



1. Referentie

Referentie	Gezduci, H. & d'Haenens, L. (2008). Op zoek naar informatie, ontspanning of gespreksstof? Nieuwsoriëntaties en -voorkeuren van Marokkaanse, Turkse en Vlaamse jongeren. Tijdschrift voor Communicatiewetenschap, 36 (3), 147 – 168.
Taal	Nederlands
ISBN - ISSN	
Publicatievorm	artikel

2. Abstract

In dit onderzoek staat naast de consumptie van on- en off-line nieuws vanuit de 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.

3. Trefwoorden

Thema('s)	Media
Trefwoord(en)	mediavorkeuren

4. Onderzoeker

Opdrachtgever	
Onderzoeker(s)	Gezduci Hasibe & Leen d'Haenens Prof. d'Haenens Radboud Universiteit Nijmegen Postbus 9104 6500 he Nijmegen l.dhaenens@maw.ru.nl

5. Onderzoeksvraag

Onderzoeksvraag	1. Wat zijn de motieven voor on- en offline nieuwsgebruik bij Turkse, Marokkaanse en Vlaamse jongeren? Zien we vooral verschillen of eerder gelijkaardige motieven of verwachtingen? 2. Kunnen sociaal-demografische en cultuurspecifieke kenmerken deze motivaties voor on- en offline nieuwsgebruik verklaren?
Hypothesen	

6. Methode

Onderzoeks-methode	surveyonderzoek
--------------------	-----------------

Onderzochte groep	1049 leerlingen van 12 tot 18 jaar uit het secundair onderwijs uit 4 Vlaamse provincies (Limburg, Antwerpen, Vlaams-Brabant en Oost-Vlaanderen). Er namen 186 Marokkaanse, 242 Turkse en 621 Vlaamse jongeren deel.
Bereik	Regionaal (Vlaanderen)

7. Resultaten

Beschrijving van de onderzoeksgroep	Van 1049 jongeren is 56% jongen en 44% meisje. De gemiddelde leeftijd is 14,5 jaar. De meerderheid volgt een beroepsopleiding, een kleinere groep volgt een algemene opleiding en nog een kleinere groep volgt een technische of administratieve opleiding. De SES van de Vlaamse jongeren ligt hoger dan de Marokkaanse en de Turkse. Tussen de laatste twee is er geen verschil. 75% van de bevraagde Marokkaanse jongeren is in België geboren ten opzichte van 94% van de Turkse jongeren. Er is een groter aandeel nieuwkomers onder de Marokkaanse jongeren (15%) dan onder de Turkse jongeren (2%). Marokkaanse jongeren blijken gemiddeld meer gebruik te maken van het Nederlands dan hun Turkse leeftijdsgenoten. En 7 op 10 bevraagde Turkse en Marokkaanse jongeren hechten veel belang aan religieuze principes en waarden. De Turkse (81%) en Marokkaanse (74%) jongeren voelen zich sterk verbonden met hun eigen gemeenschap en hun land van herkomst.
On- en offline nieuwconsumptie	Zowel allochtone als autochtone jongeren consumeren meer het nieuws via de televisie dan via het internet of de krant. De taal van herkomst wordt door Turkse jongeren voornamelijk via de televisie geconsumeerd, bij Marokkaanse jongeren gebeurt dit meer online.. Niettemin wordt nieuws in de taal van het land van herkomst ongeacht het mediumtype meer door Turkse jongeren vergaard dan door Marokkaanse jongeren.
Belangrijkste motieven voor on- en offline nieuwconsumptie	De behoefte om betrouwbare informatie te bekijken blijkt voor alle jongeren de belangrijkste reden te zijn om Nederlandstalig televisienieuws te bekijken. De behoefte aan boeiende boodschappen is voor allochtone jongeren de belangrijkste reden om nieuws uit een Nederlandstalige krant te halen. Vlaamse jongeren raadplegen de krant vooral om op de hoogte te blijven van hetgeen rondom hen gebeurt.
Televisienieuws in het Nederlands	Bij de allochtone groepen komen de behoefte aan gesprekstof, surveillance, betrouwbare informatie en vermaak prominenter voor dan bij Vlaamse jongeren. Deze laatste groep bekijkt het nieuws vanuit de behoefte aan boeiende informatie. Enkel de behoefte aan betrouwbare informatie verschilt tussen de Marokkaanse en de Turkse groep jongeren: Marokkaanse jongeren consumeren vaker dit soort nieuws vanuit deze behoefte. Het nieuws bekijken vanuit de behoefte aan gesprekstof wordt vooral door meisjes gedaan, ongeacht hun etnische afkomst. Dit is ook de redenen voor Marokkaanse en Turkse jongeren die voornamelijk Nederlands spreken en door Marokkaanse jongeren die sterk religieus zijn, maar een zwakke affiniteit met Marokko vertonen. Bij Vlaamse jongeren is gesprekstof een motiverende factor bij voornamelijk de jongste, de lager opgeleiden en de lagere sociaal-economische groepen. De behoefte om op de hoogte te zijn wordt vaker aangegeven door oudere Marokkaanse jongeren die al wat langer in België verblijven of er geboren zijn, gewoonlijk meer Marokkaans Arabisch spreken, maar niettemin een zwakke band met Marokko hebben. De jongere Vlaamse meisjes consumeren het nieuws ook vanuit deze behoefte. Marokkaanse en Turkse jongeren die vaker Nederlands spreken, Marokkaanse jongeren die in België geboren zijn of er langer verblijven, Turkse jongeren met een zwakke affiniteit met Turkije consumeren het televisienieuws voornamelijk vanuit de behoefte aan betrouwbare informatie. Bij de Vlaamse jongeren zijn het voornamelijk de jongste en de lager opgeleide. De behoefte aan boeiende boodschappen komt vaker voor bij de jongste Marokkanen en zij die in België geboren zijn of hier al langer verblijven. Bij de Vlaamse jongeren is dit een belangrijk motief voor de jongsten, de meisjes, de lager opgeleiden en diegene uit minder gegoede families. Marokkaanse jongeren die nog niet zo lang in België wonen en die vaker Nederlands spreken dan hun moedertaal en laag opgeleide Turkse jongeren met een zwakke band met Turkije consumeren het nieuws vaker voor de behoefte naar vermaak. Net zoals dit het motief is voor de jongste, de meisjes, de laag opgeleide en de jongeren uit minder gegoede

	milieus onder de Vlaamse jongeren.
Surfen op Nederlandstalige sites	Allochtone jongeren geven vaker dan autochtone jongeren aan Nederlandstalige sites te consulteren om op de hoogte te zijn van wat er rondom hen gebeurt. Wanneer de allochtone jongeren onderling met elkaar vergeleken worden, bekijken Turkse jongeren de sites vaker vanuit dit motief het nieuws. Eens gecontroleerd op socio-demografische en cultuurspecifieke kenmerken blijkt dat de wat oudere Turkse jongeren en religieuzere Marokkaanse jongeren vaker online om op de hoogte te blijven van wat rondom hen gebeurt. Bij Vlaamse jongeren komt deze behoefte vaker voor bij de wat oudere, en bij meisjes en jongeren uit meer gegoede families.
Consumptie van het nieuws via Nederlandstalige kranten	Vanuit het motief van surveillance wordt de krant vaker gelezen door Vlaamse jongeren dan door allochtone jongeren.
Televisienieuws in de taal van het land van oorsprong	De behoefte aan boeiende informatie en vermaak blijkt hier prominenter aanwezig te zijn bij de Turkse jongeren. De behoefte naar boeiende boodschappen wordt bij Marokkanen vooral gezocht door meisjes en door jongeren die nog niet zo lang in België wonen en vaker Marokkaans Arabisch spreken. Bij de Turkse jongeren is deze behoefte vooral terug te vinden bij jongeren uit minder gegoede milieus en bij jongeren die vaker Turks spreken en een sterke affiniteit met Turkije hebben. Allochtonen jongeren die minder vaak Nederlands spreken bekijken het nieuws vaker voor vermaak. Het Turkstalige nieuws wordt voor deze behoefte vooral bekeken door meisjes en jongeren met een sterke affiniteit met Turkije. Betreffende het verlangen naar het thuisland wordt dit motief ingevuld door Marokkaanse en Turkse jongeren die het Nederlands minder spreken, religieuzer zijn en een sterkere affiniteit tonen met hun thuisland.
Online nieuws in de taal van het land van herkomst	Het internet in de moedertaal wordt voor boeiende informatie door de Turkse jongeren frequenter opgezocht. De behoefte aan boeiende boodschappen komt iets vaker voor bij allochtone meisjes en zij die minder Nederlands spreken. Het verlangen naar het thuisland wordt ingevuld door jongens en door jongeren met een sterke affiniteit met religie en hun thuisland.
Kranten in de taal van herkomst	Marokkaanse jongeren raadplegen vaker deze kranten vanuit de behoefte aan gesprekstof. De behoefte aan surveillance komt prominenter voor bij Turkse jongeren. Religieuzere Marokkaanse jongeren, jongere Turkse jongeren en zij die meer Turks spreken en een sterkere band hebben met Turkije gebruiken kranten vaker voor gesprekstof.

8. Publicaties op basis van hetzelfde onderzoek