursive field. In N. Carpentier, C. Pauwels & O. Van Oost (red.), *Het ongrijpbare publiek: Een communicatiewetenschappelijke exploratie van publieks-onderzoek* (pp. 95-122). Brussel: VUBPress.
- Clycq, N., C. Timmerman & M. Michielsens (2005). Allochtone nieuwszoekers: gebruik en evaluatie van televisienieuwsprogramma's en -zenders door jongvolwassen allochtonen. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 33 (2), 146-161.
- Costera Meijer, I., R. Adolfsson & M. van Vossen (2006). *De toekomst van het nieuws: hoe kunnen journalisten en programmamakers tegemoet komen aan de wensen en verlangens van tieners en twintigers op het gebied van pluriforme onafhankelijke informatievoorziening?* Amsterdam: Otto Cramwinkel.
- Gandy, O. (1998). *Communication and Race: A Structural Perspective*. Londen: Arnold.
- Garitaonandia, C., P. Juaristi & J.A. Oleaga (2001). Media genres and content preferences. In S. Livingstone & M. Bovill (red.), *Children and their changing media environment: A European comparative study* (pp. 141-157). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Geense, P. & T. Pels (2002). Allochtone jongeren op het internet. *Migrantenstudies*, 18 (1), 2-18.
- Geursen, E. & J. Plemp (2005). *Jongeren en informatie in Europees perspectief*. Amsterdam: CJP.
- Ghesquiere, R. (1993). *Leesbeesten en kijkcijfers. Onderzoek naar het leesgedrag van Vlaamse jongeren tussen 9 en 15 jaar*. Apeldoorn: Altoria-Averbode.
- Gillespie, M. (1995). *Television, ethnicity, and cultural change*. New York: Routledge.
- Haenens, L. d', J.W.J. Beentjes & S. Bink (2000). *Pluriforme informatie in een pluriforme samenleving. Knelpunten in de informatievoorziening van en voor etnische minderheden in Nederland, met bijzondere aandacht voor de persmedia*. Den Haag: Bedrijfsfonds voor de Pers (s9).
- Haenens, L. d', J. Koeman & F. Saeys (2007). Digital citizenship among ethnic minority youths in the Netherlands and Flanders. *New Media & Society*, 9, 278-299.
- Haenens, L. d' et al. (2004). Ownership and use of 'old' and 'new' media among ethnic minority youth in The Netherlands. The role of the ethno-cultural position. In K. Renckstorff et al. (red.), *Action Theory and Communication Research* (pp. 315-344). Berlijn: De Gruyter.
- Haenens, L. d' (2004). *Integratie of identiteit? Mediamenu's van Turkse en Marokkaanse jongeren*. Amsterdam: Boom.
- Hagen, I. (1994). Expectations and consumption patterns in TV news viewing. *Media, Culture & Society*, 16, 415-428.
- Hall, A., T. Anten & C. Cakim (1999). Perceived typicality: American television as seen by Mexicans, Turks, and Americans. *Critical Studies in Mass Communication*, 16 (4), 436-455.
- Harmsen, C.N. & J. van der Heijdt (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.
- Johnson, T.J. & B.K. Kaye** (1998). Cruising is believing?: Comparing Internet and traditional sources on media credibility measures. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 75 (2), 325-341.
- Johnson-Cartee, K.S.** (2005). *News Narrative and News Framing: Constructing Political Reality*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Katz, E., J.G. Blumler & M. Gurevitch** (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J.G. Blumler & E. Katz (red.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Klatter-Folmer, J.** (1997). Schoolsucces van Turkse kinderen in relatie tot hun sociaal-culturele oriëntatie. *Migrantenstudies*, 13 (1), 25-41.
- LaRose, R. & M. Eastin** (2004). A social cognitive theory of Internet uses and gratifications: Towards a new model of media attendance. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48 (3), 358-377.
- Lebo, H.** (2003). *The UCLA Internet report: Surveying the digital future: year three*. Geraadpleegd via <http://ccp.ucla.edu/pdf/UCLA-Internet-Report-Year-Three.pdf>.
- Lee, W. & D. Tse** (1994). Changing media consumption in a new home: Acculturation patterns among Hong Kong immigrants to Canada. *Journal of Advertising*, 23, 57-69.
- Lin, C.A.** (2001). Audience attributes, media supplementation, and likely online service adoption. *Mass Communication and Society*, 4 (1), 19-38.
- McQuail, D.** (2001). *Mass Communication Theory*. Londen: Sage
- Ministerie van OCW (2001). *Persbeleid: Brief van de staatssecretaris van OCenW*. Zoetermeer 10 december, Tweede Kamer 2001-2002, 28161, nr 1.
- Mortelmans, D. & N. de Reynt** (2003). *Communiceren met jongeren*. Onderzoeksresultaten. Antwerpen: Stedelijke Jeugddienst UA.
- Palmgreen, P. & J.D. Rayburn** (1985). An expectancy-value approach to media gratifications. In K.E. Rosengren, L.A. Wenner & P. Palmgreen (red.), *Media gratifications research: Current perspectives* (pp. 61-72). Beverly Hills: Sage Publications.
- Putnam, R.D.** (2000). *Bowling alone: the collapse and revival of the American community*. New York: Simon and Schuster.
- Raeymaeckers, K.** (2003). De kloof tussen jongeren en nieuws. In D. Biltereyst & Y. Peeren (red.), *Nieuws, democratie en burgerschap. Onderzoek over hedendaagse nieuwsmedia*. Gent: Academia Press.
- Raeymaeckers, K.** (2004). Newspaper editors in search of young readers: content and layout strategies to win new readers. *Journalism Studies*, 5 (2), 221-232.
- Renckstorf, K. & F. Wester** (2004). The media use as social action approach: Theory, methodology and research evidence so far. In K. Renckstorf et al. (red.), *Action theory and communication research* (pp. 51-84). Berlijn: De Gruyter.
- Roe, K.** (1998). Boys will be boys and girls will be girls: Changes in children's media use. *European Journal of Communication*, 23 (1), 5-25.
- Roe, K. et al.** (2001). *Het onderwijs in een concurrentiestrijd. Een studie naar de positie van formele leerkanalen in een informele kennismaatschappij*. Onuitgegeven onderzoeksrapport, K.U. Leuven: Departement Communicatiewetenschap.
- 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.
- Sikkema, P.** (2005). *Jongeren 2005. Het speelveld verandert. Hét kinder- en jongerenonderzoek van Nederland*. Amsterdam: Qrius.
- Stevens, F. & M. Elchardus** (2001). *De speelplaats als cultureel centrum*. Eindrapport

- voor het PBO-project 97/16/115. *Beeldvorming en leefwereld van jongeren*. Geraadpleegd via http://www.vub.ac.be/TOR/main/publicaties/downloads/t2002_40.doc
- Valkenburg, P.M. & S.C. Janssen (1999). What do children value in entertainment programs? A cross cultural investigation. *Journal of Communication*, 49 (2), 3-19.
- Veldkamp Market Research (1998). *Tijdsbesteding en mediagebruik allochtone jeugd – 1997*. Amsterdam: Veldkamp.
- Vincent, R.C. & M. Basil (1997). College students' news gratifications, media use, and current events knowledge. *Journal of Broadcasting and Electronic media*, 41, 380-392.
- Wijnberg, R. (2007). Boeiuh is ons toverwoord, chilluh onze hobby. *nrc.next*, 15 maart: 6-7.
- Witte, E. (2004). *Het nieuws op kamers: de invloed van de leefsituatie op het nieuwsmediagebruik van jongeren*. Ongepubliceerde doctoraalscriptie Communicatiewetenschap. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.

Abstract

Hasibe Gezduci and Leen d'Haenens

In search of information, entertainment or food for conversation? News orientations and preferences among Moroccan, Turkish and Flemish youths

The combination 'youngsters and news' immediately brings about a number of associations. Are young people still interested in news? Besides on- and offline news consumption of 1,049 youngsters between the ages of 12 and 18 of Moroccan, Turkish and Flemish backgrounds, this study investigated the motivations behind news use by means of the explanatory role of culture-specific and socio-demographic antecedents. Gratifications expected such as getting information 'to talk about', 'for surveil-

lance', 'for amusement' and for its perceived 'trustworthy' and 'intriguing' content from the consumption of on- or offline news were examined. An additional motive 'to fulfill the desire for the homeland' was assessed for the Moroccan and Turkish youngsters' home language news use.

The results showed that news plays a more prominent role in Moroccan and Turkish youngsters' life than in the life of the Flemish youngsters. One of the most striking conclusions was that trustworthiness of Dutch television news was depicted by the migrant youngsters, in particular the Moroccans, as the most important motive, whereas Flemish youngsters' most prevalent motive to consume Dutch television news was its intriguing content.

Keywords

motives, online and off-line news consumption, trustworthiness, ethnic minority youngsters, Flanders, Turkish and Moroccan