

Feiten & Cijfers

Jaargang 1, no. 1
December 2001

‘Mediagebruik van Allochtonen in Nederland’

Stichting Omroep Allochtonen (Stoa) is een projectorganisatie met landelijke en Europese activiteiten. Stoa streeft naar gelijkwaardige deelname van allochtonen in de audiovisuele media op alle functieniveaus en zet zich in voor een kleurrijke programmering. Een programmering die zich enerzijds uit in een multicultureel aanbod voor een breed, autochtoon en allochtoon publiek, en anderzijds in een doelgroepprogrammering voor specifieke allochtone groepen. Daarbij werkt Stoa aan het vergroten van de mediavaardigheid van kijkers en luisteraars. Anders gezegd, kijkers en luisteraars moeten kritisch (leren) omgaan met het aanbod van audiovisuele en interactieve media, maar ook zelf de technische en inhoudelijke kennis onder de knie krijgen om met media aan de slag te gaan. Bij de organisatie van activiteiten wordt intensief samengewerkt met omroepen, onderwijsinstellingen, netwerken van mediaprofessionals en andere betrokkenen in Nederland en Europa. Via publicaties houdt Stoa haar relaties op de hoogte van haar activiteiten en van actualiteiten op het gebied van media en allochtonen.

In de uitgave ‘Feiten & Cijfers’ probeert Stoa de link te leggen tussen harde data en de actualiteit. Met behulp van de meest actuele (beschikbare) gegevens wil Stoa journalisten, onderzoekers, mediaconsumenten en andere geïnteresseerden informeren over relevante thema’s rond media en minderheden. Daarbij werken we vanuit de invalshoek van de allochtone mediaconsument. Ook trachten we een beschrijving te geven van de actuele ontwikkelingen rond het betreffende thema. ‘Feiten & Cijfers’ is ook te vinden op de Stoa-website (www.stoa.nl), waar het regelmatig wordt ge-update.

Feiten & Cijfers: ‘Mediagebruik van allochtonen in Nederland’

Inhoudsopgave	Pag.
I Inleiding.....	4
II Eigen media-aanbod en –gebruik.....	5
III Kijkgedrag.....	11
IV Luistergedrag.....	12
V Leesgedrag.....	14
VI Tot slot.....	15
VII Relevante literatuur.....	16
VIII Adressen.....	18

Tabel 1. Gemeenten met het hoogste percentage niet-westerse allochtonen op 1 januari 2000

Gemeentenaam	Percentage niet-westerse allochtonen*	Aantal inwoners (x 1000)
Amsterdam	31	731
Rotterdam	30	593
Den Haag	28	441
Utrecht	20	234
Diemen	20	24
Schiedam	19	76
Almere	17	143
Lelystad	15	63
Dordrecht	14	120
Arnhem	14	138

* niet-westerse allochtonen zijn afkomstig uit Afrika, Azië (excl. Japan en Indonesië), Zuid-Amerika en Turkije.

Bron: CBS, 2001

I Inleiding

De reacties in Nederland op de 11^{de} september gebeurtenissen hebben duidelijk gemaakt dat er nog een grote kloof is tussen de verschillende etnische groepen in onze multiculturele samenleving. De media toonden in de eerste weken na 11 september geen gebalanceerde afspiegeling van meningen en opvattingen die in de Nederlandse multiculturele samenleving leefden. De berichtgeving was monocultureel en pro-Amerikaans. Meninge van allochtone groepen, en meer specifiek die van de islamitische groepen, kwamen niet volwaardig aan bod. Deze groepen keerden zich daardoor massaal tot andere nieuwsbronnen die vaak hun origine hebben in de landen van herkomst. Deze ontwikkeling liep parallel aan de ontdekking van het televisiestation *Al Jazeera* door de westerse media als alternatieve nieuwsbron. Nederlandse journalisten zagen voor het eerst de eigen beelden en meningen vanuit de Arabische wereld. Beelden en commentaren met een andere toonzetting en voortkomend vanuit een andere culturele achtergrond. Journalisten en programmamakers begonnen zich te realiseren dat dit tevens de informatie is en de beelden zijn die elke dag in een groot deel van de allochtone huishoudens worden geconsumeerd.

In deze eerste editie van 'Feiten & Cijfers' wil Stoa een bijdrage leveren aan het vergroten van de kennis rond mediagebruik van allochtonen in Nederland. In de eerste dagen na de terroristische aanslagen in Amerika op 11 september 2001 werd Stoa regelmatig benaderd door journalisten met vragen over de wijze waarop allochtonen nieuws en informatie verkregen over de gebeurtenissen. Uit deze contacten bleek dat er weinig kennis was over het mediagedrag van allochtonen en de aard van de media die worden bekeken en beluisterd. Het was tevens een teken dat journalisten en programmamakers weinig weten van de sociaal culturele en religieuze achtergronden van de allochtone groepen. Het is belangrijk dat journalisten en mediamakers hiervan op de hoogte zijn, zodat ze hier hun berichtgeving en programmering op aan kunnen sluiten en uitspraken met feiten kunnen staven. Uit deze 'Feiten en Cijfers' komt onder meer naar voren dat allochtonen zich niet alleen door hun 'eigen' media, maar ook nadrukkelijk door de Nederlandse media laten informeren. Zij kunnen zich hierdoor vaak beter dan de doorsnee Nederlandse mediaconsument een mening vormen over internationale ontwikkelingen. Dit laatste zal echter alleen blijven gebeuren als de Nederlandse media ook als betrouwbaar kunnen worden beschouwd. Deze betrouwbaarheid heeft de laatste maanden een 'deuk' opgelopen. Om journalisten en mediamakers te helpen dit vertrouwen weer te herstellen en verder vorm te geven is Stoa begonnen met deze reeks van 'Feiten en Cijfers'.

De gegevens omtrent mediagebruik van allochtonen die in deze uitgave gebruikt zijn, hebben voornamelijk betrekking op de grootste migrantengroeperingen in Nederland: Turken, Marokkanen, Surinamers, Antillianen, Chinezen en Molukkers. De data zijn afkomstig van het onderzoek 'Etnische minderheden en de media: een onderzoek naar het media-aanbod voor en mediagebruik door etnische minderheden' (2000) van de Universiteit Twente in opdracht van de NPS, en van de onderzoeken 'Mediagebruik Etnische Publieksgroepen 1998' (1999) en 'Invloed Schotelantennes op kijkgedrag Turken en Marokkanen' (1996), beide van het onderzoeksbureau Veldkamp Marktonderzoek. Helaas zijn er geen gegevens bekend over het mediagebruik van andere etnische groepen, zoals vluchtelingen en Oost-Europaanen. Ook zijn er geen recentere gegevens beschikbaar rond het mediagebruik van allochtonen. Wel zijn er gegevens beschikbaar rond het gebruik van lokale allochtone zenders, hier zullen we in een latere editie uitgebreid op in gaan.

De afdeling Kijk- en Luisteronderzoek van de NOS is momenteel bezig met een nieuw mediagebruikonderzoek onder allochtonen. Dit onderzoek wordt uitgevoerd in opdracht van de NPS, NOS en de Rijksvoorlichtingsdienst (RVD). De NOS heeft de taken voor dit onderzoek overgenomen van Veldkamp Marktonderzoek. De rapportage wordt eind juni 2002 verwacht. Zodra de gegevens beschikbaar zijn, zullen we deze verwerken in de digitale editie van 'Feiten & Cijfers' op de Stoa-website.

II Eigen media-aanbod en -gebruik

In het licht van de recente aanslagen in Amerika is het interessant om te weten waar de allochtone bevolking in Nederland hun informatie rond de huidige crisis zoal vandaan haalt. Vooral Marokkanen en Turken hebben de mogelijkheid om de berichtgeving vanuit verschillende invalshoeken te bekijken en te vergelijken. Via een schotelverbinding kunnen ze veel Arabische- en Turkse zenders ontvangen die de situatie vanuit een heel ander oogpunt belichten dan bijvoorbeeld de Amerikaanse nieuwszender CNN. We geven eerst een overzicht van welke Turkse en Arabische televisiezenders er in Nederland kunnen worden ontvangen. Hierbij moet worden vermeld dat het aanbod van Turkse zenders groter is dan specifiek Marokkaanse zenders. Er zijn wel een groot aantal Arabischtalige satellietzenders maar die zijn vanwege de taal voor een groot deel van de Nederlandse Marokkanen (Berbers) niet te volgen. Onderstaande gegevens zijn ontleend aan het onderzoek van Els Dragt (2000) aan de Universiteit Twente, in opdracht van de NPS, getiteld 'Etnische minderheden en de media: een onderzoek naar het media-aanbod voor en mediagebruik door etnische minderheden'.

De komst van satelliet-televisie heeft ervoor gezorgd dat onder meer Turken, Marokkanen, Chinezen en Hindoestaanse Surinamers zenders uit het moederland of zenders uit landen met dezelfde taal kunnen ontvangen. Voor Antillianen, Molukkers en de niet-Hindoestaanse Surinamers zijn er geen satellietzenders uit het moederland te ontvangen. Naast het ontvangen van signalen via de satelliet kan men ook televisie kijken via de kabel. In steden waar veel etnische groeperingen wonen, zijn er verschillende Turkse, Arabische of Chinese televisiezenders uit het moederland via de kabel te ontvangen. Verschillende kabelmaatschappijen bieden een steeds groter aanbod van satelliet kanalen digitaal aan via de decoder.

Turken

De laatste jaren is het televisie-aanbod voor Turken sterk uitgebreid. Via een schotel kunnen zij ongeveer elf televisiezenders vanuit Turkije ontvangen. Deze zenders zijn alle commercieel, met uitzondering van TRT International. Dit is een staatszender die speciaal gericht is op Turken in West-Europa. Dit is tevens de enige Turkse zender die in veel gemeenten via de kabel te ontvangen is. Uit een artikel in de VPRO-gids (nr. 45, 10 t/m 17 nov. 2001) blijkt dat veel Turken in Nederland veel naar deze zender kijken, ondanks het nationalistische karakter van de staatszender. TRT Int. is een belangrijke nieuwsbron voor zowel Turks nieuws als Nederlands nieuws. Via deze zender blijven Turken in Nederland op de hoogte van hetgeen in Turkije én in Nederland gebeurt. Hieronder volgt een overzicht van de belangrijkste Turkse tv-zenders die vanuit Turkije in Nederland te ontvangen zijn.

Tabel 9. Turkse tv-zenders vanuit Turkije (augustus 2000)

TV-zender	Omschrijving
TRT Int.	Staatszender. Ook via de kabel te ontvangen in Nederland. Primair gericht op Turken die in West-Europa verblijven.
ATV	Commerciële zender die behoort tot de Sabah mediagroep. Zendt vooral films, muziek, soaps en comedy uit, met om het uur een nieuwsuitzending. Te vergelijken met RTL 4.
Star TV	Commerciële laagdrempelige zender vooral gericht op amusement. Zendt veel films uit en het populaire jongerenprogramma Televole. Lijkt op SBS 6.
Show TV	Commerciële laagdrempelige zender vooral gericht op amusement (films, mode, muziek). Behoort tot een mediagroep samen met de filmzender Cine 5. Lijkt op SBS 6.
Kanal D	Commerciële zender die programmablokken uitzendt gericht op Turken in West-Europa. Behoort tot de Dogangroep. Deze groep is de machtigste holding in Turkije die allerlei activiteiten ontplooit oa. in de energiesector. Laagdrempelige zender gericht op amusement. Lijkt op RTL 5.
TGRT	Commerciële zender die programmablokken uitzendt gericht op in West-Europa woonachtige Turken. Behoort tot de Ihlas holding. Laagdrempelige zender vooral gericht op amusement. Lijkt op de TROS.
Kanal 7	Commerciële zender die programmablokken uitzendt gericht op Turken in West-Europa. Gelieerd aan de Milli Gorus beweging. Dit is een religieuze partij ('partij van de deugd'). Zenden praatprogramma's uit die bekerend en politiek correct zijn. Daarnaast ook films, nieuws en een bingoshow. Lijkt op de EO.
NTV	Commerciële nieuwszender die lijkt op CNN. Ook aandacht voor sportnieuws, economie en lifestyle.
BRT	Commerciële zender. Conservatief liberale zender gelieerd aan de partij van het rechte pad.
Cine 5	Commerciële film- en sportzender. Lijkt op Canal +.
Kral TV	Commerciële muziekzender die lijkt op TMF.
Samanyolu TV	Commerciële zender die ook wel S-TV wordt genoemd. Gelieerd aan de Gulen Hodja beweging. Deze beweging is gematigd islamitisch. Zenden praatprogramma's uit die bekerend en politiek correct zijn. Deze zender lijkt op de EO.

Bron: Universiteit Twente/NPS, 2000

In Turkije zijn de meeste televisiezenders ondergebracht in holdingmaatschappijen. Deze holdings hebben naast televisiezenders vaak ook radiozenders en kranten onder hun hoede. De Dogan groep is de machtigste holding, die, naast activiteiten in de energiesector ook de televisiezender Kanal D exploiteert en de kranten Hürriyet en Milliyet uitgeeft. De Sabah groep is tevens een grote holding die onder andere de televisiezender ATV en de krant Sabah exploiteert. De televisiezender TGRT en de krant Türkiye Gazetesi behoren tot de Ihlas holding.

Marisca Milikowski (1999) heeft onderzoek gedaan naar het schotelgebruik van Turken. Hieruit kwam onder andere naar voren dat, voordat het mogelijk was om via een schotel zenders uit Turkije te bekijken, veel Turkse mensen in Nederland nog een 'ouderwets' beeld van Turkije hadden. Het Turkije uit de tijd dat ze naar Nederland kwamen, soms tientallen jaren geleden. Doordat deze mensen nu via de schotel allerlei, vaak commerciële, Turkse tv-zenders kunnen ontvangen, zien zij dat hun beeld van Turkije niet meer overeenkomt met het Turkije van nu. Dit heeft ook invloed op de tweede generatie Turken. Zij zien ook het Turkije van nu en niet het Turkije uit de verhalen van hun ouders. Hieronder volgt een overzicht van het gebruik van Turkse zenders.

Tabel 10. Gebruik van Turkse zenders, in %

	Kijkt wel eens (n=141)	Ontvangt thuis (n=141)	Ontvangt niet thuis (n=141)	Meest bekeken (n=86)
TRT Int.	77	94	6	24
ATV Satel	70	82	18	13
Interstar	66	80	20	8
Show-tv	71	79	21	10
HBB-tv	40	51	49	-
TGRT	71	76	24	15
Kanal 7	65	83	17	8
Kanal D	69	85	15	6
NTV	52	81	19	-
MED TV	18	42	58	3
Cine 5	17	29	71	-
Overig	14	45	55	1
Weet niet	-	-	-	10
Kijkt nooit	11			

Bron: Veldkamp Marktonderzoek, 1999

Acht van de elf genoemde Turkse zenders worden door meer dan de helft van alle ondervraagde Turken wel eens gezien. Dat was in 1995 veel minder: toen werden vier zenders door het merendeel wel eens gezien (van de negen) (Veldkamp Marktonderzoek, 1996). Zeven zenders worden door meer dan de helft thuis ontvangen. Men kijkt het meest naar TRT International, TGRT, ATV Satel en Show-tv.

Marokkanen

Marokkanen kunnen via de schotel een groot aantal televisiezenders uit de Arabische wereld ontvangen. Er is slechts één 'echte' Marokkaanse zender RTM1 (Radio Television Marocain). Naast deze ene Arabischtalige zender uit Marokko zijn er veel Arabischtalige zenders vanuit buurlanden zoals Algerije, Tunesië en Egypte te ontvangen, evenals zenders uit onder meer Saoedi Arabie en Qatar. In tegenstelling tot de Turkse commerciële zenders zijn alle (behalve Al Jazeera) Arabische televisiezenders staatszenders of indirect aan de staat gelieerde zenders. Het programma-aanbod voor Berbers is klein. Alleen RTM zendt dagelijks vijf minuten nieuws uit in drie Berbertalen. En in het begin van het jaar 2000 is de nieuwe televisiezender BRTV van start gegaan (die gericht is op Berbers). Dit is echter een gecodeerde zender waarvoor men moet betalen. Omdat weinig Marokkanen in Nederland standaard Arabisch spreken (het overgrote deel van alle Marokkanen in Nederland spreekt een Berbertaal), kunnen zij de meeste programma's op de satellietzenders niet goed volgen.

Tabel 11. Aanbod van Arabische tv-zenders (augustus 2000)

TV-zender	Omschrijving
RTM-1	Aandacht voor soaps, nieuws, kinderprogramma's, discussieprogramma's, documentaires (Engels), vooral Egyptische films, soms Marokkaanse. Voor elk van de drie soorten Berbertalen wordt een nieuwsblok van vijf minuten uitgezonden. Maken ook reportages over Marokkanen die in Europa wonen.
MBC	Saoedische zender vanuit Groot-Brittannië. Goed te volgen nieuwsprogramma's en elke dag tussen 21.00 en 23.00 uur een film. Doel van MBC is de Arabisch sprekende bevolking in Europa op de hoogte te houden van de ontwikkelingen in de Arabische wereld.
Al Jazeera	Zendt veel nieuws en documentaires uit. Heeft een prijs gewonnen voor de goede nieuwsuitzendingen. Brengt wereldnieuws op een objectieve en neutrale manier.
TV 7 Tunis	Zender vanuit Tunesië. Vooral gericht op amusement.
ART	Vergelijkbaar met RTM. Heeft verschillende themazenders zoals ART Music, ART Sport en ART Europe.
ESC	Egyptian Satellite Channel 1 en 2
Nile TV	Zender die erop gericht is om Egypte te verkopen aan het buitenland. Toont mooie landschapsbeelden. Niet gericht op Arabische bevolking.
ANN	Arab News Network. Arabische tegenhanger van CNN. Over het algemeen niet zo professioneel als Al Jazeera.
Syria Satellite Channel	Brede programmering met soaps, nieuws, muziek en film.
Algerian TV	Brede programmering met soaps, nieuws, muziek en film.
Libiz	Zender uit Libië, doet aan persoonlijke verheerlijking van Ghaddafi. Propaganda voor zijn groene boekje waarin zijn visie wordt beschreven.
Ahu Dhabi TV	-
ED TV Dubai	-
BRTV	Zender gericht op de Berbergemeenschap in zowel Europa als Noord-Afrika

Bron: Universiteit Twente/NPS, 2000

Veel Turkse en Marokkaanse televisiezenders zijn de spreekbuis van bepaalde religieuze of politieke stromingen of van de staat. Dit suggereert dat de meeste Turkse en Marokkaanse media niet altijd een objectieve berichtgeving nastreven. Onderzoek door een Duitse tegenhanger van de NPS, de omroep WDR, heeft ook uitgewezen dat Turken graag naar Turkse zenders kijken vanwege het amusement, maar dat ze het nieuws op deze zenders als minder objectief ervaren dan het Duitse nieuws (Eckhardt, 1996). Ook uit Nederlands onderzoek (d'Haenens, Beentjes & Bink, 2000) blijkt dat Turken en Marokkanen de media uit het moederland vaak niet als objectief beschouwen. Gezien in het licht van de recente gebeurtenissen in Amerika, gaat dit wellicht niet meer op. De Westerse media belichten de gebeurtenissen meer vanuit een westers perspectief. Daarom wenden allochtonen zich juist in deze tijden van crisis vaak tot de eigen satellietzenders.

Tabel 12. Gebruik van Arabische zenders, in %

	Kijkt wel eens (n=145)	Ontvangt thuis (n=145)	Ontvangt niet thuis (n=145)	Meest bekeken (n=70)
RTM-1	65	91	8	46
MBC London	67	95	5	33
DTV	25	86	14	-
Nile TV (Egypte)	30	95	5	-
Egyptian Satellite Channel	53	92	8	4
TN7	28	90	10	-
Al Jazeera	61	91	9	17
ANN	24	91	9	-
Overig	29	81	19	-
Weet niet	-	-	-	-
Kijkt nooit	20			

Bron: Veldkamp Marktonderzoek, 1999

Bij de Marokkanen worden vier van de acht zenders door het merendeel van de Marokkaanse respondenten wel eens gezien. Dat was in 1995 veel minder: toen was er slechts één zender (van de zeven) die door de meesten werd gezien (MBC London). Drie zenders worden door de meeste Marokkaanse respondenten thuis ontvangen. Men kijkt het meest naar RTM-1, MBC London en Al Jazeera. Hierbij moet worden opgemerkt dat MBC London in veel grote steden inmiddels van de kabel is gehaald, omdat het bedrijf weigerde Bumarechten voor gebruikte muziek te betalen. In de landelijke dagbladen is ook aandacht besteed aan verschillende Arabische zenders die in Nederland door moslims worden bekeken. Vooral de onafhankelijke pan-Arabische zender *Al Jazeera* kwam uitgebreid aan bod, omdat deze nieuwszender als enige Arabische zender een verslaggever in Afghanistan had ten tijde van de oorlog die Amerika met de Taliban voerde. Regelmatig waren er dan ook *live* beelden van deze nieuwszender op de Nederlandse televisie te zien.

Recente ontwikkelingen

Het aanbod aan Arabische zenders is breed. Zo'n honderd Arabische kanalen zijn er in Nederland te ontvangen met de Arabische tv-satellieten ArabSat, Astra, Eutelsat en NileSat. Een groot deel hiervan is in handen van de Arabische regimes. Met nieuws- en actualiteitenprogramma's proberen de regimes het eigen standpunt uit te dragen en het bewind te verheerlijken. Tevens is een belangrijk doel om de banden met de voormalige burgers in Europa te onderhouden. De betalingsbalans van landen als Egypte en Marokko drijft op de overmakingen van deze voormalige gastarbeiders aan hun achtergebleven familie (NRC Handelsblad, 29-9-'01).

In de Volkskrant van 6 oktober j.l. komen enkele Marokkanen die in Nederland wonen aan het woord over Al Jazeera. Veel Marokkanen roemen de objectiviteit van Al Jazeera en zien CNN als een zender die alleen maar Amerikaanse propaganda uitzendt. Onderwerpen uit het Midden-Oosten worden op Al Jazeera evenwichtiger behandeld, met volop aandacht voor de Arabische stem (Volkskrant, 6-10-'01). Al Jazeera zendt 24 uur per dag internationaal nieuws uit in een sobere BBC-stijl en richt zich op de Arabische kijker. Grote netwerken als CNN en de BBC zijn voor beelden uit Kabul afhankelijk geworden van het Arabische satellietkanaal, en de Amerikaanse regering is zich buitengewoon bewust van de invloed van het station met de 35 miljoen Arabisch sprekende kijkers (De Journalist, 2-11-'01). Als reactie op de overweldigende belangstelling voor Al Jazeera heeft kabelbedrijf Casema besloten om Al Jazeera met ingang van 1 november 2001 op de kabel uit te zenden. Nadeel is dat de zender onderdeel is van het Casema digitale wereldnieuwpakket en alleen ontvangen kan worden door abonnees van Casema Digitale Televisie (NVJ, 29-10-'01). Hiervoor moet een speciale decoder worden aangeschaft en relatief hoge abonnementskosten betaald. Het gaat in totaal om 40.000 abonnees in het midden en het westen van Nederland (Spits, 30-10-'01).

Uit recent onderzoek blijkt dat de satellietontvanger in opmars is in Nederland (De Volkskrant, 8-11-'01). Tot voor kort waren schotels vooral te vinden op de balkons van allochtone Nederlanders, maar ook autochtone Nederlanders kiezen steeds vaker voor een satellietverbinding. Beter beeld, meer zenders en geen gedoe meer met het kabelbedrijf geven de doorslag. Naar schatting 400 duizend Nederlanders hebben op hun dak, hun balkon of in de tuin een schotel laten installeren. En elke maand komen daar tussen de vijf- en tienduizend stuks bij, becijferen groothandels. Daarmee concurreert de satelliet steeds nadrukkelijker met de kabel, die nu circa 6 miljoen huishoudens van televisie voorziet. Groothandelaren zoals Algevex in Enschede en Rian in Waalre

bevestigen dat hun producten steeds meer aftrek vinden. 'De kabelbedrijven werken deze ontwikkeling in de hand. Ze halen zenders van de kabel en zetten er andere, minder interessante op. Logisch dat consumenten overstappen', aldus een woordvoerder van Rian (De Gooi- en Eemlander, 20-10-01). Bovendien neemt het aantal radio- en tv-zenders explosief toe. Van de honderden tv-stations die per satelliet te ontvangen zijn, kunnen er via de Europese Astra-satelliet zo'n zeventig gratis worden bekeken.

III Kijkgedrag

Er bestaan verschillende onderzoeken naar het mediagebruik van de vier grootste migrantengroeperingen in Nederland: Turken, Marokkanen, Surinamers en Antillianen. Net als de meeste autochtone kijkers, geven ze de voorkeur aan televisieprogramma's als het NOS-Journaal en Studio Sport en aan het amusement op RTL4. De voortschrijdende integratie van culturele minderheden komt het meest duidelijk tot uiting in het mediagebruik van de tweede en derde generaties. Zij zijn in Nederland opgegroeid en hebben Nederlands onderwijs genoten. Hun kijk- en luistergedrag vertoont daardoor meer overeenkomsten dan verschillen met dat van autochtone Nederlanders (OCW, 1999).

Voorals Turken en Antillianen kijken gemiddeld meer televisie dan de andere groepen, Chinezen en Nederlanders minder. We kunnen de kijktijden bij een aantal groepen vergelijken met gegevens uit 1992 en 1995. Bij de meeste groepen wordt er in 1998 meer tijd besteed aan televisie, vergeleken met 1992 of 1995.

Tabel 2. Aantal uren televisie kijken per week

	1992	1995	1998
Turken	22.7	31.5	30.3
Marokkanen	15.9	16.4	23.4
Surinamers	26.2	21.1	22.3
Antillianen	25.7	21.5	27.4
Chinezen	-	12.9	12.1
Molukkers	-	-	24.0
Nederlanders	-	15.5	17.3

Bron: Veldkamp Marktonderzoek, 1999

Tabel 3. Kijken naar tv-zenders (% vrijwel dagelijks)

	Tur. (n=145)	Mar. (n=146)	Sur. (n=149)	Ant. (n=143)	Chin. (n=137)	Moluk. (n=136)	Ned. (n=617)
Ned. 1	12	20	35	27	20	30	35
Ned. 2	13	21	30	24	22	25	34
Ned. 3	10	20	33	24	22	21	34
RTL 4	16	20	46	65	33	50	49
RTL 5	12	14	29	34	21	27	11
SBS 6	18	25	51	58	27	48	36
Veronica	18	15	51	44	26	37	26
TV10	2	3	12	13	3	4	X*
TMF	4	5	29	27	8	9	X*
MTV	4	3	18	16	4	5	6
Vlaamstalig	2	4	9	6	1	4	10
Duitstalig	2	1	-	2	-	1	3
Franstalig	2	6	1	1	-	1	1
Engelstalig	3	4	12	16	18	7	5
Regionaal	3	8	22	21	2	14	} 19
Lokaal	3	11	25	20	2	8	
Moederland	68	42	-	-	19	-	-

* niet gemeten

Bron: Veldkamp Marktonderzoek, 1999

Over het geheel genomen is het bereik van de publieke televisiezenders onder culturele minderheden lager dan onder autochtonen. Dit heeft deels te maken met de concurrentie van Turkse en Arabische satellietzenders. Hierbij moet wel benadrukt worden dat tussen een schotelverbinding met het land van herkomst en de mate van integratie in Nederland geen negatief verband bestaat (Veldkamp, 1996). De populariteit van satellietzenders uit de herkomstlanden vormt allereerst een signaal dat een omvangrijke groep migranten blijvend behoefte heeft aan programma's die aansluiten bij de 'eigen' taal en cultuur. Hiervan getuigt ook de belangstelling voor

uitzendingen van de OHM en de NMO. Interessant is in dit verband ook het relatief goede bereik en de goede waardering van lokale minderhedenprogrammering.

Het onderzoek 'Invloed Schotelantennes op kijkgedrag Turken en Marokkanen' gaat dieper in op cijfers rond de schotelantenne. In 1995 beschikt bij de Turken 42% over een schotelantenne (= 65 personen) en 58% niet. Bij de Marokkanen is het schotelbezit minder verspreid: 18% heeft een schotelantenne (= 27 personen). Bij de overige groepen die aan dit onderzoek hebben deelgenomen komt schotelbezit slechts sporadisch voor: bij 2% van de Surinamers, 1% van de Antillianen en bij 6% van de Chinezen. Men kijkt naar de eigen zenders om de eigen taal te horen, om het nieuws te volgen en vanuit de eigen cultuurbeleving. Op de eigen zenders kijkt men dan ook vooral naar nieuws, films en muziek. Marokkanen hebben daarnaast interesse in godsdienstige programma's en praatprogramma's. Sinds 1995 is het aanbod van Marokkaanse en Arabische zenders in Nederland toegenomen. Hoewel niet wetenschappelijk bewezen, zijn er ook aanwijzingen dat sinds 11 september de schotelverkoop onder Marokkanen sterk is gestegen. Bij de Turken onderscheiden schotelbezitters zich door een gemiddeld hoger opleidingsniveau. Bij Marokkanen is er een tendens dat juist niet-schotelbezitters hoger zijn opgeleid dan schotelbezitters en vaker een baan hebben. Er wordt wel opgemerkt dat de Turkse en Marokkaanse ouders naar de eigen zenders zouden kijken via de schotel en de kinderen op een ander toestel naar de Nederlandse zenders. Vooral bij Marokkaanse gezinnen zijn de kinderen meer geïnteresseerd in de Nederlandse zenders en de ouders meer in de eigen zenders. Sinds 11 september is de belangstelling voor de Arabische nieuwszender *Al Jazeera* enorm gestegen en dit zou een verklaring kunnen zijn voor de stijging in de schotelverkoop onder Marokkanen (zie voor meer informatie pag. 8).

IV Luistergedrag

Gemiddeld genomen besteden Turken, Marokkanen en Chinezen veel minder tijd aan het luisteren naar de radio dan Surinamers, Antillianen en Molukkers. Dit verschil wordt voornamelijk op de zaterdag en de zondag aangetroffen. Jonge Turken, Marokkanen, Chinezen en Molukkers luisteren meer naar de radio dan ouderen binnen deze groepen. Het omgekeerde is het geval bij de overige groepen; jonge Surinamers en Antillianen luisteren minder naar de radio dan de ouderen.

Tabel 4. Totale radio luistertijd, in uren/week.

	1992	1995	1998
Turken	8	3.6	5.3
Marokkanen	7.9	5.6	5.2
Surinamers	15.3	14.6	14.6
Antillianen	11.5	11.2	12.7
Chinezen	-	6.8	5.4
Nederlanders	-	14.0	16.3

Bron: Veldkamp Marktonderzoek, 1999

Wat de zendervoorkeur betreft, Sky Radio blijkt over het algemeen de meest populaire zender. De lokale omroep volgt op een tweede plaats, gevolgd door Radio 5 (de zender waarop doelgroepprogramma's worden uitgezonden), Yorin FM, Radio 538 en zenders uit het eigen land.

Tabel 5. Top zes zendervoorkeuren, in %

	Tur. (n=51)	Mar. (n=65)	Sur. (n=104)	Ant. (n=95)	Chin. (n=91)	Moluk. (n=118)
1. Sky Radio	31	17	35	40	31	46
2. Lokale omroep	12	22	55	13	1	3
3. Radio 5	6	28	7	9	38	3
4. Yorin FM	18	6	9	14	15	8
5. Radio 538	6	18	11	8	16	9
6. Uit eigen land	35	12	1	1	7	-

Bron: Veldkamp Marktonderzoek, 1999

Bij het luisteren naar de radio hebben jongeren een duidelijke voorkeur voor de kabel boven de ether en liggen de piekuren aan het begin van de avond, zo blijkt uit een onafhankelijk onderzoek uit 2000 van marktonderzoeksbureau Foquz.

Recente ontwikkelingen

Sinds januari 2001 is er een nieuw commercieel landelijk radiostation via de kabel te beluisteren, Colorful Radio. De zender richt zich op jongeren tussen de 13 en 35 jaar en heeft een multicultureel karakter. Verder hebben de vier publieke lokale zendgemachtigden van Amsterdam (Salto), Rotterdam (Slor), Den Haag (Omroep Hagelanden) en Utrecht (Omroep Utrecht) (G4) aan het eind van het jaar 2000 een plan uitgewerkt voor een gezamenlijk, professioneel radiostation dat zich richt op een jong, multicultureel luisterpubliek in de vier grote steden. Het ministerie van OCenW heeft voor dit initiatief FM-etherfrequenties gereserveerd. Bij de uitwerking van dit plan zijn ook de gemeentebesturen betrokken. De lokale allochtone omroepen zijn door de G4-stuurgroep niet betrokken bij de samenstelling van het plan. Uit onvrede is de Multiculturele Omroepstichting (MUST) opgericht, dat een eigen plan heeft ingediend bij het ministerie van OCenW. Op dit moment (december 2001) zijn er nog gesprekken gaande tussen het ministerie, de G4-stuurgroep, de gemeenteraden en MUST. Naar verwachting zal de grootstedelijke multiculturele jongerenzender niet voor 1 januari 2003 in de ether operationeel worden.

V Leesgedrag

De volgende cijfers hebben alleen betrekking op het lezen van kranten en tijdschriften. Vooral Turken en Chinezen lezen vaak een eigen krant. Bij Antillianen en Surinamers leest ongeveer de helft een eigen krant. Molukkers en met name Marokkanen lezen veel minder vaak een eigen krant. Het gaat hier trouwens niet alleen om dagbladen. Er zijn aanzienlijke verschillen tussen jongeren en ouderen wat betreft het lezen van eigen kranten en de tijd die daaraan besteed wordt.

Tabel 6. Het lezen van 'eigen' krant plus gemiddelde leestijd, in aantal min./week.

	Turk.	Mar.	Sur.	Ant.	Chin.	Moluk.
% lezen 'eigen' krant						
Jonger dan 35 jaar	75	13	42	44	51	27
35 jaar of ouder	75	15	60	65	89	34
Gem. aantal min./week						
Jonger dan 35 jaar	74	14	14	26	57	4
35 jaar of ouder	109	5	20	23	102	3

Bron: Veldkamp Marktonderzoek, 1999

Tabel 7. Het lezen van 'eigen' kranten en/of Nederlandse kranten, in %

	Turk. (n=150)	Mar. (n=148)	Sur. (n=150)	Ant. (n=150)	Chin. (n=141)	Moluk. (n=135)
Zowel eigen, als Ned. krant	41	13	47	47	35	32
Uitsluitend eigen krant	35	1	9	9	40	1
Uitsluitend Ned. krant	7	41	38	38	23	64
Noch eigen, noch Ned. krant	18	45	7	7	2	2

Bron: Veldkamp Marktonderzoek, 1999

Voorals bij Chinezen en Turken komt het vaak voor dat men uitsluitend de 'eigen' krant leest. Bij de andere groepen komt dat bijna niet voor. Opvallend is verder het hoge percentage Marokkanen dat noch een eigen krant, noch een Nederlandse krant leest. Het niet lezen van kranten komt veel voor bij oudere Marokkanen (59%). Van de jongere Marokkanen leest een derde geen kranten. Vooral oudere Chinezen en Turken lezen vaak uitsluitend eigen kranten (respectievelijk 54% en 44%). Bij de jongeren komt dat ook vaak voor bij Turken (28%). Jongeren lezen overwegend uitsluitend Nederlandse kranten, behalve Turkse jongeren. Bij de ouderen komt dat veel minder vaak voor, met uitzondering van oudere Molukkers.

Als gevraagd wordt wat de belangrijkste krant is die men leest, worden De Telegraaf, de Volkskrant en Algemeen Dagblad het meest genoemd. Regionale kranten worden vooral door Molukkers genoemd, maar dat zal een gevolg zijn van het verschil in woonplaats van Molukkers, vergeleken met de andere groepen die vooral in de grote steden wonen.

Molukkers, Chinezen en Turken lezen relatief vaak eigen tijdschriften. Molukkers lezen vaker Nederlandse tijdschriften dan Nederlanders, en Surinamers en Antillianen ongeveer even vaak. Turken, Marokkanen en Chinezen blijven daarbij ver achter. In hoeverre eigen tijdschriften en Nederlandse tijdschriften gelezen worden, blijkt uit de volgende tabel.

Tabel 8. Het lezen van 'eigen' en Nederlandse tijdschriften, in %

	Tur.	Mar.	Sur.	Ant.	Chin.	Moluk.	Ned.
Leest eigen tijdschriften							
- wel	34	9	13	20	43	52	-
- niet	66	91	87	80	57	48	-
Leest Ned. tijdschriften							
- wel	18	20	59	65	32	80	58
- niet	82	80	41	35	68	20	42

Bron: Veldkamp Marktonderzoek, 1999

VI Tot slot

De NPS, ism. de NOS, is op dit moment de enige organisatie die uitgebreid onderzoek doet naar het kijk- en luistergedrag van etnische minderheden in Nederland. Voorheen werd soortgelijk onderzoek verricht door Veldkamp Marktonderzoek, maar de NPS heeft dit jaar besloten om het onderzoek door de afdeling Kijk- en Luisteronderzoek van de NOS uit te laten voeren. Voor de afstemming van het landelijke en lokale media-aanbod op de programmawensen van allochtonen is het belangrijk dat omroepen en programmamakers op de hoogte zijn van het kijk- en luistergedrag van allochtonen. Universiteiten en onderzoeksinstituten zouden hier een belangrijke bijdrage aan kunnen leveren. Door op de hoogte te blijven van de wensen van de allochtone mediaconsument, kunnen de media beter insprijnen op behoeften vanuit verschillende etnische bevolkingsgroepen.

Ook is de opmars van het internetgebruik onder allochtonen een belangrijk aangrijpingspunt. Het internet biedt voor allochtonen talrijke mogelijkheden om informatie vanuit/over het geboorteland te verzamelen, oa. door emailcontact met familie en vrienden in het thuisland, via radiozenders vanuit het thuisland, via chatsites (zoals maroc.nl en maghreb.nl), via on-line kranten, etc. Steeds meer allochtonen weten de weg naar het internet te vinden, en via deze weg bestaat een uitgelezen mogelijkheid om allochtonen te bereiken. De volgende editie van 'Feiten & Cijfers' zal dan ook geheel in het teken staan van het thema 'allochtonen & internet'.

VII Relevante Literatuur

ADO jaarnaal (1997). *Eigen media*, 5(4): 4-6.

Aguirre, P. de, et al. (1992). Anders gekeken? Een exploratief onderzoek naar het mediagedrag van Turkse en Marokkaanse jongeren en volwassenen. In d'Haenens, L., Saeys, F. (1996). *Media en multiculturalisme in Vlaanderen*. Gent: Academia Press.

Berdowski, Z., van der Steenhoven, P. (1995). *Mediabereik etnische groepen in Amsterdam*. Amsterdam: O + S.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2001). *Allochtonen in Nederland 2001*. Voorburg/Heerlen: CBS.

Demmenie, J. & Spits, N.E. (1999). *Bladen voor culturele minderheden in Nederland. Een inventarisatie van gedrukte media (kranten, tijdschriften, nieuwsbrieven, informatiebulletins) gemaakt voor en door culturele minderheden in Nederland*. Den Haag: Bedrijfsfonds voor de Pers.

Dirks, A. & Teuwissen, L. (2001). 'Dit conflict is voor Al-Jazeera wat de Golfoorlog was voor CNN', De Journalist, 2 november 2001.

Eckhardt, J. (1996). Nutzung und Bewertung von Radio- und Fernsehsendungen für Ausländer, *Media Perspektieven*, 8: 451-461.

Genovesi, I.O. (2001). *De Arabische stem*, De Volkskrant, 6 oktober 2001.

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.

Intomart (1997). *Bereik en waardering van lokale omroep in Amsterdam*. Amsterdam: Intomart.

Kompagnie, A. (2001). *Iedere Turk heeft respect voor TRT-int.*, VPRO-gids, 13 november 2001.

Leurdijk, A., Wermuth, M., Hulst, J., van der (1998). *Minderhedenprogrammering in Nederland: aanbod en bereik van minderhedenprogrammering op radio en tv*. Amsterdam: ACS-i Media Research & Projects.

Luyendijk, J. (2001). *Televisie is propaganda*, NRC-Handelsblad, 29 september 2001.

MCA Communicatie (1997). *Radio- en televisie-gids allochtonen*. Utrecht: MCA Communicatie.

MCA Communicatie (1999). *Mediagids alloch-tonen 1999*. Utrecht: MCA Communicatie.

Milikowski, M. (1997). *Zappen tussen Kluivert en Hakan: Turkse jongeren en satelliet tv*. In Jeugd & sub-culturen en nieuwe media. Groningen: Unesco & Media GN.

Milikowski, M. (1999). Stoorzender of kata-lyser?: Turkse satelliet tv in Nederland, *Migrantenstudies*, 15(3): 170-190.

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen (1999). *Notitie Media- en Minderheden-beleid*. Zoetermeer: OCW.

NVJ (2001). *Casema zet Arabische nieuwszender Al Jazeera vanaf 1 november op de kabel* (persbericht op www.villamedia.nl), 29 oktober 2001.

Phalet, K., van Lotringen, C., Entzinger, H. (2000). *Beeldvorming en betekenis van de Islam*. Utrecht: Universiteit Utrecht.

Reijnen, A., van Duin, R. (1998). *Televisie en radio voor Rotterdammers*. Rotterdam: COS.

SALTO (1997). *Bereik en waardering van lokale omroep in Amsterdam in 1997*. Amsterdam: SALTO.

Schakenbos, E. & Marsman, G. (1988). *Migranten en de media: Een literatuurstudie naar trends in het mediagebruik van etnische minderheden in zes West-Europese landen*. Nijmegen: Masusa.

Schelfhout, E. & Verstraeten, H. (1998). *De rol van de media in de multiculturele samenleving*. Brussel: VUB Press.

Snijders, A. (1999). Tarantula's of doorgeefluik: Surinaamse media in Nederland, *De Journalist*, 1: 26-27.

Spits (2001). *Al-Jazeera op digitale televisie Casema*, Spits, 30 oktober 2001.

Staring, R. & Zorlu, S. (1996). Thuis voor de buis: Turkse migranten en satelliet-teevee, *Migranten-studies*, 12(4): 211-221.

Stoa & NVJ (1998). *Deskundigengids*. Utrecht/Amsterdam.

Sutter, W. de & Saeys, F. (1996). Bezit en gebruik van audiovisuele media van allochtone populaties. Een onderzoek uitgevoerd bij Gentse scholieren. In d'Haenens, L & Saeys, F. (1996) (red.). *Media en multiculturalisme in Vlaanderen*. Gent: Academia Press.

Teeffelen, G. van (2001). *Satellietshotel knaagt aan kabelmonopolie*, De Volkskrant, 8 november 2001.

Veldkamp Marktonderzoek (1996). *Invloed schotelantennes op kijkgedrag Turken en Marokkanen*. Amsterdam: Veldkamp Markt-onderzoek bv., in opdracht van Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen.

Veldkamp Marktonderzoek (1997). *Tijdsbesteding en mediagebruik allochtone jeugd 1997*. Amsterdam: Veldkamp Marktonderzoek bv.

Veldkamp Marktonderzoek (1999). *Mediagebruik etnische publieksgroepen 1998*. Amsterdam: Veldkamp Marktonderzoek bv., in opdracht van de Nederlandse Programma Stichting (NPS).

VIII Adressen

Stichting Omroep Allochtonen (Stoa)

Postbus 1234

3500 BE Utrecht

Telefoon: 030 – 230 22 40

Email: stoa@stoa.nl

Homepage: www.stoa.nl

NOS-Meer van Anders

Postbus 26444

1202 JJ Hilversum

Telefoon: 035 - 677 34 78

E-mail: meervananders@nos.nl

Homepage: www.omroep.nl/meervananders

Colofon

De serie '*Feiten & Cijfers*' wordt uitgegeven door:

Stichting Omroep en Allochtonen (STOA)
Postbus 1234
3500 BE Utrecht
Tel. 030-230 22 40

Samenstelling:
Susan Bink, medewerker desk research (subink@stoa.nl)

Deze uitgave van de Stichting Omroep en Allochtonen (STOA) is met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Stoa kan echter niet volledig instaan voor het wetenschappelijke juistheid ervan en neemt derhalve geen verantwoordelijkheid voor mogelijke fouten. Deze uitgave of delen ervan mogen vrijelijk worden verspreid met bronvermelding. Bij verspreiding van de gegevens stellen wij het op prijs hiervan op de hoogte te worden gesteld.