



1. Referentie

Referentie	Sinardet, D. & Mortelmans, D. (2006). Between Al-Jazeera and CNN. Indicators of media use by Belgian ethnic minority youth. <i>Communications</i> , 31, (4), 425-445.
Taal	Engels
ISBN - ISSN	0341-2059
Publicatievorm	Tijdschriftartikel

2. Abstract

Mediagebruik door etnische minderheden wordt meer en meer een politieke zaak die regelmatig opduikt in discours over multiculturalisme en integratie. In een geglobaliseerd medialandschap maakt de toename van etnische en globale etnische media het voor etnische minderheden paradoxaal genoeg mogelijk om een band te behouden met vormen van etnische identiteit. Erg interessant hierbij is mediagebruik door adolescenten die zich vaak op een kruispunt tussen verschillende culturen bevinden. Dit artikel wijkt af van de notie rond de mate waarin het mediagebruik van adolescenten uit etnische minderheden effectief verschilt van dat van Belgische adolescenten. In plaats daarvan ligt de focus op de rol die etniciteit speelt als een determinant van mediagebruik indien afgewogen aan andere, sociaal economische of onderwijsgerelateerde variabelen. Op basis van een grootschalige Belgische survey bij 12- tot 18-jarigen, toont dit artikel dat, naast andere resultaten, het belang van etnische achtergrond als een indicator voor mediagebruik bij adolescenten uit etnische minderheden, in perspectief moet geplaatst worden.

3. Trefwoorden

Thema('s)	media
Trefwoord(en)	Interculturaliteit, mediagebruik, gedrukte media, televisie

4. Onderzoeker

Opdrachtgever	Stedelijke Jeugddienst Antwerpen
Onderzoeker(s)	Dave Sinardet & Dimitri Mortelmans Faculteit politieke en sociale wetenschappen, departement communicatiewetenschappen Universiteit Antwerpen Sint-Jacobstraat 2 2000 Antwerpen Tel: 03/275.56.83 (departementsverantwoordelijke) Fax: 03/275.57.98 secretariaatpsw@ua.ac.be www.ua.ac.be/PSW

5. Onderzoeksvraag

Onderzoeksvraag	Hoe ziet het mediagebruik van jongeren met een Marokkaanse, Turkse of Oost-Europese achtergrond in België er uit? Gebruiken ze de media om een band te behouden met het land van herkomst van hun ouders
-----------------	---

	of consumeren ze enkel Westerse media? Verschilt hun mediagebruik van dat van hun Belgische peers qua frequentie en keuze?
Hypothesen	/

6. Methode

Onderzoeks- methode	Deze studie maakt gebruik van de data uit het Youth, Leisure Time and Communication onderzoek van 2003. Schriftelijke vragenlijsten met gesloten antwoordmogelijkheden. Mediagebruik werd gemeten aan de hand van leesintensiteit en type gelezen krant of tijdschrift. Voor televisiekijken werd gevraagd naar de favoriete zender van de jongeren. Analyseprocedure: logistische regressie.
Onderzochte groep	4550 leerlingen uit 49 secundaire Antwerpse scholen (12- tot 18-jarigen).
Bereik	Lokaal (Antwerpen)

7. Resultaten

Mediagebruik en etniciteit	Slechts 8 % van de jongeren die deel uitmaken van een etnische minderheid neemt dagelijks een krant in handen. Bij adolescenten met Turkse roots is dit wel significant meer. In het eindmodel – na toevoeging van enkele achtergrondvariabelen – blijkt etniciteit geen verklaringskracht te hebben wat het al dan niet lezen van een krant betreft. Wel belangrijk zijn SES-gerelateerde achtergrondkenmerken. Ook het type krant dat gelezen wordt, kent geen invloed van etniciteit. De factor met de grootste verklaringswaarde wat betreft het type gelezen krant, is het opleidingsniveau van de ouders. Tijdschriften worden door de bevroegde jongeren veel vaker gelezen dan kranten. Hierbij valt op dat toch nog 1 op 4 tot 1 op 3 jongeren met niet-Belgische roots nooit een tijdschrift leest, wat dubbel zoveel is als bij Belgische jongeren. Hierbij dient wel opgemerkt dat het aanbod van globale etnische bladen zeer klein is, met uitzondering van de Turkse tijdschriften. Paradoxaal genoeg blijkt in het eindmodel dat het juist de Marokkaanse en Oost-Europese jongeren zijn die meer tijdschriften lezen dan de Belgische respondenten. Verder lezen meisjes meer magazines dan jongens en hoger opgeleiden meer dan lager opgeleiden. Marokkaanse, Oost-Europese en lager opgeleide bevroegden hebben een voorkeur voor commercieel gerichte jeugdbladen. Is de openbare omroep al niet populair bij jongeren in het algemeen, dan is dat nog meer het geval bij de jongeren die behoren tot een etnische minderheid. Bij de Marokkaanse en Oost-Europese respondenten speelt dit in het voordeel van de commerciële (jeugd)zenders, terwijl ongeveer 1 op 5 Turkse bevroegden het globale Turkse netwerk TNT als favoriet aangaven. Bij de Marokkaanse respondenten gaf slechts 2 % de voorkeur aan een globale etnische zender en bij de Oost-Europese jongeren 0 %. Etniciteit houdt in de eindanalyse echter geen stand als verklarende factor voor kijkgedrag. Openbare zenders boeten in aan populariteit naarmate het opleidingsniveau stijgt en de respondenten in een hoger studiejaar zitten. De aantrekkingskracht van jongerenzenders ten opzichte van algemene zenders kent hetzelfde fenomeen. Hier speelt ook leeftijd een rol: hoe ouder, hoe minder interesse in jongerenzenders.
-------------------------------	---

8. Publicaties op basis van hetzelfde onderzoek

Sinardet, D. & Mortelmans, D. (2003), Britney meets Tarkan. Hoe allochtoon is allochtoon? Het mediagebruik van allochtone jongeren in Antwerpen, *Oikos*, 7, (25), 34 - 51.

Mortelmans D., van Assche V., Ottoy W. (2002). *Fijngehakt en voor u opgediend: tieners en vrije tijd*. Antwerpen: Stad Antwerpen.