



1. Referentie

Referentie	Sinardet, D. & Mortelmans, D. (2003), Britney meets Tarkan. Hoe allochtoon is allochtoon? Het mediagebruik van allochtone jongeren in Antwerpen, <i>Oikos: politiek, milieu, cultuur</i> , 7, (25), 34 - 51.
Taal	Nederlands
ISSN	/
Publicatievorm	Tijdschriftartikel

2. Abstract

In de discussie rond de integratie van allochtonen komen ook steeds meer de media in beeld. Niet altijd even gefundeerde uitspraken worden gedaan over het mediagebruik van allochtonen, dat zich heel sterk op de media uit het land van oorsprong zou richten. Ondertussen blijft een specifiek mediabeleid naar allochtonen uit. Dit artikel wil een bescheiden bijdrage leveren aan de discussie op basis van onderzoek naar het mediagebruik van allochtonen in Antwerpen.

Allereerst wordt er dieper ingegaan op de rol van media, en vooral van televisie, op de culturele identiteitsconstructie van jongeren. Meermaals werd reeds aangetoond dat media een socialiserende functie vervullen. Vrij recente technologische evoluties maken het in toenemende mate mogelijk voor migranten om via de media vast te houden aan hun oorspronkelijke etnische identiteit en zo hun culturele tradities te (her)ontdekken of onderhouden. Zo heeft het proces van culturele globalisering een specifieke impact op de socialiserende functie van media.

Men kan een onderscheid maken tussen 'etnische media' vanuit de gemeenschap, meestal lokale zenders die zich specifiek tot een etnische minderheid richten, of etnische media vanuit het land van oorsprong, die dikwijls mondiaal verspreid worden. Vooral deze laatste zijn ook in België toegankelijk.

Vervolgens wordt gekeken hoe allochtone jongeren in Antwerpen omgaan met dit media-aanbod, achtereenvolgens wat kranten, tijdschriften, televisie en radio betreft. Hierbij wordt gekeken in welke mate de keuze uitgaat naar etnische media, maar verder ook hoe zij met het overige aanbod omgaan, wat de verschillen in mediagebruik zijn met Belgische jongeren en binnen de allochtonengroep zelf en in hoeverre de socio-economische achtergrond hier een rol speelt.

3. Trefwoorden

Thema('s)	Media
Trefwoord(en)	Mediagebruik, diversiteit, printmedia, audiovisuele media

4. Onderzoeker

Opdrachtgever	-
Onderzoeker(s)	Dave Sinardet & Dimitri Mortelmans Faculteit Sociale en Politieke Wetenschappen - Vakgroep sociologie Universiteit Antwerpen Campus Drie Eiken Universiteitsplein 1 2610 Wilrijk tel: 03/820.28.53 fax : 03/820.28.82

5. Onderzoeksvraag

Onderzoeksvraag	Hoe gebruiken adolescenten van Turkse, Marokkaanse en Oost-Europese origine de media? Is hun mediagebruik wezenlijk verschillend van dat van Belgische jongeren? Kunnen deze
-----------------	--

	verschillen verklaard worden door socio-economische achtergrond?
Hypothesen	-

6. Methode

Onderzoeks-methode	Kwantitatief onderzoek: schriftelijke, klassikale afname van survey
Onderzochte groep	4200 Antwerpse schoolgaande jongeren tussen 12 en 18 jaar oud, waarvan 777 allochtone jongeren (531 Marokkaanse jongeren, 135 Turkse jongeren en 111 jongeren uit voormalige Oostbloklanden)
Bereik	Lokaal (Antwerpen)

7. Resultaten

Kranten	De krant lezen is weinig populair. Slechts 14% leest dagelijks een krant. Bij allochtone jongeren is dit slechts 8%. Onder de allochtone jongeren lezen Turkse jongeren het meest dagelijks een krant, Oost-Europese jongeren het minst. Belangrijk voor het al dan niet lezen van een krant is de rol van de ouders: het koopgedrag van de ouders bepaalt de beschikbaarheid van de krant. Bovendien zijn de eigen onderwijsvorm van de jongere en het opleidingsniveau van de ouders veel belangrijker factoren voor het leesgedrag dan etniciteit. De verschillen tussen allochtonen en autochtonen komen sterker tot uiting in de soort krant dat ze lezen. Kranten zoals De Standaard en De Morgen zijn weinig populair onder allochtone jongeren. Allochtone jongeren hebben een grotere voorkeur voor populaire, op lokaal nieuws gerichte media. Allochtone jongeren verschillen ook onderling. Turkse jongeren (vooral jongens) zijn sterk gericht op Turkse gedrukte pers. Marokkaanse (en in mindere mate Oost-Europese) jongeren zijn sterk gericht op lokale kranten.
Tijdschriften	Tijdschriften lezen is wel populair bij jongeren. Hier zien we duidelijke verschillen tussen allochtone en autochtone jongeren. Een kwart tot een derde van de allochtone jongeren leest nooit een tijdschrift. Dat is dubbel zo hoog als onder autochtone jongeren. Er blijft een verband met etniciteit bestaan, ook na controle voor sociale achtergrond. Geslacht is echter de sterkste factor: jongens lezen maar magazines dan meisjes. Humo is veruit het populairste tijdschrift bij allochtone jongeren, terwijl bij allochtone jongeren (vooral meisjes) de Joepie het populairst is. De flair is het enige tijdschrift dat in gelijke mate allochtone en autochtone jongeren (meisjes dus) weet te bereiken. Oost-Europese jongeren vermelden ook vaak sportmagazines.
Televisie	Televisie is zowel onder allochtone als autochtone jongeren het meest populaire medium. Onder allochtone jongeren zijn vooral commerciële televisiezenders populair, vooral VT4 en Ka2. Allochtone jongeren kijken nog minder naar de publieke omroep dan autochtone jongeren. Ook hier zien we dat het vooral Turkse jongeren (en vooral jongens) zijn die naar een eigen, Turkse omroep kijken. De verklaring zoeken de auteurs in de aanwezigheid van TRT op de kabel. Wat lokale tv betreft, is ATV iets populairder onder allochtone dan autochtone jongeren, maar echt veel aantrekkingskracht heeft deze zender niet op jongeren. Meer nog, onder allochtone jongeren werd ATV vooral aangestipt als 'stomste' zender.
Radio	Eén op vijf Turkse jongeren prefereert een Turkse zender, tegenover slechts 1.5% van de Marokkaanse jongeren die een Arabische zender verkiest. Het meest populair bij zowel allochtone als autochtone jongeren zijn radio Donna en commerciële zenders. Opvallend is de lage populariteit van Studio Brussel bij allochtone jongeren. Lokale zenders zijn beduidend meer populair bij allochtone jongeren dan autochtone jongeren. De multiculturele, lokale radio 'Multipop' is vooral onder Marokkaanse jongeren populair. Verder zijn vooral lokale hitradio's populair.
Allochtonenzender?	Een allochtone zender zal pas succesvol zijn bij allochtone jongeren indien het aansluit bij zowel een Europese identiteit als een allochtone identiteit. Allochtonen zijn duidelijk niet één groep en bovendien bestaan er verschillen tussen generaties. Een allochtonenzender is bijgevolg niet noodzakelijk een succes. Er kan beter werk gemaakt worden van de zichtbaarheid van allochtonen in de bestaande Vlaamse media, vooral de openbare media. Naast een inclusieve programmering dient er ook meer aandacht voor specifieke programmering.

8. Publicaties op basis van hetzelfde onderzoek

Mortelmans, D., Van Assche, V. & Ottoy, W. (2002). *Fijngehakt en voor u opgediend: tieners en vrije tijd*. Onuitgegeven onderzoeksrapport, UA, Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen, Departement Sociologie & Jeugddienst Stad Antwerpen.

9. Samenvatting

Naar aanleiding van een recente discussie over de rol van mediagebruik in de integratie van allochtone jongeren in de Belgische samenleving, onderzoeken de auteurs het mediagebruik van allochtone jongeren in Antwerpen. De auteurs stellen dat er maar al te gemakkelijk uitgegaan wordt dat allochtonen van de tweede en derde generatie teruggrijpen naar etnische media. Ze onderzoeken hiervoor het mediagebruik (kranten, tijdschriften, televisie en radio) van 4200 allochtone jongeren die school lopen in Antwerpen. Hiervan zijn 777 jongeren van allochtone afkomst.

Uit hun analyse blijkt dat allochtonen onderling zelf sterk verschillen. Indien er al sprake is van een teruggrijpen naar etnische media, doet dit zich vooral voor onder jongeren van Turkse origine en alleen ten aanzien van die media die ruim beschikbaar zijn in België. Bij Marokkaanse en Oost-Europese jongeren is dit veel minder het geval. Het mediagebruik van allochtone en autochtone jongeren verschilt wel degelijk. Allochtone jongeren voelen zich vooral aangesproken door commerciële en laagdrempelige media, met een duidelijke klemtoon op lokaal nieuws en minder door alternatieve media. Dit werd vooral vastgesteld met betrekking tot tijdschriften, kranten en radio. Wat televisie betreft, werd niet vastgesteld dat allochtonen een grotere voorkeur uitdrukken voor ATV. Integendeel. Deze zender werd het vaakst aangestipt als de stomste zender.