



a+b

kenniscentrum

voor emancipatie en participatie

**Allochtone
jongeren
Mediagebruik
& mediawijsheid**



Verkenkende notitie



**Allochtone jongeren
Mediagebruik & mediawijsheid**

Colofon

© ACB Kenniscentrum, 2010

Auteur: Ewoud Butter en Seda Önce

Vormgeving: Mik Design te Haarlem

Gedeelten van deze uitgave mogen voor intern gebruik worden gekopieerd, mits daarbij de bron wordt vermeld.

Deze publicatie is tot stand gekomen met financiële ondersteuning van de Provincie Noord-Holland.

Inhoud

	Colofon	1
1	Inleiding	3
2	Mediagebruik van allochtone jongeren	5
2.1	Tv-bezit en kijkgedrag	5
2.2	Radio	7
2.3	Leesaanbod en leesgedrag	7
2.4	Internet	8
3	(Eigen) media en identiteitsvorming	11
4	Media, seks en religie: afnemend gezag van de traditionele opvoeders	14
5	Mediawijsheid, suggesties voor beleid	20
6	Bijlagen	23

Nieuwe media hebben de afgelopen decennia een steeds grotere plaats in ons leven ingenomen. Waren de meeste mensen een eeuw geleden nog afhankelijk van de dorpsomroeper of een lokaal krantje, aan het begin van de 21^e eeuw tel je als burger amper nog mee wanneer je niet op de digitale snelweg zit. De wereld is kleiner geworden, het aanbod van informatie veel groter, (virtuele) netwerken zijn breder en, als we daaraan behoefte hebben, kunnen we de hele wereld doorlopend laten weten waar we zijn, wat we zien en hoe we ons voelen.

Vooraf jongeren weten moeiteloos hun weg op het internet te vinden en lijken in hun mediagebruik geboren multitaskers; terwijl ze sms'en, bewerken ze tegelijkertijd hun profielen op sites als Partypeeps, Hyves, Facebook en Sugababes, twitteren ze, chatten ze op MSN en volgen ze hun favoriete bands op My Space of Last.fm. Ondertussen kijken ze met een half oog naar hun favoriete soap op tv en, oh ja, maken ze ook nog hun huiswerk. Wanneer vader dan binnenkomt en zegt: 'Kind, dat kan toch niet allemaal tegelijk', dan krijgt hij te horen: 'Pap, dat kun jij niet allemaal tegelijk.'

De media vervullen in het dagelijks leven van mensen, in het bijzonder jongeren, verschillende functies. Ze bieden nieuws en achtergrondinformatie, ze geven een podium voor debat en meningsvorming en ze bieden ontspanning. Daarnaast hebben media ook een sociale functie: ze vergemakkelijken de mogelijkheden voor sociaal contact en ze dragen bij aan de identiteits- en culturele vorming van mensen. Media dragen in belangrijke mate bij aan de beeldvorming van andere groepen en versterken niet alleen de sociale cohesie binnen groepen, maar kunnen ook bevorderlijk zijn voor processen van afzondering en uitsluiting.

Om door de bomen het bos te blijven zien, moet de mediaconsument informatiebronnen kunnen selecteren. Dat veronderstelt het vermogen om kritisch gebruik te kunnen maken van deze media. In dit kader is het begrip 'mediawijsheid' geïntroduceerd.

Mediawijsheid is het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld". (Bron: Raad voor Cultuur)

Niet alleen kinderen moeten leren mediawijs te worden, maar juist ook volwassenen. Sterker, in diverse gezinnen gaan kinderen gemakkelijker om met nieuwe media dan hun ouders. Maar, de vraag is of ze ook kritisch en strategisch met informatie om kunnen gaan.

Al op (zeer) jonge leeftijd kunnen kinderen immers ongewild geconfronteerd worden met geweld, porno, pedofilie, commerciële verleidingen, pesten, misbruik van persoonlijke informatie, schadelijke onjuiste informatie bijvoorbeeld over gezondheid (anorexia) racistisch of discriminerend materiaal, zwendel, stalking, etc. Het vraagt vaardigheden om met dergelijke informatie om te kunnen gaan.

Opvoeders thuis en op school zouden een inschatting moeten kunnen maken van de schadelijkheid en geschiktheid van diverse media voor hun kinderen. Ook kunnen ze hun kinderen leren media actief, verstandig en kritisch te gebruiken.

Dit veronderstelt echter een kennis die bij sommige leerkrachten en bij veel ouders niet aanwezig is. Zeker ouderen hebben vaker de neiging nieuwe media met argwaan te bekijken. Hierdoor wordt de begeleiding die ze moeten bieden bemoeilijkt.

Allochtone jongeren

Mediawijsheid is een relatief nieuw beleidsterrein. Tot nu toe richten de programma's die ontwikkeld worden op het terrein van mediawijsheid zich vooral op autochtone kinderen. De vraag is in hoeverre er behoefte bestaat aan programma's die specifiek gericht zijn op allochtone kinderen.

Hiervoor kunnen de volgende argumenten relevant zijn:

- allochtone jongeren maken ook gebruik van andere media
- de (culturele) context waarin allochtone jongeren gebruik maken van media is anders
- de positie van allochtone jongeren in de samenleving is anders (ze maken geen deel uit van een 'dominante cultuur' en zijn de afgelopen jaren continue, vaak op negatieve wijze, onderwerp van gesprek in de media)

In deze verkennende notitie gaat ACB Kenniscentrum in op de vraag in hoeverre er voor allochtone jongeren specifieke programma's ontwikkeld zouden moeten worden.

Daarbij kijken we naar:

- het mediagebruik van allochtone jongeren (hoofdstuk 2)
- de relatie tussen mediagebruik en identiteitsontwikkeling (hoofdstuk 3)
- Media, seks en religie: afnemend gezag van de traditionele opvoeders (hoofdstuk 4)

We sluiten af met een korte beschouwing over mogelijk specifieke aandacht in het huidige mediawijsheidsbeleid en formuleren hierbij enkele aanbevelingen (hoofdstuk 5).

Seda Once
Ewoud Butter

Amsterdam, april 2010

2 Mediagebruik van allochtone jongeren ¹

Is er specifiek mediawijsheidbeleid voor allochtone jongeren noodzakelijk? Het antwoord op die vraag is onder andere afhankelijk van de mate waarin er onder allochtone jongeren sprake is van ander mediagebruik dan onder autochtone jongeren. Het gaat hierbij niet alleen om het gebruik van de media zelf, maar ook om de omgeving waarin de media gebruikt worden.

Daarnaast is de vraag relevant wat het effect van de door allochtone jongeren gebruikte media is op hun identiteitsvorming en op het beeld dat ze van zichzelf en van hun omgeving vormen.

Hieronder beschouwen we achtereenvolgens het gebruik van allochtonen van tv, radio, kranten en tijdschriften en internet. Bijzondere aandacht wordt hierbij besteed aan het gebruik van 'eigen media'; dit kunnen media uit het land van herkomst zijn, maar ook uit Nederland afkomstige media, die gericht zijn op in Nederland woonachtige etnische groepen.

Zoals zal blijken zijn de gehanteerde cijfers helaas niet allemaal even recent. Gezien de snelle ontwikkelingen op het terrein van nieuwe media en mediagebruik, wordt er daarom al snel een gedateerd beeld gegeven. Zo is er bijvoorbeeld nog relatief weinig onderzoek gedaan naar het gebruik door allochtonen van nieuwe sociale media als twitter en sociale netwerksites als hyves en facebook.

2.1 Tv-bezit en kijkgedrag

Net als autochtone gezinnen beschikken bijna alle allochtone gezinnen over één of meerdere televisietoestellen. Ze hebben ongeveer net zo vaak een kabelaansluiting als autochtonen (91%) en daarnaast beschikt een groot deel van de (vooral eerste generatie) Turkse en Marokkaanse Nederlanders en een kleiner deel van de Chinezen over een schotelantenne (Publieke Omroep, 2004). Van de Turkse Nederlanders kijkt 88% wel eens thuis via de schotel naar de tv; dit geldt voor 65% van de Marokkaanse Nederlanders. (MCA Communicatie, 2008)

Turken en Marokkanen die ouder zijn dan 45 jaar kijken iets minder dan autochtonen naar de Nederlandse zenders, maar ze kijken wel vaker naar de publieke omroep dan autochtonen. Ook jonge Turkse en Marokkaanse Nederlanders verkiezen de publieke zenders, maar bij hen is het verschil met autochtone jongeren minder groot. Autochtone jongeren en in mindere mate Surinaamse en Antilliaanse jongeren hebben een sterkere voorkeur dan hun ouders voor de commerciële zenders. (Huysmans, de Haan, 2008).

¹ Bij het schrijven van dit hoofdstuk is veelvuldig gebruik gemaakt van een literatuuronderzoek dat door de stichting Voorbeeld in 2008 is gedaan naar het mediagebruik van allochtone jongeren. Verder is gebruik gemaakt van de uitgebreide database van miramedia.nl en aanvullend literatuuronderzoek van ACB Kenniscentrum

Allochtone jongeren vertonen ongeveer hetzelfde kijkgedrag als autochtone jongeren: ze kijken naar dezelfde zenders en programma's (d'Haenens et al., 2004).² Uit onderzoek van de Publieke Omroep onder allochtonen blijkt dat jongeren over het algemeen minder tv kijken dan ouderen, dat jongens minder kijken dan meisjes en dat lager opgeleiden vaker tv kijken dan hoger opgeleiden (Publieke Omroep, 2004).

Uitgezonderd Amsterdamse allochtonen wordt er weinig gekeken naar lokale zenders. (Huysmans, De Haan, 2008). Ruim 80% van de Marokkaanse Amsterdammers kijkt AT5; dat is net wat meer dan de autochtone Amsterdammers en de Turkse Amsterdammers (gemeente Amsterdam, O+S, 2005). De zender MTNL wordt in Amsterdam vooral door Marokkaanse Amsterdammers (22%) en - in mindere mate - door Turkse (14%) en Surinaamse (9%) Amsterdammers bekeken (gemeente Amsterdam, O+S, 2005).

Eigen zenders

Vrouwen, ouderen, laag opgeleiden en personen die moeite hebben met het Nederlands kijken vaker naar de zenders uit het land van herkomst (Huysmans, De Haan, 2008). Turkse Nederlanders kijken het meest van alle allochtone groepen naar 'eigen' zenders (41%), gevolgd door Marokkaanse Nederlanders (31%) en Chinese Nederlanders (26%). Jongeren kijken over het algemeen veel minder naar de eigentalige zenders kijken dan de ouderen.

Voor Turkse Nederlanders zijn er veel zenders beschikbaar in het Turks en over Turkije, terwijl Marokkanen vooral kunnen kiezen tussen Arabische zenders die, uitgezonderd de Marokkaanse staatszender RTM-I, weinig tot niets melden over of uit Marokko. Turken kijken vooral naar de staatszender TRT international en via de satelliet naar ATV, Kanal D en Show TV. Marokkanen kijken behalve naar RTM-I via de satelliet ook wel naar Al Jazeera, MBC, Abu Dhabi TV (MCA Communicatie, 2004) en Maroc I en II (MCA Communicatie, 2008). De Arabische zender MBC wordt gemist op de kabel. Via de digitale kabelontvanger wordt vooral gekeken naar Film1, SBS6, RTL4, Sport1 en Discovery. (MCA Communicatie 2008)

² De top-5 van best bekeken Nederlandse zenders door Turkse en Marokkaanse Nederlanders via de kabel in 2004 is: Turkse Nederlanders: RTL4 (46%), Nederland 1 (44%), RTL 5 (44%), SBS 6 (44%) en Nederland 2 (43%); Marokkaanse Nederlanders: RTL4 (67%), Nederland 1 (63%), Nederland 2 (59%), Nederland 3 (58%) en SBS6 (52%).

2.2 Radio

Allochtonen, vooral van Marokkaanse (37%) en Turkse (39%) afkomst, luisteren over het algemeen minder radio dan autochtonen (92%). De meeste allochtonen luisteren via de kabel naar voornamelijk commerciële zenders en gebruiken daarnaast vaker een wereldontvanger, een satelliet of het internet als radiobron.

Marokkaans-Nederlandse jongeren luisteren vaker naar de radio dan hun ouders, Turkse mannen luisteren vaker dan Turkse vrouwen en voor zowel Turken als Marokkanen geldt dat hoger opgeleiden vaker naar de radio luisteren dan lager opgeleiden. Allochtonen luisteren meer naar Nederlandse zenders dan naar zenders in hun eigen taal. Vooral de landelijke commerciële zenders zijn populair onder alle allochtone groepen.³

Eén populaire jongerenzender is FunX. Naar deze zender wordt veel in de Randstad geluisterd. Uit onderzoek van het Amsterdamse O+S (2005) blijkt dat 21% van de Turkse Amsterdamse jongeren en 23% van de Marokkaans-Amsterdamse jongeren naar Funx luistert.

2.3 Leesaanbod en leesgedrag

Autochtone stadsbewoners (57%), Surinamers (52%) en Antillianen (45%) lezen vaker dagelijks een krant dan Marokkanen (34%) en Turken (30%) (Huysmans, De Haan, 2008). Deze verschillen kunnen volgens Huysmans en De Haan grotendeels verklaard worden uit de samenstellingsverschillen tussen de vijf groepen in geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, alfabetisme en beheersing van de Nederlandse taal. Gratis kranten zijn populair, vooral onder jongeren (16-24 jaar) en niet-westerse allochtonen. Maar weinig allochtonen hebben een abonnement op een Nederlandse krant: Surinamers (17%), Antillianen (16%), Chinezen (10%), Turken (7%) en Marokkanen (7%) (Publieke Omroep, 2004).

Een deel van de allochtonen leest nooit een krant. In Amsterdam geldt dit vooral voor Marokkaanse (21%) en Turkse (17%) Amsterdammers (Gemeente Amsterdam, O+S, 2008).

Jongeren lezen wel vaak een krant. Uit onderzoek van D'Haenens, Van Summeren, Saeys en Koe-man (2004) blijkt dat vooral Marokkaanse (80%) en Turkse (76%) jongeren (12 tot 19 jaar) vaak de krant lezen. Iets meer autochtone jongeren lezen de krant (81%), maar daarvan is slechts 27% een 'zwarte lezer', terwijl van de Marokkaanse jongeren 37% een 'zwarte lezer' is en van de Turkse 21%. Daarbij komt dat Marokkaanse en Turkse jongeren met het stijgen der jaren vaker een Nederlandse krant openslaan.

³ De top-5 van de zendervoorkeuren per allochtone groep:
Turken: Sky Radio (37%), Yorin FM (32%), Radio 538 (24%), buitenlandse zender/eigen taal (20%) en Radio 1 (19%);
Marokkanen: radio 538 (37%), Yorin FM (36%), Sky Radio (31%), Radio 1 (19%) en Radio 10 FM (11%).
Surinamers: Yorin FM (33%), Sky Radio (32%), buitenlandse zender/eigen taal (31%), Radio 538 (22%) en Radio 1 (11%).
Antillianen: Sky Radio (35%), Yorin FM (32%), Radio 538 (20%), buitenlandse zender/eigen taal (10%) en Radio 1 (10%).
Chinezen: 747 AM (32%), Sky Radio (32%), Yorin FM (21%), Radio 538 (20%) en Radio 1 (7%)/ Noordzee Nationaal (7%).

Ook uit SCP/CBS onderzoek blijkt dat vooral de tweede generatie Marokkanen net zo vaak een krant leest als autochtone jongeren. (Huysmans, De Haan, 2008). Uit het onderzoek van d'Haenens et al. (2004) blijkt dat 80% van de Turkse en 93% van de Marokkaanse jongeren in de leeftijd van 12 tot 19 jaar wel eens een Nederlands tijdschrift leest. Vooral damesbladen, roddelbladen en glamour- en sportbladen zijn populair.⁴ Meiden lezen Fancy, Yes en Tina, jongens lezen vooral sportbladen (VI) en auto en motorbladen. Zowel jongens als meiden lezen muziekbladen als Hitkrant, Break Out en Oor.

Turkse Nederlanders lezen het vaakst een krant uit het land van herkomst. Van de Turkse Nederlanders leest 20% minstens eenmaal per week zowel een Turkse als een Nederlands dagblad, 8% alleen een Turkse krant en 39% alleen een Nederlandse krant. Van de Antilliaanse Nederlanders leest 3% alleen een Antilliaanse krant en 16% zowel een Nederlandse als Antilliaanse krant. Het aandeel Surinaamse (3%) en Marokkaanse Nederlanders (1%) dat alleen een krant uit het land van herkomst leest is verwaarloosbaar. (SCP/CBS, LAS '04/'05)

Tijdschriften

Voorals Turken (52%) en Chinezen (47%) lezen bladen in hun eigen taal, terwijl Marokkanen (12%) en Surinamers (7%) dit amper doen. Voor alle groepen geldt dat ouderen meer leestijd besteden aan bladen in hun eigen taal dan jongeren.⁵

2.4. Internet

Internettoegang

Volgens het CBS beschikte in 2007 83% van de Nederlandse huishoudens over een pc met internetaansluiting. In autochtone gezinnen gaat het om 91%, bij Surinaamse en Antilliaanse jongeren lag dat percentage rond de 80% en bij Marokkaanse en Turkse jongeren ongeveer rond de 70%.⁶

Op grond van cijfers uit 2004 concluderen Huysmans en De Haan dat Turkse en Marokkaanse jongeren significant minder gebruik maken van het internet dan autochtonen (Huysmans, De Haan, 2008). Inmiddels zou dit veranderd kunnen zijn. Zo blijkt uit Foquz media, onderzoek van Foquz Etnomarketing (2008) dat juist Marokkaanse Nederlanders van de vier grootste groepen niet-westerse allochtonen per week het langst gebruik maken van internet (11 uur en 8 minuten). Turkse Nederlanders hebben van deze groepen het vaakst beschikking over internet (73%) en Surinaamse Nederlanders (68%) het minst. Deze laatste groep maakt ook het minst lang (9 uur en 56 minuten per week) gebruik van internet.

4 Turken: damesbladen (31%), sportbladen (24%), roddelbladen (22%), glamourbladen/ autobladen (19%) en gezinsbladen (11%).
Marokkanen: damesbladen (42%), roddelbladen (32%), sportbladen (29%), autobladen (22%) en glamourbladen/ opiniebladen (18%).
Surinamers: damesbladen (43%), roddelbladen (41%), gezinsbladen (28%), glamourbladen (26%) en autobladen (18%).
Antillianen: roddelbladen (30%), damesbladen (26%), gezinsbladen (23%), sportbladen/ andere bladen (21%) en glamourbladen (19%).

5 Chinezen: damesbladen (28%), roddelbladen (26%), glamourbladen (23%), opiniebladen (17%) en autobladen (16%).
Haffa Sonu en Turkstar zijn de meest gelezen Turkse bladen. Uit een recenter onderzoek van MCA Communicatie (2005) blijkt dat vooral het blad Ekin populair is. Marokkanen lezen vooral het jongerenmagazine Mzine. Ook het blad Sen heeft een opvallend groot bereik. Het is gericht op mediterrane vrouwen (MCA Communicatie, 2005). (Sen wordt niet meer uitgegeven.) Omdat er geregeld nieuwe bladen verschijnen, zijn deze cijfers niet veel meer dan momentopnames.

6 Van den Broek & De Haan (2006)

Een computer met internetverbinding in huis hebben, betekent nog niet automatisch dat alle gezinsleden er ook gebruik van maken. In het algemeen maken vooral ouderen (waaronder ook eerste generatie allochtonen), laag opgeleiden en personen met een lage taalbeheersing minder gebruik van de computer. Tussen de jongere generaties allochtonen en autochtonen jongeren bestaan steeds minder verschillen.⁷

Internettoegang buitenshuis

Jongeren hebben steeds vaker een computer op de eigen kamer. Voor jongens geldt dat voor ongeveer 70% en voor meisjes voor 62%.⁸ In allochtone gezinnen staat de computer in veel gevallen nog in de huiskamer. Allochtone jongeren die thuis geen toegang hebben tot het internet, of die willen internetten zonder toezicht van ouders, broers of zussen, blijken dit vaak elders te doen; zij kunnen terecht in de bibliotheek, op school, in een internetcafé of bij vrienden. (Geense & Pels, 2002; d'Haenens, et al. 2004; Van den Broek & De Haan, 2006).

Internetgebruik

De laatste jaren is er sprake van een daling van de televisiekijktijd ten gunste van het internet. Vooral bij jongeren is het internet populairder dan de tv.⁹ Ze zijn dagelijks 2,5 uur actief op internet en kijken 1,7 uur aandachtig tv. De tv staat wel 2,7 uur per dag aan, maar functioneert hiervan 1 uur als 'levend behang', zonder dat er naar gekeken wordt. (Boogert, 2006).

Het internet wordt door jongeren vooral gebruikt om informatie te zoeken, te mailen, te chatten en zomaar te surfen (SCP 2006).

Internet wordt veel gebruikt om toegang te krijgen tot andere media als krant en tv. Zo kijken Turks-Nederlandse jongeren (87%) en Marokkaans-Nederlandse jongeren (55%) vaak via het internet naar de tv.

Gericht op 'eigen' culturele of religieuze groep, land van herkomst van ouders of media in 'eigen' taal

Uit onderzoek van d'Haenens blijkt dat er meer naar zenders uit het land van herkomst gekeken wanneer er een sterke oriëntatie is op het land van herkomst en/of het Turks/Arabisch goed beheerst wordt. Jongeren met een lagere opleiding en betere beheersing van het Nederlands, zijn de zwaarste kijkers van de Nederlandse zenders.

Allochtone jongeren bezoeken dezelfde sites als autochtone jongeren. Daarnaast bezoeken ze ook sites die gericht zijn op dezelfde etnische of religieuze groep als waar zij zelf toe behoren.

Surinaamse jongeren luisteren via het internet bijvoorbeeld vooral naar eigen radiozenders, terwijl Marokkaanse jongeren dat zelden doen. 'Eigen' Kranten worden op het internet vooral door Turkse en Antilliaanse jongeren gelezen (Van den Broek & De Haan, 2006).

Voor Turkse Nederlanders geldt dat ze het vaakst mailen of chatten in de eigen taal (Huysmans, De Haan, 2008).

7 Idem

8 RutgerNissogroep (2009)

9 Uit landelijk onderzoek blijkt dat Nederlanders gemiddeld 18 à 19 uur per week achter een beeldscherm zitten om tv te kijken of te computeren. Dit getal is al dertig jaar redelijk constant. De opkomst van het internet blijkt vooralsnog niet te leiden tot een spectaculaire toename van het aantal beeldschermuren. De uren die aan het internetten worden besteed, gaan vooral ten koste van de tv.

Onderzoeksbureau Motivaction concludeerde dat vooral Marokkaanse en Surinaamse Nederlanders op 'eigen' sites zijn te vinden en dat dergelijke sites onder Turkse en Antilliaanse Nederlanders minder populair zijn. Marokko.nl (Marokkanen), Waterkant.nl (Surinamers), Lokum.nl (Turken en Amigoe.com (Antillianen) waren in 2007 volgens Motivaction de populairste fora. Motivaction concludeert dat een kwart van de Surinaamse Nederlanders minimaal één keer per week op Waterkant.nl te vinden is en dat circa 30% van de Marokkaanse Nederlanders tenminste één keer per week Marokko.nl bezoekt (Motivaction, 2007). Dit laatste percentage lijkt overigens onwaarschijnlijk hoog, zeker gezien het hoge percentage analfabeten onder de eerste generatie Marokkaanse Nederlanders en de eveneens grote populariteit van andere Marokkaanse websites als bijvoorbeeld maroc.nl en maghreb.nl.

Actuele gebeurtenissen worden veelvuldig besproken op deze chatboxen en fora. Een opvallend verschil tussen de discussies die gevoerd worden op Marokkaanse en Turkse websites, zijn de onderwerpen die als 'topic' geplaatst worden ; waar Marokkaanse jongeren op webfora van bijvoorbeeld maroc.nl, marokko.nl en yasmina.nl vooral discussiëren over gebeurtenissen en actualiteiten in Nederland, wordt op populaire Turkse discussiefora als hababam.nl, turksforum.nl en lokum.nl het Turkse nieuws bijna net zo vaak besproken als het Nederlandse nieuws.

Artikelen afkomstig van Turkse kranten worden veelvuldig op verschillende fora geplaatst en parallel aan de actualiteit in Turkije vormen zich op deze fora allerlei onderwerpen en discussies; de Koerdische kwestie, het hoofddoekenverbod, maar ook het Turks voetbal en Turkse soaps zijn discussieonderwerpen, waarbij jongeren zich, net als hun leeftijdgenoten in Turkije, profileren als 'laicistisch', alevitisch', hoofddoekdraagster –of juist niet-. Zo lijken Turkse jongeren, meer dan hun Marokkaanse leeftijdgenoten, zich bezig te houden met zaken die in het thuisland spelen.

3 (Eigen) media en identiteitsvorming

Een identiteit hebben we allemaal, maar we kunnen hem meestal moeilijk beschrijven. Onze identiteit blijkt in de meeste gevallen bovendien hybride: hij bestaat uit meerdere subidentiteiten die afhankelijk van plaats, tijd en situatie kunnen variëren. Bijvoorbeeld: een in een Brabants dorp geboren student kan zich in Amsterdam een Brabander voelen, maar kan zich tegelijkertijd in Brabant steeds meer een Amsterdammer gaan voelen. Op beide plekken blijft hij tegelijkertijd wel student, PSV-supporter, homo en katholiek.

We kiezen zelf waarmee we ons willen identificeren: met een land, een politieke voorkeur, een etnische groep, een voetbalclub, een religie, een dorp, een wijk, een seksuele voorkeur, een muziekstroming etc.¹⁰

Voor de meeste mensen is er vooral sprake van een zoektocht naar een identiteit tijdens de 'kritieke fase in de transitie naar volwassenheid'¹¹. Jongeren gaan in de puberteit nadenken over existentiële vragen als 'wie ben ik?', 'wat wil ik in het leven?', 'waar sta ik in deze samenleving' en 'bestaat er een God?'

Als de basis van de 'sense of self' (hoe we onszelf zien en hoe anderen ons zien) sterk is, vormt zich in deze periode een solide persoonlijkheid die gemakkelijk kan omgaan met een hybride identiteit, die afhankelijk van plaats en tijd een andere invulling kan krijgen. Radicaliserende jongeren blijken hier moeite mee te hebben. Zij zijn niet meer in staat verschillende identiteiten te gebruiken in verschillende situaties. Zij ontwikkelen een rigide identiteit.¹²

Over de identiteitsontwikkeling van allochtone jongeren wordt vaak beweerd dat deze beduidend complexer verloopt dan die van autochtone leeftijdgenoten. Zij moeten zien te dealen met enerzijds een westerse samenleving waar individualisme heerst en die van het thuis, waar het collectivisme de boventoon voert (d'haenens et al., 2004). Thuis wordt een onvoorwaardelijke gehoorzaamheid aan de ouders verwacht waarin weinig ruimte is voor eigen inbreng, buiten het gezin wordt juist van ze verwacht dat ze mondig en assertief zijn.

Amy-Jane Gielen, die onderzoek deed naar radicalisering en identiteit, zegt hierover het volgende: "De laatste jaren zie ik vooral meisjes worstelen met hun identiteit en zo ook vatbaarder worden voor radicalisering. Wanneer je hen vraagt, wie ben je, wat doe je graag, waar ben je goed in, wat wil je later worden? kunnen ze daar geen antwoord op geven, deze vragen worden hun thuis ook niet gesteld. Ze worden niet gestimuleerd om een eigen identiteit te ontwikkelen en groeien op met de gedachte dat eer en de goede naam van de familie boven alles gaat". (gevonden in Nelis en Van Sark, 2009, p.195)

10 Het is een manier om onze verbondenheid te tonen of juist om ons van de omgeving te onderscheiden. Hoe sterker we ons met een groep identificeren, hoe meer die groep een onderdeel wordt van ons zelfbeeld en hoe vager het onderscheid tussen de groep en het individu wordt.

11 Gielen (2008).

12 Zo verklaarde ook Amy Jane Gielen tijdens een door ACB Kenniscentrum en Primo Noord-Holland georganiseerde expertmeeting op 23 juni 2009 in Purmerend.

Een identiteit wordt niet alleen bepaald door onze eigen keuzes, maar ontstaat ook in interactie met anderen in de directe omgeving (ouders, vrienden, school) en door het beeld dat anderen hebben van de groep waartoe ze je rekenen.

Media spelen hierbij een belangrijke rol. Media dragen niet alleen bij aan het beeld dat we van anderen hebben, maar ook aan het beeld dat we van onszelf hebben of het ideaalbeeld waaraan we zouden willen voldoen.

Vooraf het internet biedt mogelijkheden niet alleen media te consumeren, maar ook te produceren in de vorm van bijvoorbeeld profielen op sociale netwerksites of het maken van eigen sites, blogs en mini-blogs (twitter) of het uploaden van foto's en filmpjes. Het internet geeft daarbij de mogelijkheid een andere identiteit aan te nemen.

Gebruik van eigen media

Uit het vorige hoofdstuk bleek dat allochtone jongeren naast Nederlandse media ook in meer of mindere mate gebruik maken van 'eigen media'; dit kunnen media uit het land van herkomst zijn of het zijn uit Nederland afkomstige media, die gericht zijn op in Nederland woonachtige etnische groepen, soms ook in de eigen taal.

Onvrede over aanbod reguliere media

De belangstelling voor 'eigen media' kan op positieve wijze geduid worden als gevolg van interesse voor de eigen culturele en religieuze herkomst. Maar het heeft ook een negatieve oorzaak: allochtone jongeren herkennen zich vaak onvoldoende in het aanbod van de reguliere Nederlandse media. Dat blijkt onder andere uit onderzoeken van bijvoorbeeld d'Haenens, Beentjes en Bink (2000a). Danielle van Wallinga, concludeert in haar masterthese *De vele kleuren van het nieuws* dat allochtone jongeren nieuwsmedia wantrouwen, zeker wanneer ze negatief nieuws brengen over etnische minderheden. Dit in tegenstelling tot autochtone jongeren die negatief nieuws over etnische minderheden juist geloofwaardiger vinden. Volgens Van Wallinga zijn autochtonen zo gewend geraakt aan negatief nieuws over allochtonen, dat ze wantrouwig worden wanneer de invalshoek eens een keer positief is. Dat effect werd nog eens versterkt als positief nieuws door een allochtoon werd gepresenteerd, terwijl allochtonen dit juist wel geloofwaardig vonden.

Wapens, munitie en drugs ontdekt in Eindhoven (geen geschreeuw over "terrorisme" dus waarschijnlijk autochtone misdadigers) bron: http://forums.hababam.nl/showthread.php?t=90981

Uit onderzoek van het Kijkerspanel (Sterk en Liu 2004) blijkt dat de berichtgeving over allochtonen overwegend negatief was, dat er voornamelijk aandacht werd besteed aan Marokkaanse Nederlanders en aan items als criminaliteit, onveiligheid, religieus fundamentalisme en achterstand. Allochtone mannen ergeren zich eerder aan de link die in de media wordt gelegd tussen allochtonen en criminaliteit, terwijl allochtone vrouwen zich eerder ergeren aan de aandacht in de media voor de positie van de vrouw. Een vaak gehoorde klacht is verder dat er maar weinig deskundigen uit de groepen zelf aan het woord komen en dat er bij veel media weinig achtergrondkennis over de groepen bestaat waardoor het ook moeilijker voor hen is te signaleren wat nieuwswaarde heeft.

Oriëntatie op de Nederlandse samenleving?

De keuze voor media in Nederland en/of land van herkomst is onder andere afhankelijk van de taalbeheersing en het media-aanbod. In vergelijking met andere groepen maken Turkse Nederlanders het meeste gebruik van media in eigen taal. Dit komt omdat ze de taal beter beheersen en het aanbod groter is. Voor Marokkaanse Nederlanders geldt dat het aanbod vaak in het Arabisch is, terwijl de meeste Nederlandse Marokkanen Berbertalen (Tarifit en het Tashelhit) spreken.

Lenie d'Haenens noemt allochtone jongeren kritische mediagebruikers, omdat zij gebruik maken van een zogenaamd 'tweesporig mediamenu': naast de Nederlandse media, gebruiken ze ook de media uit het herkomstland gebruiken. Dit doen ze omdat ze ontevreden zijn over het aanbod van de Nederlandse media en omdat ze op de hoogte willen blijven van wat er in hun 'thuisland' (bijvoorbeeld Turkije en Marokko) speelt. Hierdoor kunnen zij volgens d'Haenens het (wereld)nieuws vanuit twee verschillende perspectieven bekijken. (d'Haenens et al., 2004). Ook Peter de Groot, projectmanager bij Mira Media, een landelijk kenniscentrum op het gebied van media in de multiculturele samenleving, noemt de tweesporige mediaconsumptie van allochtone jongeren 'een verrijking' omdat jongeren het nieuws via verschillende kanalen met verschillende invalshoeken met elkaar kunnen vergelijken.

Uit het onderzoek van d'Haenens e.a. blijkt het niet zo te zijn dat allochtone jongeren die veel de media uit het eigen land volgen, niet geïnteresseerd zouden zijn in wat er in Nederland gebeurt. Allochtone jongeren blijken juist beter te weten wat er in Nederland gebeurt dan in hun herkomstland. Marokkaanse en Turkse jongeren besteden ook meer tijd aan het bijhouden van het Nederlandse nieuws dan autochtone jongeren (72% autochtoon, 80% Turks en 88% Marokkaans). (d'Haenens et al., 2004).

Ouders, familie en school zijn voor jongeren de traditionele opvoeders. Zij geven de jongeren waarden en normen mee, ze voeden de jongeren op door hen te belonen en te straffen en leren hen wat goed en wat kwaad is. Ze bieden de jongeren weerwoord, maar stimuleren hen vaak ook een eigen mening te ontwikkelen.

Met de komst van nieuwe media is er voor jongeren een grote stroom informatie op gang gekomen, waarop de ouders en docenten steeds minder vat en vaak ook minder zicht hebben. Sterker, in veel gevallen hebben de kinderen meer kennis dan hun ouders en ontpoppen de kinderen zich tot de docenten die hun ouders of leerkrachten leren wat de mogelijkheden zijn van hardware of software.

Allochtone ouders

Voor traditionele opvoeders als ouders en docenten blijkt het soms moeilijk om kinderen te begeleiden bij hun mediagebruik. Dat is deels te wijten aan hun gebrekkige kennis en vaardigheden onder ouders en docenten van bijvoorbeeld computer en internet. Daarnaast zijn dankzij de nieuwe media vormen van peer-to-peer education belangrijker geworden: kinderen leren als het om mediagebruik gaat veel van andere kinderen.

Allochtone ouders hebben hierbij over het algemeen nog minder kennis dan autochtone ouders. Zij maken minder gebruik van internet, hebben vaak een gebrekkige kennis van het Nederlands en Engels en kunnen hun kinderen niet of minder begeleiden bij de selectie en interpretatie van mediabronnen.

Allochtone ouders beoordelen net als autochtone ouders mediabeelden vooral op de mate waarin ze aansluiten bij hun eigen waarden. Hun mediaopvoeding beperkt zich vaak vooral tot het verbieden en veroordelen van bepaalde media, vaak gestuurd vanuit een angst voor het onbekende en nieuwe. Het is voor een deel van de allochtone jongeren aanleiding om relatief vaak buitenshuis (bibliotheek, school, bij vrienden of in een internetcafé) te internetten.

Verder is het relevant te melden dat de invloed van allochtone ouders op het Nederlandse mediaaanbod over het algemeen kleiner is dan dat van autochtone ouders. Allochtonen zijn niet of slecht vertegenwoordigd in mediaredacties, ze zijn meestal geen lid van een omroepvereniging en laten weinig van zich horen als kritische consument. Met hun wensen, voorkeuren of bezwaren wordt hierdoor minder rekening gehouden.

School

Scholen mogen zelf bepalen of en hoe ze aandacht besteden aan mediawijsheid. Mediawijsheid wordt bijvoorbeeld niet als verplicht vak ingevoerd. Wel heeft het kabinet een aantal kerndoelen opgesteld. Leerlingen in het primair en voortgezet onderwijs moeten in staat zijn om:

- zelfstandig informatie op te zoeken;
- informatie en meningen te ordenen, te vergelijken en te beoordelen;
- digitale bronnen als kennisbronnen te gebruiken.

Scholen bepalen zelf hoe ze kerndoelen in concrete onderwijsprogramma's vertalen.¹³

46% Van de scholen heeft geen mediawijsheidsbeleid ontwikkeld, eenderde geeft aan dat er enigszins sprake is van mediawijsheidsbeleid op school. Daarbij is een aantal scholen van mening dat de primaire verantwoordelijkheid wat betreft de mediageletterdheid primair bij de ouders hoort te liggen. Verder voelen scholen zich sterk belast doordat in hun beleving te veel maatschappelijke problemen op hun bordje worden geschoven.

Stichting Nederland Kennisnet deed in 2008 een onderzoek naar de verdeling van mediawijsheidsinitiatieven en concludeerde naar aanleiding daarvan dat “de overgrote meerderheid van de initiatieven zich richt op mensen die direct of indirect in het onderwijs zitten.” Ook het Mediawijsheid Expertisecentrum komt in de notitie “Analyse Hiaten Mediawijsheid” tot dezelfde conclusie; 49% van de ruim 230 initiatieven richten zich op leerkrachten en docenten. Een initiatief specifiek gericht op allochtone scholieren is niet bekend.

Islamitisch onderwijs

Yusuf Altuntas, directeur van de Islamitische Schoolbesturen Organisatie (ISBO), zegt in een interview ten behoeve van deze notitie dat er een grote behoefte bestaat aan geschikt onderwijsmateriaal om de mediageletterdheid te bevorderen onder leerlingen van Islamitische basisscholen. In het Islamitische basisonderwijs wordt er nagenoeg geen aandacht geschonken aan mediawijsheid; de bestaande ict-leslessen zijn vooral bedoeld om de mediavaardigheden bij leerlingen te vergroten.

Omdat de Islamitische scholen vaak negatief in het nieuws verschijnen, is er in het voortgezet onderwijs, in het kader van burgerschapvorming, gekozen voor een mediatraining. Tijdens deze lessen leren kinderen te debatteren en om zich te handhaven als er bijvoorbeeld plotseling een camera voor hun neus staat. Specifieke aandacht aan het stimuleren van verantwoord gebruik en veiligheid van media, is er echter niet.

Seks en religie

Hieronder twee vormen van identiteitsontwikkeling onder allochtone jongeren waarbij de media een belangrijke rol spelen: seksualiteit en radicalisering.

¹³ website ministerie OCW

Seksualiteit

Een onderwerp waarbij in allochtone gezinnen de kloof tussen de cultuur thuis en die van de westerse samenleving duidelijk naar voren kan komen, is seksualiteit.

In de media worden jongeren geconfronteerd met seksueel getinte beelden en taal. Het gaat dan niet alleen om pornografische uitingen, maar ook om uitingen waarin seksualiteit of seksuele geaardheid expliciet aan de orde komen. Ook worden jongeren via de media geconfronteerd met opvattingen over man-vrouw verhoudingen, met transseksualiteit of met ideeën over het perfecte lichaam.

Het taboe in allochtone gezinnen om openlijk over seksualiteit te spreken, staat lijnrecht tegenover de “openhartigheid” in de media waarmee hun kinderen in aanraking komen. De mediabeelden die kinderen moeten verwerken, sluiten nauwelijks aan bij de waarden die zij van hun ouders of cultuur meekrijgen.

Een in het kader van deze notitie geïnterviewde leerkracht van een ‘witte’ en ‘zwarte’ school, Ayse Erkan, zegt hierover: “Vooral in de basisschoolleeftijd is het belangrijk kinderen goed te begeleiden bij hun seksuele vorming; in deze periode ontdekken ze hun lichaam en krijgen daarnaast vaak ook een broertje of zusje. Ik kan hierin geen onderscheid ontdekken bij mijn ‘witte’ en ‘zwarte’ leerlingen. De manier waarop er thuis met het onderwerp wordt omgegaan, is daarentegen wel zeer verschillend; waar autochtone ouders vrijelijk uitleg geven of in ieder geval enige vorm van voorlichting geven, laten allochtone ouders deze taak graag aan de school over. Er wordt veel meer een opvoedkundige rol van de leerkracht verwacht. Als deze ontbreekt wordt de invloed van media veel groter.”

Dat allochtone ouders helemaal geen interesse in de seksuele vorming van hun kinderen zouden hebben, wordt tegengesproken door Yassin Hartog, in het verleden directeur a.i. van de ISBO: “Onze leerkrachten worden met grote regelmaat in de schoolgebouwen aangesproken door ouders, vooral moeders, die bezorgd zijn over de boodschappen die hun kinderen via de media meekrijgen. Ongewild worden zij geconfronteerd met “verkeerde” beelden die niet passen binnen de normen en waarden van de Islam. Ouders weten niet hoe zij hier mee om moeten gaan.”¹⁴

Vooraf jongens blijken volgens de respondenten vatbaar voor invloed van de media: ze denken vaker dan meisjes dat wat zij zien in de media realistisch is. Ook denken zij vaker dan meisjes dat ze iets kunnen leren van hetgeen ze zien. Zo vindt 30% van de jongens dat je kan leren van wat er gebeurt in een pornofilm (in tegenstelling tot 8% van de meisjes).¹⁵

Uit een onderzoek van de Rutgersgroep worden Turks-Nederlandse en Marokkaans-Nederlandse jongeren een risicogroep genoemd. De invloed van mediagebruik blijkt voor deze groep het sterkst. Ook zijn de negatieve stereotiepe opvattingen over genderrollen het sterkst bij zowel jongens als meisjes met deze etnische achtergrond. In het onderzoek wordt vermeld dat het kan zijn dat de media invloed hebben op bovengenoemde gedragingen, gedachten en gevoelens, maar dat het evengoed mogelijk is dat jongeren die media selecteren omdat zij aansluiten bij hun behoeften.

14 Platform, juli 2007, S. Önce
15 Idem RNg

Uit hetzelfde onderzoek blijkt dat naarmate Turkse en Marokkaanse meisjes zichzelf meer met de beelden in de media vergelijken, ze meer last krijgen van gevoelens van angst en depressie. Voor Turkse en Marokkaanse jongens blijkt te gelden dat ze door media positiever kunnen gaan denken over permissief, grensoverschrijdend of controversieel seksueel gedrag. Dat gebeurt vooral wanneer ze mediabeelden als realistisch en relevant ervaren en zich hiermee kunnen identificeren.

Het www als vrijplaats

Voorals meiden discussiëren op het internet veel over seks. Verschillende fora fungeren als een uitlaatklep voor islamitische jonge vrouwen. Hier kunnen ze anoniem hun verhaal of vragen kwijt over zaken als de positie van de vrouw binnen de islam, het huwelijk, relaties, maagdelijkheid, etc. (Brouwer, 2006).

Opvallend hierbij is dat zij in deze discussies zoekende zijn naar een seksualiteit die past binnen de kaders van de islam. Opvattingen worden beargumenteerd door te verwijzen naar verhalen over de profeet Muhammed of sura's.

Een andere opvallende waarneming is dat zij hierbij, anders dan in 'real life', geen schroom lijken te kennen om deze onderwerpen openlijk ter sprake te brengen. *"Mag een moslimman zijn vrouw beffen"* (maroc.nl) of *"zijn sexartikelen toegestaan in de islam?"* (hababam.nl) en andere taboeonderwerpen die in de offline wereld niet aan een familielid, vriendin of imam voorgelegd kunnen worden, worden op deze fora openlijk besproken.

Het internet is voor deze jongeren daarom een medium dat geschikt is om met leeftijdgenoten van gedachten te wisselen en na te denken over zaken als seksualiteit en islam.

Religie

Ook voor de vorming van hun religieuze identiteit zoeken, vooral islamitische jongeren, hun heil op het internet. Bij hun ouders kunnen ze vaak niet terecht. Die hebben geen of weinig opleiding gehad, zijn in veel gevallen analfabeet en hebben vaak weinig kennis van de islamitische bronnen. De jongeren hebben zelf vaak geen of weinig kennis van het Arabisch en hebben vaak weinig vertrouwen in de kennis van de imams die in Nederlandse moskeeën preken. Dit geldt in het bijzonder voor Marokkaanse jongeren. In hun zoektocht op het internet komen de jongeren al snel terecht op salafistische sites.

Een deel van deze sites is als zeer orthodox te kenschetsen en niet per definitie extremistisch. De NCTb maakt in *Jihadisten en het internet* (2007) een onderscheid tussen drie soorten sites:

- a. 'sites die zich hoofdzakelijk richten op de salafistische leer in de dogmatiek, erediensten en ethiek.' Het zijn apolitieke sites waarop onderwerpen als jihad worden gemeden. Er wordt niet opgeroepen tot geweld. Wel staan de opvattingen haaks op in Nederland gangbare opvattingen over emancipatie en integratie;
- b. 'sites die kritische geluiden tegen de regimes in het Midden-Oosten vermijden en waarschijnlijk zijn gestimuleerd vanuit de Saoedische staat. Het merendeel daarvan staat in het teken van de dawa, de verspreiding van het islamitische geloof en de bekering van autochtone Nederlanders';
- c. 'hybride sites'. Dat zijn 'sites die het salafistische gedachtegoed propageren, maar impliciet de jihadstrijd goedkeuren of daar in ieder geval niet expliciet afstand van nemen.'

Jihadistische sites onderscheiden zich van de salafistische door het politiseren van theologische grondslagen en het oproepen tot de (gewapende) jihad.

Door salafisten en jihadisten wordt er gebouwd aan een virtuele bibliotheek. Dat gebeurt op de 'reguliere' jihadistische websites, maar ook op materiaalsites als *tawheed wal jihaad* of via sites waarop (anoniem) grote bestanden zijn te plaatsen. In deze virtuele bibliotheken zijn Engelse vertalingen te vinden van verschillende islamistische predikers. Tot de standaardwerken in Nederlandse virtuele bibliotheken horen ook de Nederlandse vertalingen van Abu Zubair, het alias van Mohammed Bouyeri.

De meeste jongeren lijken hun antwoorden vooral te zoeken op de grote Turkse en Marokkaanse fora waar gelijkgestemden vertoeven. Door hun kennis en opvattingen te delen en te beoordelen, geven zij vorm aan hun eigen interpretatie aan de islam, aangepast aan de omstandigheden waarin zij leven. Deze fora bieden jonge moslims de kans om een individuele opvatting over de islam te ontwikkelen.

Deze fora, bieden jonge moslims de kans om volop hun kennis en opvattingen te delen en te bekritisseren. Anders dan thuis of in de moskee, is er op het internet wel ruimte om er een eigen mening op na houden buiten de algemeen geldende regels. buiten de algemeen geldende regels, is er op het www wel ruimte om zaken in twijfel te trekken en te bevragen.

Illustrerend voor het bovenstaande is de volgende discussie op hababam.nl, een site voor Turkse jongeren in Nederland, waarin openlijk wordt getwijfeld aan de echtheid van de Koran; iets wat veelal ondenkbaar is in de moskee of thuis, waar een kritiekloze acceptatie van de Koran als Allah's woord, als één van de belangrijkste voorwaarden geldt binnen de Islam:

Die wetten zijn uiteindelijk opgeschreven door de mens. Uiteindelijk. Is er dan geen enkele, maar dan ook geen enkele mogelijkheid dat een wet van Allah verkeerd geïnterpreteerd is en dus verkeerd is neer gezet?

Gunes:

Ik vind het ontzetting moeielijk om in woord te geloven. In woord dat is geschreven door de mens

Citaat:

Geplaatst door Ebru:)

Ok komt ie nog een keer dan: God is religie, religie is God, een religie heeft zijn regels, en die staan in het grote boek: de Koran. Geschreven door de mens, maar de woorden van Allah. PUNT

Citaat:

Geplaatst door Zarife

Als je gaat twijfelen geloof je niet. Je kunt tenslotte niet even 1500 jaar terug in de tijd gaan om te kijken of er iemand verkeerd geïnterpreteerd heeft. De woorden van Allah zijn letterlijk opgeschreven. Of de generaties het later anders hebben verwoord e.d. kan jij uitmaken door verschillende verhalen en versies te lezen die later zijn gekomen. Maar zoals iedereen het weet is er 1 de zelfde originele Koran. Maak je zinvol door die eens te bestuderen dan hier van die onzinnige reacties te plaatsen en vragen te stellen.

Laatst gewijzigd door Gunes: 11-05-2009 om 15:12

Moge Allah jullie allen een vrouw geven van licht zeden

Hier ben ik het namelijk volledig mee eens. Wie zegt dat de Koran zoals die wij kennen de echte is? Wie zegt dat het uiteindelijk niet door een tussenpersoon is geïnterpreteerd op zijn manier? Welke Koran is de goede versie, dat kan je nooit weten.

Dit kan een hele leuke discussie worden. Mooi opzetje ook Ates. Ik ben dan ook erg benieuwd naar de 'open' reacties en niet naar de teksten die hier straks in geplakt zullen worden.

Laatst gewijzigd door Muhlis: 11-05-2009 om 15:37

Bron: hababam.nl (namen zijn om privacyredenen gefingeerd)

Peer-to-peer education

Bij zowel de onderwerpen seksualiteit als radicalisering

Volgens Jos de Haan, Christian van 't Hof en Rinie van Est (SCP, 2006) is het aannemelijk dat de opkomst van digitale technologie leidt tot een verminderde invloed van traditionele opvoeders als ouders en docenten ten gunste van leeftijdsgenoten (peers) en bedrijven die hun doelgroepen op het internet gericht kunnen selecteren en benaderen. De bemoeienis van ouders met jongeren wordt minder, en jongeren geven in onderling samenspel hun ontwikkeling steeds meer zelf vorm. Gedeelde media-voorkeuren versterken de oriëntatie op de vriendenkring en bevorderen volgens De Haan e.a. een horizontale cultuuroverdracht tussen leeftijdgenoten.

Jongeren zoeken op het internet steun bij elkaar. Ze zoeken plekken waar iedereen net zo denkt als zij, waar ze autoriteit vinden bij anderen. Een tiener die extreemrechtse ideeën heeft gaat bijvoorbeeld chatten op fora waar gelijkgestemden te vinden zijn. Zijn ideeën worden bevestigd, kritiek en tegengeluiden vanuit andere perspectieven zijn er niet.

Meiden met anorexia vinden elkaar op internetfora waar leeftijdgenoten elkaar bevestigen en aanmoedigen om zichzelf uit te hongeren. Deze groep mijdt sites waarop zij informatie krijgen over eetproblemen, omdat ze 'daar niet begrepen worden'.

Het meisje dat zich afvraagt of ze tijdens de eerste keer seks een condoom moet gebruiken, vraagt dat bijvoorbeeld aan haar vrienden op het forum van sugababes. Vervolgens krijgt ze antwoorden van ervaren, maar ook vaak van onervaren meiden.

Met nieuwsgaring zien we hetzelfde: steeds meer jongeren laten de traditionele media links liggen met als argument dat ze het wel via anderen uit hun netwerk horen als er echt iets relevants gebeurt. Ze kunnen het altijd nog opzoeken.

5 Mediawijsheid, suggesties voor beleid

De belangstelling voor mediawijsheidbeleid is relatief nieuw. Het beleid wordt uitgevoerd door verschillende ministeries, waarvan het ministerie van Onderwijs, Cultuur en wetenschappen (OCW) zich het meest richt op het mediawijs maken van kinderen, jongeren, ouders en scholen. Ook besteedt OCW aandacht aan de bescherming van minderjarigen tegen voor hen schadelijke audiovisuele producties.

Het ministerie van Economische Zaken (EZ) richt zich voornamelijk op het ICT-gebruik van burgers om hun economische positie te verbeteren. Het ministerie van Justitie richt zich vooral op het bestrijden en voorkomen van crimineel gedrag als internetfraude, het met seksuele bedoelingen benaderen van minderjarigen, haatzaaien en het aanzetten tot terrorisme. De activiteiten van het ministerie van Binnenlandse Zaken zijn er vooral op gericht om door middel van ICT-middelen de burger actiever te betrekken bij de overheid.

Het in 2008 op initiatief van de ministeries van OC&W en Jeugd en Gezin opgerichte Mediawijsheid expertisecentrum heeft als doel om burgers verstandig en actief gebruik te laten maken van de media. In eerste instantie richt het expertisecentrum zich vooral op kinderen, (groot)ouders, opvoeders en leerkrachten.

Inmiddels is er een uitgebreid aanbod van initiatieven op het gebied van mediawijsheid, variërend van workshops tot landelijke voorlichtingscampagnes. Het Mediawijsheid expertisecentrum heeft onder andere een online mediawijsheidkaart gelanceerd waarop een overzicht wordt gegeven van alle bestaande projecten, cursussen en programma's op het gebied van mediawijsheid. Het expertisecentrum organiseert verder publiekscampagnes, een jaarlijkse grootschalige markt en doet onderzoek.

In november 2009 heeft het Mediawijsheid Expertisecentrum een notitie "Hiaten Mediawijsheidkaart" gepresenteerd, waarop 'witte vlekken' worden vastgesteld die binnen de doelstellingen van het netwerk vallen, maar waarop geen of weinig initiatieven gericht zijn. Hieruit is gebleken dat er, van de 230 unieke initiatieven, nauwelijks initiatieven zijn die zich specifiek richten op maatschappelijk zwakkeren, waartoe het expertisecentrum ook allochtonen rekent. De analyse heeft onder andere de volgende hiaten opgeleverd waarop geen enkel initiatief actief is:

- Informatie en strategische vaardigheden in combinatie met Maatschappelijk zwakkeren;
- Verantwoord gebruik in combinatie met veiligheid en Maatschappelijk zwakkeren;
- Auteursrecht in combinatie met Begeleiders (zorg) / Ouderen / Maatschappelijk zwakkeren;
- Innovatief en experimenteel mediagebruik in combinatie met Ouders / Begeleiders (zorg) / Ouderen¹⁶.

Tot slot

Aan het begin van deze notitie werd de volgende definitie van mediawijsheid gegeven:

"Mediawijsheid is het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld". (Bron: Raad voor Cultuur)

Ook werd de vraag gesteld in hoeverre er behoefte bestaat aan programma's of materialen die specifiek gericht zijn op allochtone kinderen en hun ouders. Op deze vraag kan zowel een ontkennend als een bevestigend antwoord worden gegeven.

Een belangrijke reden om geen specifiek beleid te ontwikkelen is dat veel van de kennis en de vaardigheden die nodig zijn om burgers mediawijs te maken, cultureel of religieus neutraal zijn. Burgers moeten leren kritisch om te gaan met de informatie die ze krijgen aangeboden, ongeacht hun achtergrond. Op school worden ook geen aparte reken- of aardrijkskundeprogramma's aangeboden aan allochtonen.

Toch zijn er ook redenen om wel te onderzoeken of het nuttig is om specifieke programma's en materialen voor bepaalde (grote) groepen allochtonen te ontwikkelen. Hiervoor kunnen we de volgende argumenten noemen:

- mediagebruik is een belangrijke factor bij het ontwikkelen van een eigen identiteit; media kunnen de binding met een groep of de gehele samenleving versterken of juist verzwakken;
- materialen die worden gebruikt voor mediawijsheid moeten aansluiten bij de belevingswereld van (allochtone) jongeren en hun ouders;
- hoewel het mediagebruik van allochtonen en autochtonen in hoge mate vergelijkbaar is, zijn er ook duidelijke verschillen. Allochtonen maken gebruik van een breder nieuwsaanbod: ze maken gebruik van Nederlandse nieuwsbronnen, maar ook van bronnen uit het land van herkomst of uit hetzelfde taalgebied. Daarnaast maken ze gebruik van Nederlandse media die specifiek zijn gericht op de etnische groep waartoe zij behoren;
- allochtonen maken gebruik van media in verschillende talen en ook van bronnen die normen en waarden kunnen uitdragen die op onderdelen haaks staan op die in de Nederlandse media. Ook krijgen ze informatie over politieke conflicten, bijvoorbeeld het Israelisch- Palestijns conflict, die sterk kan verschillen met de informatie uit de Nederlandse media;
- om hun kinderen te kunnen begeleiden, moeten ouders een inschatting kunnen maken van de content die media bieden; ze moeten bewust zijn van de gevaren van nieuwe media (privacy, diefstal, seksueel misbruik, geweld e.d.), maar ook van de mogelijkheden; om hun kinderen kritisch en weerbaar te maken (en niet angstig), moeten de ouders dat zelf ook zijn;
- een belangrijk deel van de allochtone ouders (vooral Turkse en Marokkaanse ouders) heeft geen opleiding of alleen een lagere opleiding; ze hebben niet alleen – net als autochtone ouders – een achterstand wat betreft de computer- en internetvaardigheden, maar ook te weinig kennis en taalbeheersing om hun kinderen te kunnen begeleiden;

- allochtone jongeren hebben bij mediagebruik niet alleen te maken met een generatieconflict, maar ook met culturele spanningen en verschillen in normen en waarden, bijvoorbeeld wanneer het gaat om seks en seksuele geaardheid;
- voor islamitische jongeren geldt het probleem dat orthodoxe en radicale stromingen op het internet sterk zijn vertegenwoordigd; het is bijzonder nuttig wanneer ze weerbaar worden tegen de informatie die op dergelijke sites wordt geboden;
- tot slot kan het relevant zijn dat de positie van allochtone jongeren in de samenleving anders is, doordat ze geen deel uitmaken van een 'dominante cultuur' en dat ze tot groepen behoren die vaak op negatieve wijze, onderwerp van gesprek in de media zijn; dit is van invloed op de wijze waarop er in de media over hen wordt gesproken en ook op hun zelfbeeld.

Op grond van deze argumenten vinden wij het aan te bevelen dat er onderzoek wordt gedaan naar het effect en de mogelijke meerwaarde van specifieke programma's mediawijsheid voor allochtone jongeren en hun ouders.

Specifieke aandacht voor allochtonen is er nog weinig. Wij denken in het bijzonder aan programma's en materialen:

- waarin ook de media aan de orde komen die de jongeren thuis gebruiken;
- die het mediabewustzijn van jongeren en hun ouders, inclusief de verschillen tussen Nederlandse media en die in het land van herkomst, vergroten;
- die in de eigen taal of toegankelijk Nederlands zijn gesteld, waarbij veel gebruik gemaakt wordt van praktijkgerichte opdrachten.

AANBEVOLEN LITERATUUR (verschenen voor maart 2010)

- Amrani, A. (2008). *Marokkanen online op zoek naar een partner*. Mzine, nr. 3, maart 2008.
- Baardwijk, C., Dragt, E., Peeters, A., & Vierkant, P. (2004). *Mediagebruik etnische publieksgroepen 2002*. Hilversum: Publieke Omroep.
- Boogert, E. (2006, 23 november). *NewRulez begint periodiek mediaonderzoek jongeren*. Via www.emerce.nl.
- Boomen, M. van den (2000). *Leven op het net. De sociale betekenis van virtuele gemeenschappen*. Amsterdam: Instituut voor Publiek en Politiek.
- Brants, K., Crone, L., & Leurdijk, A. (1998). *Media en migranten. Inventarisatie van onderzoek in Nederland*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
- Broek, A. van den, & Haan, J. de (2006). Digitale contacten en integratie van allochtone jongeren. In J. de Haan, & C. van 't Hof (Reds.), *Jaarboek ICT en samenleving 2006. De digitale generatie* (pp. 83-106). Amsterdam: Boom.
- Brouwer, L. (2002). Marokkaanse jongeren en virtuele discussies. *Sociologische Gids*, 49 (2), 121-133.
- Brouwer, L., & Wijma, S. (2006). De zin en onzin van forumdiscussies op Marokkaanse websites. In J. de Haan & C. van 't Hof (Red.), *Jaarboek ICT en samenleving 2006. De digitale generatie* (pp. 109-121). Amsterdam: Boom.
- Bruin, J.T. de (2005). *Multicultureel drama? Populair Nederlands televisiedrama, jeugd en etniciteit*. Amsterdam: Otto Crawinckel Uitgever. 216 pp.
- Butter, E. (2008) *Allochtone communities 2.0*. Amsterdam: ACB Kenniscentrum.
- Foquz (2008), Een op vijf internetgebruikers is een allochtoon (persbericht op website Foquz: <http://www.foquz.nl/etnomarketing/persberichten/internet10-03-2008.html>).
- Geense, P., & Pels, T. (2002). Allochtone jongeren op het internet. *Migrantenstudies*, 18 (17), 2-18.
- Gemeente Amsterdam, Dienst Onderzoek en Statistiek (2003,2004,2005,2006,2007, 2008). *Burgermonitor 2003/2004/2005/2006/2007/2008*. Amsterdam.

Gemeente Amsterdam, Dienst Onderzoek en Statistiek (2005). *Amsterdammers en hun mediagebruik*. Amsterdam.

Jos de Haan en Christian van 't Hof (red.) *Jaarboek ICT en Samenleving 2006; de digitale generatie*, Amsterdam: Boom, mei 2006.

Jos de Haan en Lambert van der Laan (red.) *Jaarboek ICT en Samenleving 2005; kennis in netwerken*, Amsterdam: Boom, 2005.

Jos de Haan en Oene Klumper (red.) *Jaarboek ICT en Samenleving 2004; beleid in praktijk*, Amsterdam: Boom, 2004.

Jos de Haan en Jan Steyaert (red.) *Jaarboek ICT en Samenleving 2003; de sociale dimensie van technologie*, Amsterdam: Boom, 2003.

d'Haenens, L., Beentjes, H., Bink, S. (2000). Mediabeleving van allochtonen in Nederland. In *Bedrijfsfonds voor de Pers (2000). Pluriforme informatie in een pluriforme samenleving (studie S9)*. Den Haag: Bedrijfsfonds voor de Pers.

Haenens, L. d' (2003). ICT in de multiculturele samenleving. In J. de Haan & J. Steyaert (Red.), *ICT en Samenleving 2003. De sociale dimensie van technologie* (pp. 91-112). Amsterdam: Uitgeverij Boom.

Haenens, L. d' (2005). Publieke discussie over de islam in Nederland: enkele beschouwingen. *Migrantenstudies*, 21 (1), 42-52.

Haenens, L. d', Summeren, C. van, Saeys, F., & Koeman, J. (2004). *Integratie of Identiteit: Mediamenu's van Turkse en Marokkaanse jongeren*. Amsterdam: Boom.

Holst, R., van (2006). *Feiten en Cijfers: mediagebruik van allochtonen in Nederland.*; Mira Media.

Houtch, Y. (2007). *De invloed van de media op de religieuze beleving van moslimjongeren in Nederland na de moord op Theo van Gogh*. Tilburg.

Huysmans, F en J.de Haan (2008), *Dagbladen, televisie en internet in: Het dagelijks leven van allochtone stedelingen*. Den Haag: SCP.

Ingen, E. van, J. de Haan, M.Duimel (2007), *Achterstand en afstand; digitale vaardigheden van lager opgeleiden, ouderen, allochtonen en inactieven*. Den Haag: SCP.

Koning, M. de (2008). Knip- en plak islam. Marokkaanse moslimjongeren, internet en de scheiding tussen cultuur en religie. In: *In de Marge*, jaargang 2008. Amsterdam: Blaisse Pascal Instituut, VU.

Koning, M. de (2008). *Zoeken naar een zuivere islam, geloofsbeleving en identiteitsvorming van jonge Marokkaans-Nederlandse moslims*. Amsterdam: Bert Bakker.

A. Leurdijk (2008). *Van marge naar mainstream; essay over mediabeleid en culturele diversiteit 1999-2008*, Den Haag: ministerie O, C en W/ TNO.

MCA Communicatie (juni 2004). *Computer- en internetgebruik onder Marokkanen, Turken en Surinamers. Tabellenrapport MVA-metingen juni 2002 en juni 2004*. Utrecht MCA Communicatie.

MCA Communicatie (2008), *Kabel- en schotelbezit en favoriete zenders van Turken, Marokkanen, Surinamers, Antillianen en Nederlanders* Utrecht: MCA Communicatie.

Ministeries van Justitie en Binnenlandse Zaken (2008). *Trendanalyse polarisatie en radicalisering 2008*. Den Haag.

Mira Media (2006), *Feiten & Cijfers; De digitale snelweg als virtueel trefpunt; ICT-gebruik binnen de multiculturele samenleving*.

Motivaction (2007). *Nieuwe Nederlanders zeer gehecht aan cultuurgebonden media*. Persbericht 16 november 2007. Amsterdam: Motivaction.

NCtB (2007). *Jihadisten en het internet*. Den Haag: NCtB.

Nijntjes, W. & Wijma, S. (2006). *Identiteitsontwikkeling en integratie via Marokkaans-Nederlandse discussieforums*. In D. Pronk (red.), *Bouwen aan sociale cohesie in Amsterdam* (pp. 29-51). Amsterdam: Vrije Universiteit.

Qrius (2008), *Veel overeenkomsten tussen allochtone en autochtone jongeren* (website Qrius, <http://www.qrius.nl/onderzoek/recente-onderzoeken>).

Shadid W. (2005). *Berichtgeving over moslims en de islam in de westerse media: Beeldvorming, oorzaken en alternatieve strategieën*. In: *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, Jaargang 33/2005 nr.4.

Shaheen, J.C. (2003). *Reel Bad Arabs. How Hollywood Vilifies a People*. Gloucestershire: Arris.

Sterk, G. & Liu, S.F. (2003), *Rapport Kijkerspanel Nieuws en Actualiteiten 2003*, Utrecht: Mira Media.

Stichting Voorbeeld (2008), *Amsterdamse jongeren, mediagebruik en identiteit*, Amsterdam: stichting Voorbeeld.

Summeren, C. van (2007). *Religion online: The shaping of multidimensional interpretations of muslimhood on Maroc.nl*. *The European Journal of Communication Research*, 32(2), 273-295.

Tajfel, H. & Turner, J. C. (1979). *An Integrative Theory of Intergroup Conflict*. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations*. Monterey, CA: Brooks-Cole.

Valkenburg, P.M., Schouten, A.P., & Peter, J. (2006). Jongeren en hun identiteitsexperimenten op internet. In J. de Haan & C. van 't Hof (Reds.), *Jaarboek ICT en samenleving 2006. De digitale generatie*. (pp.47-58). Amsterdam: Boom.

Waal, M. de (2003). Soms op de kaasmanier, soms op onze manier. In H. Blanken, & M. Deuze (Reds.), *De mediarevolutie: 10 jaar www in Nederland* (pp.146-167). Amsterdam: Boom.

Wal, J. ter (2005). Keuzes in onderzoek naar media en moslims. Een replek. *Migrantenstudies*, 21(1), 53-61.

Wallinga, D. van (2008), *De vele kleuren van het nieuws*, doctoraalscriptie communicatiewetenschap VU.

Zwaluw, J. van der (2007). *Mocro Flavour; een onderzoek naar uiting van religieuze identiteit binnen discussies op Maroc.nl*, masterscriptie. Radboud Universiteit Nijmegen.

Overzicht organisaties actief op gebied van Mediawijsheid

NAAM	URL
Cinekid	www.cinekid.nl
Digital playground (Stichting Hal 4)	www.digitalplayground.nl
Platform voor eNederland, ECP.NL	www.ecp.nl
Expertisecentrum voor e-cultuur / Virtueel platform	www.virtueelplatform.nl
Filmmuseum	www.filmmuseum.nl
Kennisland	www.kl.nl
Kunstgebouw (Stichting Kunst en Cultuur Zuid-Holland)	www.kunstgebouw.nl
Landelijke Oudervereniging Bijzonder Onderwijs op algemene grondslag (LOBO)	www.lobo.nl
Media Academie	www.media-academie.nl
Media4me	www.media4me.org
Mira Media	www.miramedia.nl
Museum voor Communicatie	www.muscom.nl
Nederlands Filminstituut – Media Expertisecentrum (NFI-MEC)	www.nfi-mec.nl
Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid	www.beeldengeluid.nl
Nederlands Instituut voor de Classificatie Van Audiovisuele Media (NICAM)	www.kijkwijzer.nl
Nederlands Instituut voor Filmeducatie	www.filmeducatie.nl
Nederlands Jeugdinstituut	www.nji.nl
Ouders Online	www.ouders.nl
Raad voor Cultuur	www.cultuur.nl
Seniorweb	www.seniorweb.nl
Sociaal Cultureel Planbureau (SCP)	www.scp.nl
Stichting de Kinderconsument	www.kinderconsument.nl
Stichting Kennisnet	www.kennisnet.nl
Stichting Krant in de Klas	www.krantindeklas.nl
Stichting Mijn Kind Online	www.mijnkindonline.nl
Stichting Waag Society	www.waag.org
Stichting Weet wat je Ziet	www.weetwatjeziet.nl
TeleacNot	www.teleacnot.nl
Vereniging Ouders & Co	www.ouders.net
Vereniging van Nederlandse Katholieke Ouders (NKO)	www.nko.nl
Vereniging van Openbare Bibliotheken	www.debibliotheken.nl
Vereniging voor Openbaar Onderwijs	www.voo.nl
Nationale Academie voor Media en Maatschappij	www.mediaenmaatschappij.nl



Publicatie: Allochtone jongeren Mediagebruik & mediawijsheid

Verkennde notitie



kenniscentrum

voor emancipatie en participatie

Adres: Kabelweg 37,
(Coengebouw, eerste etage)
1014 BA Amsterdam

Telefoon: 020 627 9460
Fax: 020 626 2516
E-mail: info@acbkenniscentrum.nl
Website: www.acbkenniscentrum.nl

