

Kijken naar de 'eigen' zender

De behoefte aan zenders uit het land van herkomst

Colofon

uitgave

Afdeling Bestuursinformatie
Sector Bestuurszaken
Gemeente Utrecht
Postbus 16200
3500 CE Utrecht
030 286 1350
bestuursinformatie@utrecht.nl

in opdracht van

Utrechtse Programmaraad

internet

Bestuursinformatie: www.onderzoek.utrecht.nl
Utrechtse Programmaraad: www.utrecht.nl/programmaraad

rapportage

Suzanne Wolf

informatie

Suzanne Wolf
(030) 286 1341

grafieken

Ad van den Dijssel

bronvermelding

Het overnemen van gegevens uit deze publicatie is toegestaan met de bronvermelding: Bestuursinformatie, gemeente Utrecht

Oktober 2003

Samenvatting

In dit rapport is gekeken naar de belangstelling voor televisie uit het land van herkomst bij Turken, Grieken, Italianen en Spaanstaligen. Uit het kijkgedrag van de landelijke Turkse bevolking blijkt duidelijk een sterke oriëntatie op de Turkse media en op de zender TRT. Over de Grieken, Italianen en Spaanstaligen is echter geen onderzoeksmateriaal over het kijkgedrag aanwezig.

Als de verschillende groepen bekeken worden op grond van hun bevolkingssamenstelling dan lijken de Turken en vervolgens de Grieken het meest op het land van herkomst gericht. Een groter deel is zelf als eerste generatie migrant ooit naar Nederland gekomen en de tweede generatie heeft vaker beide ouders uit het land van herkomst. De Italianen zijn van deze vier doelgroepen het meest geïntegreerd in de Nederlandse samenleving. Zestig procent heeft zelfs een Nederlandse ouder. De Spaanstaligen vormen een vrij diverse groep met onder andere veel nieuwe migranten uit Zuid- en Midden-Amerika. De cultuur en informatie over het land Spanje is wellicht minder interessant voor hen. Zij lijken daarom het minst gericht op de 'eigen' Spaanse zender.

Terwijl er circa vijfendertighonderd Turkse huishoudens in de stad wonen, bedraagt het aantal Griekse, Italiaanse en Spaanstalige huishoudens respectievelijk zeshonderd, vijfhonderd en negenhonderd huishoudens op een totaal aantal van 135 duizend huishoudens in Utrecht.

Aanpak

Het onderzoek in dit rapport is deels verricht door middel van literatuuronderzoek op basis van bestaande onderzoeken naar het mediagedrag en -oriëntatie van allochtonen. Over de Grieken, Italianen en Spaanstaligen is echter geen onderzoeksmateriaal aanwezig. Daarom is gebruik gemaakt van informatie zoals migratiegeneratie, woontijd en geboorteland van de ouders. Daarbij wordt uitgegaan van de veronderstelling dat de eerste generatie, de migranten met een korte woontijd in Nederland en de tweede generatie migranten met beide ouders uit het land van herkomst het sterkst op het land van herkomst georiënteerd zijn. Naar verwachting zullen zij in dat geval ook meer naar de 'eigen' zenders kijken.

Omdat er op dit moment geen Arabische zender is waarvoor de auteursrechten geregeld zijn, maken Marokkanen geen deel uit van dit onderzoek.

Oriëntatie op land van herkomst sterkst bij Turken en Grieken

Op grond van gegevens over de bevolkingssamenstelling kan geconcludeerd worden dat Turken en Grieken vergeleken met Italianen en Spaanstaligen het sterkst op het land van herkomst georiënteerd zijn. De Italianen lijken juist sterker op Nederland georiënteerd dan de andere drie groepen. De Spaanstaligen lijken niet zo sterk op Nederland ingesteld, maar gezien de herkomst van deze groep richten zij zich waarschijnlijk niet alleen op Spanje, maar ook op Zuid- en Midden-Amerika. Hun belangstelling voor de Spaanse televisiezender zal daarom geringer zijn.

Aandacht verschoven van doelgroepbeleid naar integraal multicultureel beleid

Begin jaren tachtig werd binnen het Nederlands mediaanbod aandacht besteed aan specifieke doelgroepen, waaronder de groepen die in dit onderzoek van belang zijn: Turken, Italianen, Grieken en Spanjaarden. Tegenwoordig is het aanbod gericht op de multiculturele samenleving als geheel, waarbij impliciet wordt uitgegaan van de grootste niet-westerse bevolkingsgroepen. Aan de Zuid Europese migrantengroepen die al langer in Nederland aanwezig zijn wordt in het beleid geen specifieke aandacht besteed.

Turkse Utrechters kijken veel naar de Turkse tv, onder andere naar TRT

In Utrecht wonen 12 duizend Turken. Het gaat om circa vijfendertighonderd huishoudens. Ruim de helft is een eerste generatie migrant. De tweede generatie is jonger dan 29 jaar en heeft veelal twee in Turkije geboren ouders. Omdat veel migranten in de afgelopen jaren zelf naar Nederland zijn gemigreerd is de oriëntatie op Turkije erg sterk.

Turkse Utrechters kijken vaker dan autochtone Utrechters naar de televisie, maar minder vaak naar de Nederlandse zenders. De Turkse kijker is sterk gericht op de zenders uit het land van herkomst. Dit geldt voor zowel de eerste als de tweede generatie. Zij kijken liever naar de commerciële Turkse zenders dan naar de staatszender TRT International. TRT hoort echter wel bij de 4 best bekeken zenders, ook bij de satellietbezitters. TRT International voorziet dus duidelijk in een behoefte.

Griekse Utrechters blijven sterk gericht op landgenoten

De groep Grieken vormt met vijftienhonderd personen een grotere groep dan de Italianen. Het aantal Griekse huishoudens in de stad bedraagt bijna zeshonderd. Opvallend is dat deze groep voor bijna tweederde uit de eerste generatie bestaat. Omdat de tweede generatie vaker twee in Griekenland geboren ouders heeft, zullen ook zij meer op hun land van herkomst gericht zijn dan de Italiaanse tweede generatie.

Italianen in Utrecht oriënteren zich minder sterk op herkomstland

In Utrecht zijn circa vijfhonderd Italiaanse huishoudens. De duizend Italianen die in Utrecht wonen bestaan voor iets meer dan de helft uit eerste generatie migranten. De tweede generatie heeft, in tegenstelling tot de Turkse en Griekse groep, in tweederde van de gevallen een Nederlandse ouder (meestel de moeder). Het lijkt er daarom op dat de Italianen zich meer mengen in de Nederlandse samenleving dan de overige drie groepen.

Veel Spaanstaligen in Utrecht komen uit Zuid- en Midden-Amerika

De Spaanstaligen vormen een zeer diverse groep. Van de tweeduizend Spaanstaligen heeft de helft de Spaanse etniciteit. Tweederde is zelf in het buitenland geboren. De tweede generatie bestaat voor een groot deel uit kinderen en heeft vaak één in Nederland geboren ouder. Slechts een klein deel van de tweede generatie heeft ouders die beiden in Spanje (16%) of een Spaanstalig land (3%) zijn geboren. Er zijn circa negenhonderd Spaanstalige huishoudens, waarvan vierhonderd huishoudens met een hoofd met een Spaanse etniciteit. De overige Spaanstalige huishoudens hebben een Zuid- of Middenamerikaanse etniciteit.

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	3
1 Inleiding.....	7
2 Nederlandse media-initiatieven gericht op allochtone doelgroepen	9
3 Het kijkgedrag van Turkse kijkers	11
4 Samenstelling van de etnische groepen.....	17
Literatuur	27
Bijlage I Overzicht Turkse zenders vanuit Turkije	29
Bijlage II Alle inwoners van Utrecht naar etniciteit.....	31
Bijlage III Samenstelling Spaanstalige groep	33

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

De Utrechtse Programmaraad (UPR) adviseert namens de bevolking van de stad welke radio en televisiezenders in het basispakket op de kabel worden aangeboden. Het basispakket voor de tv bestaat uit 15 zenders, waarvan er 7 verplicht zijn (de Nederlandse en Vlaamse publieke zenders).

De Programmaraad geeft zwaarwegend advies over de invulling van de resterende 8 kanalen. Bij de invulling houdt de UPR rekening met bestaande behoeften in de stad. Nadrukkelijk wordt ook de diversiteit binnen het pakket gewaarborgd. Hieronder valt ook het bieden van ruimte voor 'eigen' kanalen voor de diverse in Utrecht aanwezige etnische groepen. Om deze reden worden er in 2002/2003 drie kanalen opgevuld met respectievelijk de Turkse zender TRT-Int, de Griekse zender ERT en de Italiaanse zender RAI UNO.

Bij de Utrechtse Programmaraad is de vraag gerezen of de drie bovengenoemde zenders daadwerkelijk in een behoefte voorzien. Op grond van deze situatie wordt in dit rapport onderzocht hoe groot de behoefte is aan een zender uit eigen land onder de 3 betreffende bevolkingsgroepen, namelijk Turken, Italianen en Grieken. De UPR wil graag ook soortgelijke informatie over de Spaanstaligen.

Omdat er op dit moment geen Marokkaanse of Arabische zender beschikbaar is voor de kabel (omdat de auteursrechten niet geregeld zijn) wordt de Marokkaanse bevolkingsgroep niet meegenomen in dit onderzoek.

Factoren die bij dit onderzoek een rol spelen, zijn de samenstelling en relatieve omvang van deze groepen ten opzichte van de gehele Utrechtse bevolking en andere etnische groepen, de behoefte aan 'eigen' zenders en het (huidige) kijkgedrag.

1.2 Het doel van het onderzoek

De hoofddoelstellingen van het onderzoek zijn:

- Inzicht bieden in de belangstelling voor de nu aangeboden tv-zender uit eigen land
- Inzicht bieden in de aard van het kijkgedrag (hoe vaak en hoe lang)
- Het vaststellen van de omvang en samenstelling van de 4 doelgroepen

In het onderzoek wordt niet ingegaan op het kijkgedrag van bijvoorbeeld Nederlanders die belangstelling hebben voor een bepaalde taal of cultuur. Ook wordt het kabelpakket voor de radio buiten beschouwing gelaten.

1.3 Aanpak

Het onderzoek in dit rapport is deels verricht door middel van literatuuronderzoek op basis van bestaande onderzoeken naar het mediagedrag en -oriëntatie van allochtonen. De gevonden onderzoeken zijn vaak landelijk en betreffen soms ook andere allochtone bevolkingsgroepen. Er is alleen recente informatie beschikbaar over Turken, Marokkanen, Surinamers en Antillianen. In de literatuur van de afgelopen 15 jaar is echter geen aandacht besteed aan Grieken, Italianen en Spaanstaligen.

Daarom is er aanvullend demografisch onderzoek verricht. Hierbij is gekeken naar gegevens die de mate van integratie, en daarmee, naar verwachting, ook de oriëntatie kunnen aangeven.

1.4 Leeswijzer

Het rapport begint met een schets van het op mediagebied bestaand aanbod voor allochtonen binnen Nederland. Dit dient als kader.

Vervolgens wordt op grond van literatuuronderzoek een beeld geschetst van het kijkgedrag en de wensen van allochtonen. Hierbij wordt in verband met het beschikbare materiaal gefocused op de Turkse groep kijkers.

Zoals gezegd, is er over de 3 Zuideuropese groepen geen informatie met betrekking tot hun mediagedrag beschikbaar. Daarom worden deze doelgroepen op basis van hun bevolkingssamenstelling in Utrecht beschreven. Hierbij wordt met name ingegaan op informatie die van belang kan zijn voor het kijkgedrag en oriëntatie op het thuisland: leeftijd, eerste/tweede generatie en woonduur in Nederland. Op basis van deze gegevens wordt geprobeerd om tot een indicatie te komen met betrekking tot de behoefte aan televisiezenders voor elk van de doelgroepen.

2 Nederlandse media-initiatieven gericht op allochtone doelgroepen

Zo'n twintig jaar geleden werd binnen het Nederlands media-aanbod aandacht besteed aan specifieke doelgroepen, waaronder de groepen die in dit onderzoek van belang zijn: Turken, Italianen, Grieken en Spanjaarden. Tegenwoordig is het aanbod gericht op de multiculturele samenleving als geheel, waarbij impliciet uitgegaan wordt van de vier grootste niet-westerse bevolkingsgroepen: Turken, Marokkanen, Surinamers en Antillianen. Aan de Zuid Europese migrantengroepen die al langer in Nederland aanwezig zijn wordt in het beleid geen specifieke aandacht besteed.

2.1 In de jaren tachtig aandacht voor de diverse doelgroepen

Om een indruk te krijgen van de huidige positie van de allochtone groepen in de Nederlandse media en de ontwikkelingen die daartoe geleid hebben, wordt in dit hoofdstuk een beeld geschetst van de afgelopen decennia.

Begin jaren tachtig zond de NOS doelgroepprogramma's uit voor Turken, Marokkanen, Spanjaarden, Portugezen, Italianen, Kaapverdiënen, Joegoslaven en Grieken. In deze programma's werden zij wegwijs gemaakt in de Nederlandse samenleving en werd antwoord gegeven op vragen als: Hoe vind ik werk, hoe vind ik een woning en hoe herenig ik mijn gezin?

In 1983 wordt zowel in de Minderhedennota als in de Medianota aandacht besteed aan de achterstandspositie van minderheden wat betreft het gebruik van massamedia in Nederland. Hierbij wordt onderkend dat minderheden een behoefte hebben aan:

- informatie over specifiek voor minderheden bedoelde beleidsmaatregelen;
- programma's die grotendeels bestaan uit kunst- en cultuuruitingen en amusement uit hun land van herkomst.

Daarnaast vindt de regering dat speciaal voor minderheden bestemde programma's de gelijkwaardige deelname en ontplooiingskansen kunnen vergroten. Daarom werd in de laatste helft van de jaren tachtig integratie, maar tegelijkertijd ook de eigen cultuur en ontspanning, belangrijker.

In 1989 werd dit beleid doorbroken toen de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) besloot om integratie- en cultuurbeleid te ontkoppelen. Dit betekende het einde van landelijke Nederlandse televisieprogramma's die specifiek op een bepaalde etnische groep waren gericht. Dergelijke programma's werden de verantwoordelijkheid van de lokale en regionale media.

Wel is op de nationale televisie aandacht voor diverse geloofsrichtingen. Binnen het publieke stelsel richten de Nederlandse Moslim Omroep (NMO), de Organisatie voor Hindoe Media (OHM) en de Evangelische Omroep (EO) zich op de religies van de allochtone groepen.

2.2 Tegenwoordig integraal beleid voor de multiculturele samenleving

In 2000 is op initiatief van de minister van Grote Steden en Integratiebeleid, Van Boxtel, en de staatssecretaris van OC&W, Van der Ploeg, en in overleg met de vier grote steden besloten om de centrale productieorganisatie Multiculturele Televisie Nederland (MTNL) op te richten. De MTNL (Multiculturele Televisie Nederland) heeft als taak een bovenlokaal programma-aanbod voor Turken, Marokkanen, Surinamers en Antillianen te creëren.

Daarnaast bestaan er op dit moment andere organisaties die zich op één of andere wijze op allochtonen richten, zoals FunX (een multiculturele en grootstedelijke radiostation voor jongeren), Bureau Beeldvorming en Diversiteit (van de Publieke Omroep; voorheen Meer van Anders geheten), Mixed

Media (allochtonen in de journalistiek), het bureau Migranten & Media van de Nederlandse Vereniging van Journalisten, de Deskundigengids (een overzicht van allochtone experts), Mira Media en diverse projecten van OLON (Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland). Als gevolg van deze initiatieven zijn er op de reguliere televisie multiculturele programma's te zien als Bradaz, Circus Kiekeboe, Dunya en Desie, Najib en Julia, Roots en Routes, Surinamers zijn beter dan Turken/Marokkanen, Urbania etc.

Wat betreft de commerciële zenders is Colorful Radio een landelijke multiculturele radiozender dat sinds 2003 niet meer in de ether, maar wel in diverse gebieden via de kabel, te beluisteren is.

Bovengenoemde multiculturele initiatieven richten zich voornamelijk op de vier grootste of op de nieuwere migrantengroepen. Aan Zuidoepese migranten wordt geen aandacht meer besteed.

2.3 Multicultureel aanbod op de lokale televisie

In Utrecht zendt StadsTV Utrecht in het weekend producties van MTNL uit. Verder is er op het Open Kanaal ruimte voor allochtone en/of anderstalige programma's. Het is vrij lastig om als kijker aan informatie over het programma-aanbod op het Open Kanaal te komen.

3 Het kijkgedrag van Turkse kijkers

Turkse Utrechters kijken vaker dan autochtone Utrechters naar de televisie, maar minder vaak naar de Nederlandse zenders. De Turkse kijker is sterk gericht op de zenders uit het land van herkomst. Dit geldt voor zowel de eerste als de tweede generatie. Zij kijken liever naar de commerciële Turkse zenders dan naar de staatszender TRT International. TRT hoort echter wel duidelijk bij de 4 best bekeken zenders, ook bij de satellietbezitters. TRT International voorziet dus duidelijk in een behoefte.

3.1 Onderzoeksmateriaal niet gericht op Grieken, Italianen en Spaanstaligen

Er zijn geen officiële kijkcijfers van allochtonen beschikbaar. Als die wel beschikbaar waren geweest zouden ze overigens alleen betrekking hebben op het bekijken van de Nederlandse zenders en geen inzicht geven in de behoefte aan zenders uit het land van herkomst. Op grond van bestaand (landelijk) onderzoek is wel informatie over het kijkgedrag en behoeftes van allochtone kijkers te vinden. Deze onderzoeken betreffen echter vrijwel alleen Marokkanen en Turken. Daarom kan in dit rapport op basis van deze onderzoeken alleen over de Turkse kijkers uitspraken worden gedaan. In het volgende hoofdstuk wordt een poging gedaan om bij de overige doelgroepen op basis van de demografische beschrijving de behoefte aan een 'eigen' zender vast te stellen.

3.2 Verschuiving van de informatiebehoefte

In de jaren tachtig is men in Nederland begonnen met onderzoek naar de informatievraag van allochtonen. In die tijd bleek dat migranten zowel behoefte hadden aan informatie over hoe zaken in Nederland geregeld zijn als over hun land van herkomst en landgenoten. In latere jaren is de behoefte aan amusement toegenomen. Omdat migranten vaak moeite hadden om de Nederlandse televisie te begrijpen hadden zij behoefte aan programma's in de eigen taal.

In het midden van de jaren negentig richtte het kijkgedrag zich meer op informatie. Turkse kijkers prefereren, voor zover ze naar de Nederlandse televisie kijken, het nieuws en andere informatieve programma's. De behoefte aan informatie over het land van herkomst blijft echter bestaan (Schothorst&Bronner).

Bijna 40% van de Turken heeft problemen met het spreken van de Nederlandse taal en bijna 60% met lezen. Deze percentages zijn circa 10 procentpunten ongunstiger vergeleken met de Marokkanen (SPVA-98, ISEO & SCP). Turkse jongeren beheersen over het algemeen zowel de Nederlandse als de Turkse taal goed. Toch willen zij over zowel Nederland als over Turkije nieuws ontvangen. Verder luisteren ze ook graag naar nieuws uit hun land van herkomst (Schothorst&Bronner). Ook uit een onderzoek van de Katholieke Universiteit Nijmegen (2000) blijkt dat allochtone jongeren kritisch naar de berichtgeving kijken en luisteren en de informatie tussen Nederlandse bronnen en bronnen in het thuisland willen kunnen vergelijken. Deze zaken vinden ze niet meer bij de landelijke publieke omroep. Allochtonen richten zich daarom steeds meer op de lokale televisie (in de grote steden), video en satelliet.

3.3 Sterke belangstelling voor zenders uit herkomstland

Door de geringe taalbeheersing van de Turkse bevolking in Nederland ontstaat er een praktische behoefte aan 'eigen' zenders. Ook de verbondenheid met het land van oorsprong speelt echter een belangrijke rol.

Uit de verschillende onderzoeken komt naar voren dat Turken, qua mediagebruik, meer gericht zijn op Turkije dan Marokkanen op Marokko. Dat de Turkse bevolking veel vaker naar zenders uit het land van herkomst kijkt (68%) vergeleken met Marokkanen (42%) komt onder andere door de grotere beschikbaarheid van deze zenders. Turkse zenders waren ook voor 2001 in meer steden beschikbaar op de kabel dan Marokkaanse. Daarnaast zijn veel Turkse zenders (tot nu toe) ook eenvoudiger met een satellietzender te ontvangen; dat wil zeggen met een analoge in plaats van digitale ontvangst. Een derde reden kan liggen in de taalbarrière van Marokkanen. Veel Marokkanen beheersen alleen het Berbers of kunnen wel Arabisch spreken, maar niet schrijven. Hoe dan ook, de Turkse gemeenschap in Nederland heeft duidelijk een hechte band met Turkije. Sterker nog, met name de jongeren vertonen een transnationaal mediagedrag waardoor zij (gevoelsmatig) in meer dan één land leven (Phalet, 2000).

3.4 Turken kijken veel minder vaak naar Nederlandse zenders dan Nederlanders

In 1998/1999 zijn de meest recente kijkcijfers van diverse allochtone groepen onderzocht door Veldkamp Marktonderzoek. De NOS heeft dit onderzoek overgenomen en zal in de loop van 2003 nieuwe cijfers publiceren in het rapport 'Mediagebruik Etnische Publieksgroepen'.

In 1995 werd door de Turkse kijkers van de 23 uur die er wekelijks naar de tv werd gekeken 20 uur op TRT afgestemd (Veldkamp). Ook in 1998 kijken Turken veel naar Turkse zenders. Onderstaande cijfers zijn uiteraard sterk beïnvloed door de ontvangstmogelijkheden van zenders via kabel of satelliet.

De meest populaire Nederlandse televisiezenders waar vrijwel dagelijks naar gekeken wordt

	Turkse kijkers	autochtone kijkers
Zenders uit land van herkomst	68%	n.v.t.
SBS6	18%	36%
Veronica	18%	26%
RTL4	16%	49%
Ned 2	13%	34%
Ned 1	12%	35%
RTL5	12%	11%
Ned 3	10%	34%
TMF	4%	onb.
MTV	4%	6%
Regionale zender	3%	}19%
Lokale zender	3%	

Bron: Veldkamp Marktonderzoek, 1998

Als we de zenders uit het land van herkomst negeren, dan blijkt dat over het algemeen de commerciële zenders het vaakst worden bekeken door de Turkse kijkers. Met name SBS6, Veronica (in 1998) en RTL4 zijn erg populair. Net als onder autochtonen wordt graag gekeken naar het NOS-journaal, Studio Sport en amusement. Ook uit een onderzoek van Direct Company uit 1998 blijkt dat Turkse jongeren graag naar soaps, reality tv en spelletjes kijken. De tweede generatie heeft een kijkgedrag dat sterk lijkt op dat van autochtone Nederlanders (MiraMedia, 2003).

Toch is het percentage Turken dat dagelijks naar de Nederlandse commerciële zenders kijkt veel kleiner dan het percentage autochtonen. Alleen RTL5 wordt door Turkse en autochtone Nederlanders even goed bekeken.

Op lokale en regionale zenders worden vaak programma's vertoond die gericht zijn op verschillende etnische groeperingen. Van de Turkse kijkers is 55% niet van het bestaan van deze programma's op de hoogte. Degenen die deze programma's wel kennen, hebben hier duidelijk wel belangstelling voor (Motivaction).

3.5 Zowel satellietshotels als kabelaansluiting gewenst

Aangezien van de zenders uit Turkije alleen TRT International in het basispakket op de kabel wordt aangeboden, en dat alleen in een aantal gebieden in Nederland, moeten Turken dus wel over een schotelantenne beschikken om de eigen zenders te kunnen ontvangen.

De aanwezigheid van schotelantennes in het huidige straatbeeld maakt al duidelijk dat veel allochtonen ook daadwerkelijk beschikken over mogelijkheden om zenders uit hun land van herkomst te ontvangen. Het afgelopen decennium is het aantal huishoudens dat over een satellietshotel beschikt duidelijk gegroeid. Sinds in 1996 de Arabischtalige zender MBC van de Amsterdamse kabel verdween zijn Marokkanen massaal op de schotels overgegaan. Toen in 2001 overal in het land MBC, als gevolg van een geschil over auteursrechten van de kabel verdween, gebeurde hetzelfde in andere steden.

Hoewel er voor de Turkse kijkers wel aanbod uit het thuisland in het basispakket beschikbaar is, is het aandeel Turkse satellietshotelbezitters hoger dan onder de Marokkanen. In 1998 had 73% van de Turkse huishoudens een schotelaansluiting. Een iets hoger percentage, namelijk 76%, beschikt over een kabelaansluiting. Dit betekent dus dat veel Turkse huishoudens via beide aansluitingen zenders willen ontvangen.

Bij de andere grote allochtone doelgroepen en de autochtone Nederlanders ligt het percentage kabelaansluitingen hoger.

Sinds 2003 gelden overigens landelijke regels voor het plaatsen van een satellietshotel aan de woning. Hierdoor is het niet voor iedereen mogelijk om een schotel te plaatsen. Een schotel mag niet bij een monument of in een beschermd stads- of dorpsgezicht worden geplaatst. Voor het plaatsen aan de voorgevel geldt dat een bouwvergunning nodig is (Ministerie van VROM, 2003). De uitwerking van deze regel is nog niet duidelijk.

3.6 Intensiteit kijkgedrag

Vanwege problemen met de Nederlandse taal luisteren Turken 7 uur per week minder naar de radio dan gemiddeld in Nederland en kijken ze circa 11 uur per week meer tv. Als de video meegeerekend wordt, dan kijken Turkse kijkers gemiddeld 4 uur per dag meer naar tv en video dan autochtone kijkers. Dit laatste doen zij door ook 's ochtends vaker naar tv te kijken (MCA Communicatie). Waarschijnlijk staat de tv in werkelijkheid vaker aan dan uit deze onderzoeken naar voren komt, omdat veel allochtone gezinnen de televisie vrijwel de hele dag aan laten zonder er bewust naar te kijken.

Uit een Rotterdams onderzoek bleek dat 1 op de 3 Turkse jongvolwassenen vooral of alleen naar de eigen zenders kijkt. De meest populaire zenders zijn TRT internationaal (de op de kabel te ontvangen zender van de staats-tv), TGRT, ATV Satel en Show-TV. Bijlage I bevat een overzicht en beschrijving van Turkse zenders.

MCA Communicatie kwam in 2001 in een onderzoek onder Turken met schotel in de grote vier steden tot een iets andere volgorde (zie eerste kolom).

Naar welke internationale Turkse tv-zenders kijkt u regelmatig?, gevraagd aan bezitters van een satelliet-schotel (alleen de meest bekeken Turkse zenders worden getoond).

Zender	% Turkse kijkers in Nederland	% Turkse kijkers in Duitsland
ATV Satel	46	37
Show TV	43	40
TRT	39	30
Kanal D	35	32
Star TV	21	19
TGRT	20	18

Bron: Nederland: MCA Communicatie, 2001; Duitsland: Weiss & Trebbe, 2001

Uit de eerste kolom van de tabel hierboven valt af te leiden dat ATV, ShowTV, TRT en Kanal D de best bekeken zenders zijn. ATV, Show TV en Kanal D zijn commerciële zenders met veel amusement, zoals films, soaps en muziek. TRT is een staatszender. TRT international is minder populair dan de commerciële zenders, maar zit duidelijk in de top 4 van de best bekeken zenders. Ook in Duitsland is een onderzoek gehouden onder Turken met en zonder satelliet-schotel. Uit het lijstje met meest bekeken televisiezenders blijkt dat beide groepen, ongeacht het bezit van een schotel, vrijwel evenveel naar de Duitse zenders kijken. De groep met schotel kijkt daarbovenop ook vrij vaak naar Turkse zenders. De meest populaire Turkse zenders zijn dezelfde als in Nederland (de tweede kolom van bovenstaande tabel).

3.7 Schotelbezit is gemeengoed geworden

Uit drie in verschillende periode verrichte onderzoeken komt een verschillend beeld naar voren van de relatie tussen sociaal-economische klasse en integratie enerzijds en schotelbezit anderzijds.

Uit een onderzoek van 1996 bleek dat Turkse schotelbezitters gemiddeld hoger opgeleid zijn dan niet schotelbezitters, terwijl dat bij Marokkanen andersom is (Veldkamp/OCW).

Twee jaar later bleek uit een ander onderzoek dat er tussen schotelverbinding met het land van herkomst en de mate van integratie in Nederland geen negatief verband bestaat (Leurdijk, Wer-muth&van der Hulst, 1998).

Uit onderzoek van de Universiteit van Utrecht in 2000 (Phalet) bleek een significante relatie tussen enerzijds het 'etnisch gericht zijn' van het mediagebruik van Turkse en Marokkaanse jongeren en anderzijds migratiegeneratie, opleiding, leeftijd en geslacht. De eerste generatie, de laagopgeleiden, de 'oudere' jongeren en vrouwen zijn meer op de eigen etnische groep georiënteerd.

Een recent onderzoek van de KUN onder een beperkt aantal jongeren in 2001 wijst er echter op dat vrijwel alle Turkse jongeren van 12 t/m 19 uit een lage of midden sociaal-economische klasse thuis naar de satelliet kunnen kijken, terwijl dit bij Turkse jongeren in de hogere sociaal-economische klasse tweederde is (van Summeren& d'Haenens, 2001).

Het lijkt er dus op alsof het bezit van een satelliet-schotel 10 jaar geleden onder de hoogst opgeleiden begon, maar dat het bezit en gebruik ondertussen gemeengoed is en bij hoger opgeleiden een steeds minder belangrijke rol speelt.

Ook Schothorst&Bronner (1995) constateerden dat terwijl in de jaren tachtig vooral de minder geïntegreerde groepen naar de doelgroepprogramma's keken, dit in de jaren negentig veranderde. Allochtonen, ongeacht de mate van integratie, verdeelden hun tijd over Nederlandse programma's voor de eigen groep, reguliere Nederlandse programma's en eigen buitenlandse zenders.

3.8 Internet biedt mogelijkheden voor transnationaal mediagedrag.

Op het gebied van internet volgen nieuwe mogelijkheden van digitalisering van het aanbod en distributie elkaar snel op. Internet biedt allochtone omroepen de mogelijkheid om hun programma's bij hun doelgroepen te krijgen. Verschillende radio- en tv-organisaties die bij een lokale

zender zijn aangesloten beschikken al over een eigen internetsite waarmee naar de radio geluisterd kan worden. In de toekomst zullen ook steeds vaker tv-programma's, films en teletekst via internet te bekijken zijn. Televisie en internet wordt vaak als een compleet 'mediapakket' aangeboden, waarbij op teletekst of op internet meer informatie over de tv-programma's te vinden is. Nu al is het gangbaar om via internet kranten te lezen en naar radiozenders te luisteren uit het thuisland. De portal www.omroep.nl/multicultuur biedt toegang tot de multiculturele radio en tv-programma's van de publieke omroep.

Op dit moment hebben Turkse huishoudens minder vaak een internetaansluiting in huis vergeleken met autochtone huishoudens. Zij internetten echter vaker op een andere plek dan thuis of op het werk. E-mailen naar collega's, vrienden, familie of andere personen in het buitenland, maar ook chatten, discussiëren op nieuwsgroepen en spelletjes spelen is daarbij populair. Populairder dan onder autochtonen. Daar staat tegenover dat 20% van de Turken (vooral ouderen) zegt niet te weten wat internet is (Motivaction).

Net zoals het in de jaren tachtig bij allochtone groepen al snel gemeengoed werd om een video aan te schaffen en buitenlandse films te huren, is het ook mogelijk dat een financieel aantrekkelijk aanbod van radio- en televisieprogramma's op internet leidt tot een massale aanschaf van computers om via internet naar de Turkse televisie te kijken.

4 Samenstelling van de etnische groepen

Als de verschillende groepen gekenschetst worden op grond van hun bevolkingssamenstelling dan lijken de Turken en Grieken het meest op het land van herkomst gericht te zijn. Een groter deel is zelf als eerste generatie migrant ooit naar Nederland geïmmigreerd en de tweede generatie heeft vaker beide ouders uit het land van herkomst.

De Italianen zijn van deze 4 doelgroepen het meest geïntegreerd. De tweede generatie is vaak al twintiger of dertiger. Daarbij heeft 60% een Nederlandse ouder. Daar staat tegenover dat in de afgelopen jaren relatief veel Italianen zich vanuit het buitenland hebben gevestigd. Het gaat echter bij deze groep om kleine aantallen.

De Spaanstaligen vormen een vrij diverse groep met enerzijds langer in Nederland aanwezige Spanjaarden, anderzijds veel nieuwe migranten uit Zuid- en Midden-Amerika. Deze zijn waarschijnlijk voor de taal sterk van Spaanstalige zenders afhankelijk. Echter de cultuur en informatie over het land Spanje zullen minder interessant voor hen zijn.

4.1 Inleiding

Om inzicht te krijgen in de Utrechtse situatie en omdat er geen literatuuronderzoek naar mediagedrag en behoefte aan zenders uit het land van herkomst beschikbaar is over de Grieken, Italianen en Spanjaarden wordt hier een beeld geschetst van de bevolkingssamenstelling van de vier doelgroepen. Informatie over hun woontijd in Nederland, migratiegeneratie en de herkomst van de ouders wordt gebruikt als indicator voor de mate van gerichtheid op de media in het land van herkomst.

4.2 De vier doelgroepen

In de volgende tabel staan de grootste etnische groepen in Utrecht. Een volledig overzicht van alle in Utrecht woonachtige etnische groepen vindt u in bijlage II.

NEDERLAND	183045
MAROKKO	22609
TURKIJE	11939
SURINAME	6954
NED. INDIE	6459
DUITSLAND	3957
NED ANTILLEN	2321
INDONESIE	1912
JOEGOSLAVIE	1656
GRIEKENLAND	1499
GROOTBRITANNIE	1360
BELGIE	1317
CHINA	1147
ITALIE	1014
SPANJE	952

Bron: Bestuursinformatie, Utrecht

Na de Marokkanen zijn de Turken de grootste allochtone groep in Utrecht. In Utrecht wonen bijna twaalfduizend Turken. Zij vormen 4,5 % van de bevolking in Utrecht. Het aantal Grieken, Italianen en Spaanstaligen is beduidend lager. De circa vijftienhonderd Grieken en duizend Italianen vormen

elk een half procent van de bevolking. Als alle personen met een Spaanstalige etniciteit bij elkaar worden opgeteld zijn er tweeduizend Spaanstaligen in Utrecht. Zie bijlage III voor de samenstelling van de Spaanstalige groep.

Personen per doelgroep in absolute aantallen en als percentage van de bevolking, 1-1-2003		
	aantal	%
Turks	11939	4,50
Italiaans	1014	0,38
Grieks	1499	0,57
Spaanstalig	2022	0,76
overige Utrechters	248.628	93,79
Totaal	265.102	100,00

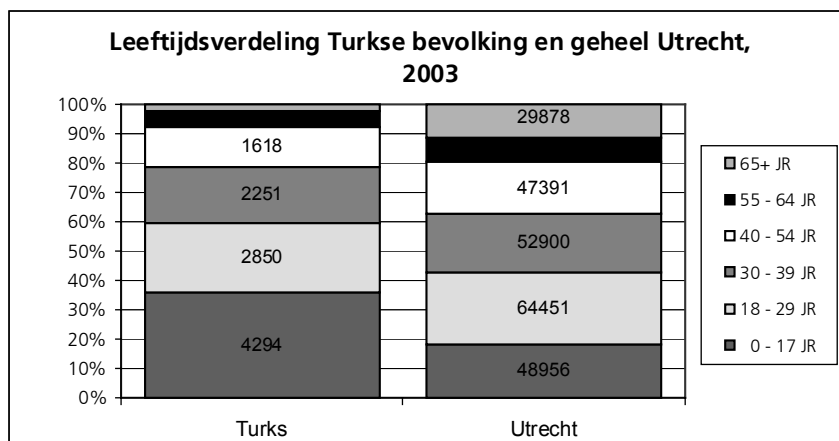
bron: Bestuursinformatie, Utrecht

In de volgende paragrafen worden de doelgroepen van dit onderzoek afzonderlijk besproken.

4.3 Turkse migranten zijn sterk op Turkije gericht

In Utrecht wonen 11.939 Turken. In huishoudens uitgedrukt wonen er circa 3.500 huishoudens met een Turks hoofd van het huishouden in de stad. Ruim de helft is een eerste generatie migrant. De tweede generatie is jonger dan 29 jaar en heeft grotendeels twee in Turkije geboren ouders. Omdat veel migranten in de afgelopen jaren zelf naar Nederland zijn gemigreerd is de gerichtheid op Turkije erg sterk. Van een derde generatie is nog nauwelijks sprake.

Het volgende figuur toont de leeftijdsverdeling van de Turkse bevolking naast die van de gehele stad. De Turkse bevolking is veel jonger dan de gemiddelde bevolking in Utrecht. Er zijn relatief meer kinderen tot en met 17 jaar en relatief minder 55-plussers.

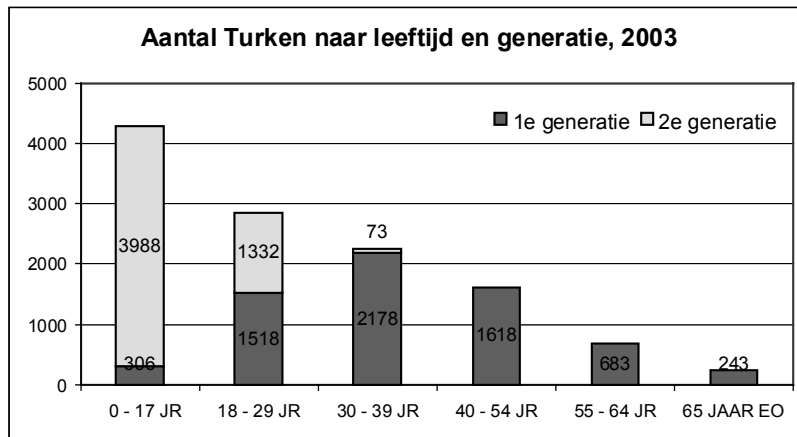


bron: Bestuursinformatie, Utrecht

Turkse bevolking naar generatie en geboorteland, 1-1-2003		
	abs	in %
tweede generatie, Nederland	5393	45
eerste generatie, Turkije	6509	55
eerste generatie, ander land	37	0
totaal	11939	100

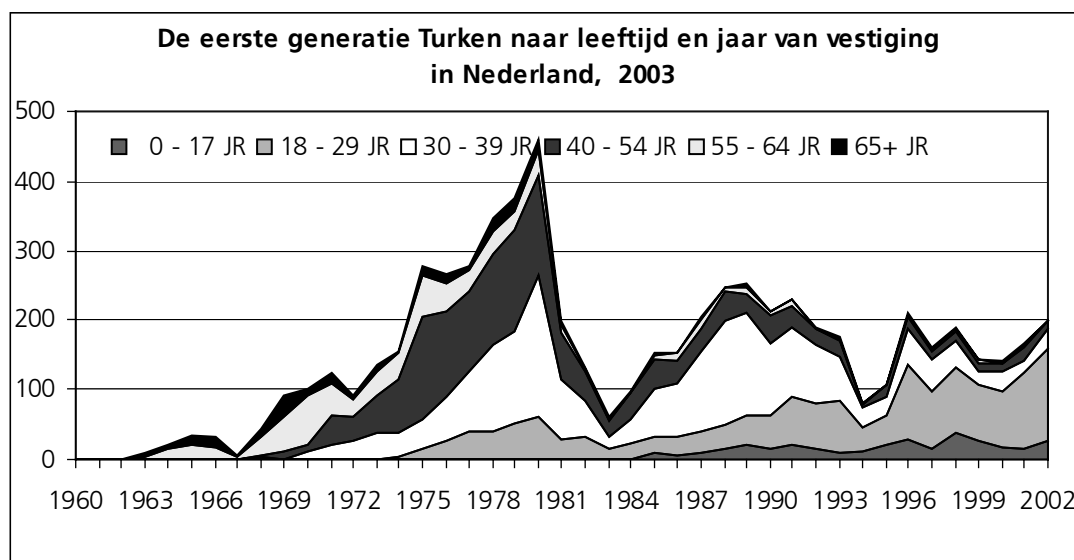
bron: Bestuursinformatie, Utrecht

Uit bovenstaande tabel is af te lezen dat ruim de helft van de Turkse bevolking (55%) in Turkije is geboren. Wie niet in Nederland is geboren is een eerste generatie migrant. Iets minder dan de helft (45%) behoort tot de tweede generatie. Een tweede generatiemigrant is zelf in Nederland geboren maar heeft één of twee ouders die in een ander land zijn geboren.



bron: Bestuursinformatie, Utrecht

In bovenstaande figuur is te zien hoeveel personen tot de eerste of tweede generatie behoort en wat hun leeftijd is. De tweede generatie bestaat bijna volledig uit kinderen en jonge volwassenen tot 29 jaar. Van de tweede generatie heeft 10% één in Nederland geboren ouder: 2% heeft een vader die in Nederland is geboren en 8% een moeder. Voor 89% van de tweede generatie geldt echter dat beide ouders in Turkije zijn geboren. Dit contrasteert sterk met de overige in dit rapport onderzochte groepen, waarbij de helft tot tweederde van de tweede generatie één Nederlandse ouder heeft. De leeftijdsverdeling van de eerste generatie is natuurlijk ouder, maar bevat ook kleine kinderen die vanuit Turkije naar Nederland zijn gemigreerd.



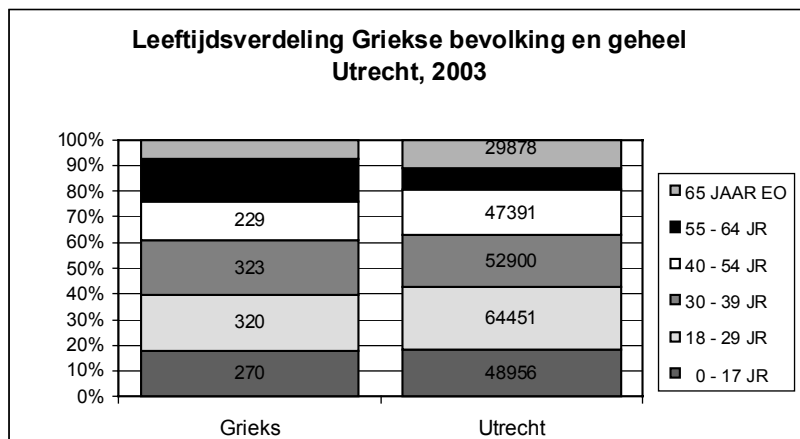
bron: Bestuursinformatie, Utrecht

De helft van de eerste generatie is vóór 1984 naar Nederland gekomen. Rond 1980 is er een piek. Dit hangt waarschijnlijk samen met gebeurtenissen in Turkije (politieke instabiliteit in 1979) en de

daarop volgende op gang gekomen gezinshereniging. De ouderen, van 55 jaar en ouder zijn over het algemeen meer dan 22 jaar geleden naar Nederland gekomen.

4.4 Zestig procent van de Grieken is eerste generatie migrant

De groep Grieken vormt met 1.499 personen een grotere groep dan de Italianen en Spaanstaligen. Het aantal Griekse huishoudens in de stad bedraagt bijna zeshonderd. Opvallend is dat deze groep voor bijna tweederde uit de eerste generatie bestaat. De tweede generatie is voor een groot deel nog geen 18 jaar. Daarentegen is een kwart van de tweede generatie juist ouder dan 30 jaar.



bron: Bestuursinformatie, Utrecht

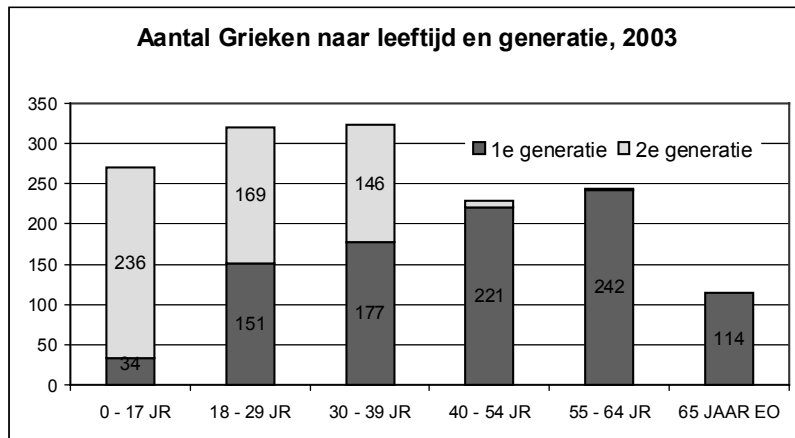
In bovenstaand figuur worde de leeftijdssamenstelling van de Griekse bevolking vergeleken met die van geheel Utrecht. De Grieken wijken qua leeftijdssamenstelling niet zoveel af van het stadsge-middelde. Alleen de groep 55- tot en met 64-jarigen is relatief groter.

Griekse bevolking naar generatie en geboorteland, 1-1-2003

	abs	in %
tweede generatie, Nederland	560	37
eerste generatie, Griekenland	919	61
eerste generatie, ander land	20	1
totaal	1499	100

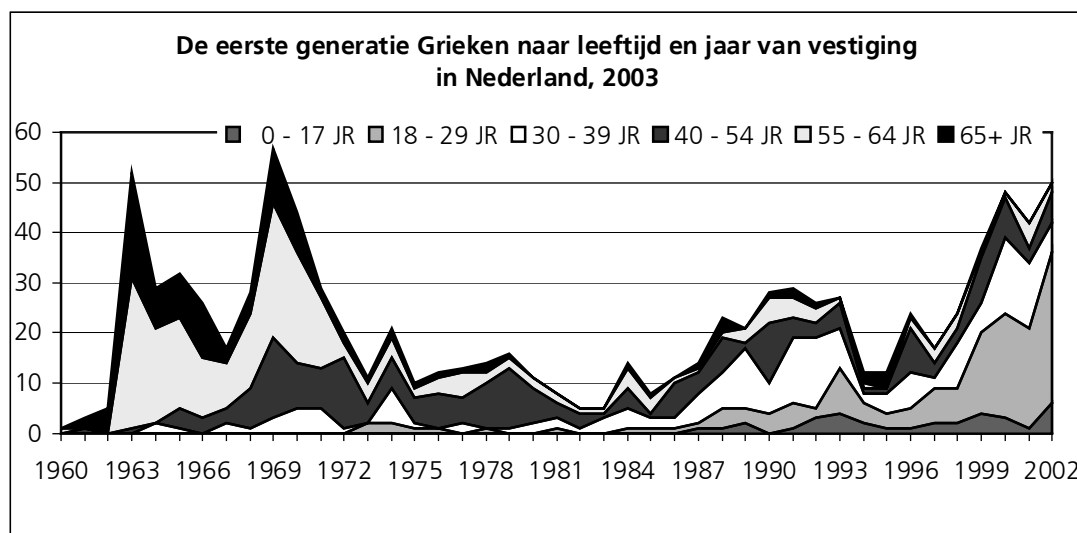
bron: Bestuursinformatie, Utrecht

Tweederde van de Grieken behoort tot de eerste generatie en is dus zelf in Griekenland geboren. Het aandeel Grieken dat in Nederland is geboren (de tweede generatie) is opvallend laag vergeleken met het aandeel bij de Italianen. Daarnaast geldt dat de Griekse tweede generatie in de helft van de gevallen 2 in Griekenland geboren ouders heeft. Van 40% van de tweede generatie is één ouder in Nederland geboren (meestal de moeder).



bron: Bestuursinformatie, Utrecht

Uit het figuur met de verdeling van Grieken naar leeftijd en generatie blijkt dat een groot deel van de tweede generatie (40%) nog geen 17 jaar oud is. Verder is, net als bij de Italianen, een belangrijk deel van de tweede generatie 30 tot en met 39 jaar oud.



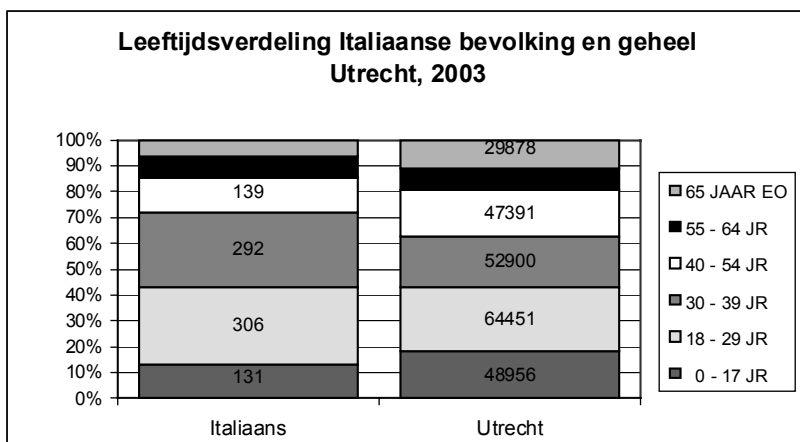
bron: Bestuursinformatie, Utrecht

Uit de woonduur in Nederland van de Utrechtse Grieken van de eerste generatie blijkt dat begin jaren zestig en, na een inzinking, opnieuw rond 1970 een piek in de immigratie was. Met name de leeftijdsgroep die oververtegenwoordigd is, namelijk die van Grieken tussen de 55 en 64 jaar oud, hebben zich in deze periode gevestigd. Ook in de laatste paar jaar is er sprake van een verhoogde instroom. Zoals gebruikelijk gaat het om jonge volwassenen, die migreren.

4.5 Zowel nieuwe als reeds lang in Utrecht gevestigde migranten uit Italië

De 1.012 Italianen die in Utrecht wonen bestaan ook voor iets meer dan de helft uit eerste generatie migranten. De tweede generatie heeft, in tegenstelling tot de Turkse en Griekse groep, in twee derde van de gevallen een Nederlandse ouder (meestal de moeder). Omdat de Italiaanse tweede generatie minder vaak twee in het herkomstland geboren ouders heeft vergeleken met de Griekse tweede generatie zullen zij ook minder op hun land van herkomst gericht zijn.

Het lijkt erop alsof de groep Italiaanse migranten die zich in de jaren zestig tot tachtig in Nederland vestigden nu worden aangevuld met een nieuwe groep jonge volwassenen die zich recent in Nederland hebben gevestigd. In Utrecht wonen zo'n vijfhonderd Italiaanse huishoudens.



bron: Bestuursinformatie, Utrecht

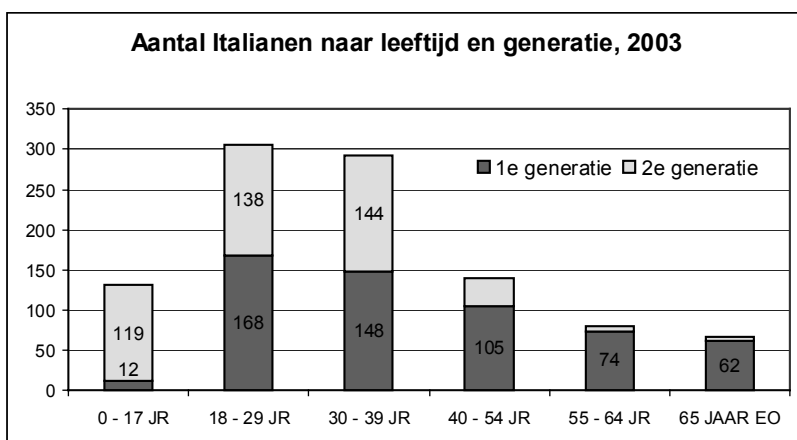
Bovenstaand figuur toont dat bij de Italianen de leeftijdsgroepen 18 t/m 29 jaar en 30 t/m 39 jaar zijn oververtegenwoordigd, ten koste van de kinderen tot 17 jaar en de 40-plussers.

Italiaanse bevolking naar generatie en geboorteland, 1-1-2003

	abs	in %
tweede generatie, Nederland	445	44
eerste generatie, Italië	548	54
eerste generatie, ander land	19	2
totaal	1012	100

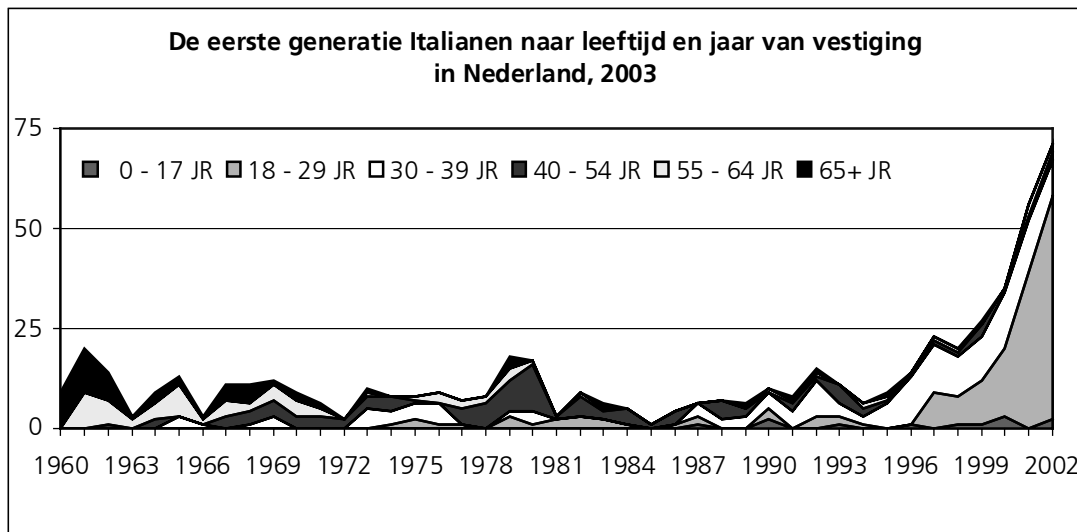
bron: Bestuursinformatie, Utrecht

Ook bij de Italianen is de grootste helft in het buitenland geboren en dus eerste generatie migrant. Van de tweede generatie Italianen heeft tweederde één Nederlandse ouder. 60% van de tweede generatie heeft een Nederlandse moeder en 17 procent een Nederlandse vader. Dit aandeel is hoger dan bij de tweede generatie Grieken. Van slechts 16% komen beide ouders uit Italië.



bron: Bestuursinformatie, Utrecht

Uit bovenstaand figuur blijkt dat de tweede generatie ouder is dan de Turkse tweede generatie. Een belangrijk deel is namelijk ouder dan 30 jaar. Bij de Turkse bevolking is vrijwel de gehele tweede generatie jonger dan 30 jaar.

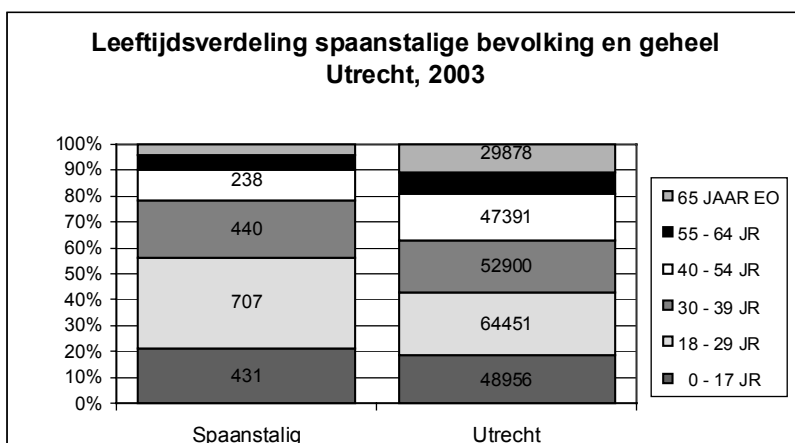


bron: Bestuursinformatie, Utrecht

Uit de woonduur in Nederland blijkt dat met name de 18-29 jarigen zich in de afgelopen 6 jaar in Nederland hebben gevestigd. De overige Italianen in Utrecht wonen beduidend langer in Nederland. Zij hebben zich sinds het begin van de jaren zestig gevestigd. Dit wijst erop dat er sprake is van 2 verschillende migratiestromen. De eerste vestigingsstroom speelde zich geleidelijk af tussen 1960 en 1980. De tweede stroom is van de afgelopen 6 jaar en betreft voornamelijk jonge volwassenen.

4.6 Spaanstaligen vormen een diverse groep met veel 'nieuwe' migranten

De Spaanstaligen vormen een zeer diverse groep. Van de 2.022 Spaanstaligen hebben er 952 de Spaanse etniciteit. Tweederde is zelf in het buitenland geboren. Van deze eerste generatie heeft de helft zich pas in de afgelopen vijf jaar in Nederland gevestigd. De tweede generatie bestaat voor een groot deel uit kinderen en heeft vaak één in Nederland geboren ouder. Slechts een klein deel van de tweede generatie heeft ouders die beide in Spanje (16%) of een Spaanstalig land (3%) zijn geboren. In ongeveer negenhonderd huishoudens wordt Spaans gesproken en in circa vierhonderd huishoudens zitten personen van de eerste of tweede generatie die oorspronkelijk uit het land Spanje komen. De rest komt uit een ander Spaanstalig land. De grootste groepen komen uit Colombia en Venezuela. In bijlage III vindt u een overzicht van alle inwoners in Utrecht met een etniciteit uit een Spaanstalig land.



bron: Bestuursinformatie, Utrecht

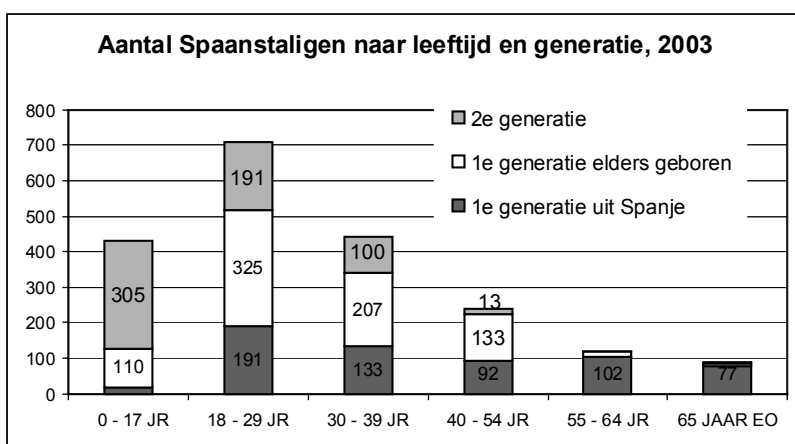
Bovenstaand figuur laat zien dat onder de Spaanstaligen de groep 18 tot en met 29 jaar sterk is oververtegenwoordigd. Het aandeel ouderen, daarentegen, is veel kleiner dan gemiddeld in Utrecht.

Spaanstalige bevolking naar generatie en geboorteland, 1-1-2003

	abs	in %
tweede generatie, Nederland	614	30
eerste generatie, Spanje	611	30
eerste generatie, ander Spaanstalig land	765	38
eerste generatie, ander niet-Spaanstalig land	32	2
totaal	2022	100

bron: Bestuursinformatie, Utrecht

Van de gehele groep Spaanstaligen is bijna eenderde in Nederland geboren en dus van de tweede generatie. Bijna eenderde is zelf in Spanje geboren en meer dan eenderde komt uit een ander Spaanstalig land.

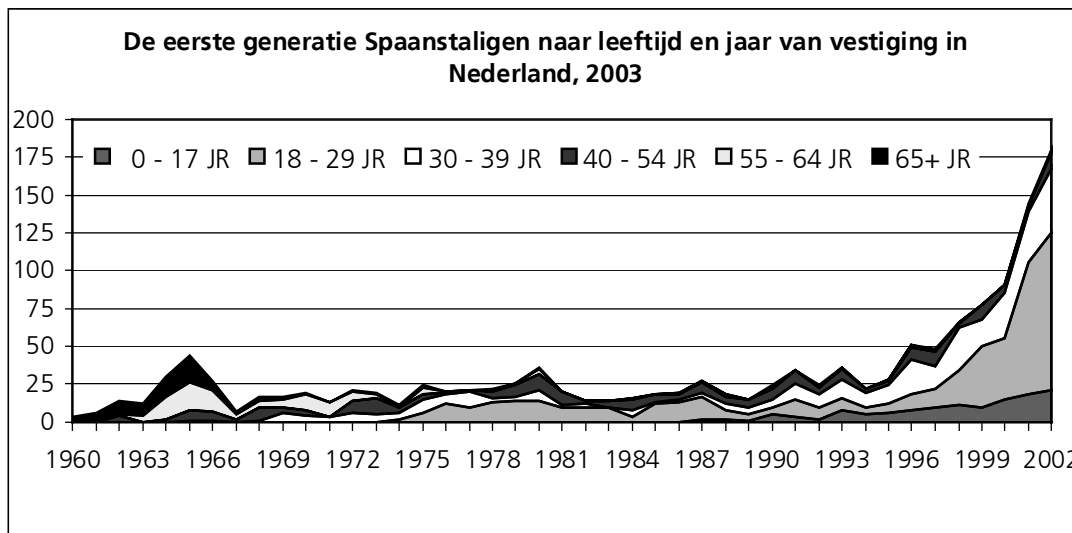


bron: Bestuursinformatie, Utrecht

Uit de afbeelding met Spaanstaligen naar leeftijd en generatie komt naar voren dat de eerste generatie uit Spanje ófwel jonge volwassenen zijn ófwel boven de 55 jaar oud is. De eerste generatie uit een ander land heeft duidelijk een jongere leeftijdsstructuur. Het grootste deel is tussen de 18 en

29 jaar oud. Opvallend is dat in deze groep zoveel kinderen tot 17 jaar zitten die zelf in het buitenland geboren zijn en daarom tot de eerste generatie behoren.

De tweede generatie is overwegend jong. Tweederde van de tweede generatie heeft één in Nederland geboren ouder. Vier op de tien keer is bij de tweede generatie de vader Nederlands en 3 op de tien keer de moeder. Van de tweede generatie spaanstaligen heeft 16% twee in Spanje geboren ouders en slechts 3% twee ouders uit een Spaanstalig land. Verder komen ouders uit overige landen. De groep met een Spaanstalige etniciteit is dus vrij heterogeen van herkomst.



bron: Bestuursinformatie, Utrecht

Uit de leeftijdsverdeling bleek al dat de groep jonge volwassenen oververtegenwoordigd is. De verdeling naar jaar van vestiging in Nederland toont duidelijk aan dat een groot deel van de spaanstaligen vrij recentelijk naar Nederland is geïmmigreerd. Bijna de helft van de eerste generatie is in de afgelopen 5 jaar naar Nederland geïmmigreerd

4.7 Nauwelijks derde generatie uit niet-westerse landen

Personen van de derde generatie hebben minimaal één grootouder die niet in Nederland is geboren en twee ouders die beiden zelf wel in Nederland zijn geboren. In de bevolkingsstatistieken zijn zij niet van de autochtonen te onderscheiden en krijgen zij daarom de Nederlandse etniciteit toegekend. Uit een onderzoek van Bestuursinformatie blijkt dat er in de stad nog nauwelijks sprake is van een derde generatie (Utrecht Monitor 2002, blz. 45) uit niet-westerse landen. Dit wordt vermoedelijk veroorzaakt doordat de tweede generatie uit niet-westerse landen in verreweg de meeste gevallen trouwt met iemand zelf uit het buitenland komt. Hun kinderen hebben daardoor opnieuw één ouder uit het buitenland en behoren daarom opnieuw tot de tweede generatie. Voor de westerse landen is niet uitgezocht hoeveel personen in Utrecht tot de derde generatie behoren.

Literatuur

- Bestuursinformatie (2003), 'Een mix aan Utrechters, allochtonen in Utrecht, 2003', Gemeente Utrecht.
- Bestuursinformatie (2003), 'Bevolking van Utrecht per 1 januari 2003', Gemeente Utrecht.
- Bestuursinformatie (2002), 'Utrecht Monitor 2002', Gemeente Utrecht.
- MCA Communicatie (2001), 'Marktverkenningen juni 2001', Utrecht.
- Ministerie van VROM (2003), '(Schotel)antennes. Wanneer bouwvergunningvrij, wanneer een bouwvergunning nodig?', Den Haag.
- Miramedia (2003), 'Media en Minderheden in Nederland', Utrecht.
- Miramedia (2003) 'Feiten & Cijfers, de opkomst van de schotelantenne', Utrecht.
- Motivaction (2001), 'Burgerschapstijlen en overheidscommunicatie, bijlage: een verkenning van burgerschapstijlen onder allochtonen uit de TMSA-groep', Commissie Toekomst Overheidscommunicatie.
- Phalet, K., C. van Lotringen & H. Entzinger (2000), 'Islam in de multiculturele samenleving', European Research Centre on Migration and Ethnic Relations, Universiteit van Utrecht.
- Schothorst, Y en Bronner, F. (1995), 'Mediagebruik van minderheden (onderzoek 1980-1992)'. In: Wal, G. van der (red.) 'Gemengde Berichten. De dilemma's van de omroep in een plurale samenleving'. (pp. 41-64). Hilversum: NPS.
- Summeren, C. van & d'Haenens, L. (2001), 'Allochtone jongeren als digitale burgers', Katholieke Universiteit Nijmegen.
- Veldkamp Marktonderzoek (1999), 'Mediagebruik Etnische publieksgroepen 1998', Amsterdam, in opdracht van NPS.
- Weiss, H. & Trebbe, J. (2001), 'Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland'. Potsdam, Medienforschung GmbH.

Bijlage I Overzicht Turkse zenders vanuit Turkije

De onderstaande omschrijvingen van Turkse tv-zenders vanuit Turkije zijn door de Universiteit Twente samengesteld.

tv-zender	omschrijving
TRT International	Staatszender. Ook via dekabel 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 RTL4.
Star TV	Commerciële laagdrempelige zender vooral gericht op amusement. Zendt veel films uit en het populaire jongerenprogramma Televole. Lijkt op SBS6
Show TV	Commerciële laagdrempelige zender vooral gericht op amusement (films mode, muziek) Behoort tot een mediagroep samen met de filmzender Cine 5. Lijkt op SBS6
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 o.a. in de energiesector. Laagdrempelige zender gericht op amusement. Lijkt op RTL5.
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 Int	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

Daarnaast zijn ook de volgende zenders per satelliet te ontvangen:

TRT1 • TRT2 • Bayrak TV • Flash TV • Kanal 7 • Best TV • Ege TV • Eylik TV • CNN Türk • Ulusal Kanal • Kanal 6 • Medya Grubu • Kanal A • Meltem TV • Mesaj TV • Olay TV • Marmara TV • Nur TV • TV 8

Bijlage II Alle inwoners van Utrecht naar etniciteit.

Aantal Utrechters per etniciteit, 1 januari 2003

NEDERLAND	183045	SENEGAL	51	LESOTHO	5
MAROKKO	22609	FRANS GUYANA	50	KAAP VERDISCHE EIL	5
TURKIJE	11939	SRI LANKA	49	BR MAAGDENEILANDEN	5
SURINAME	6954	DUITSE DEM REP	47	MACEDONIE	4
NED. INDIE	6459	MALEISIE	46	PORTUGEEES W-AFRIKA	4
DUITSLAND	3957	ITAL SOMALILAND	45	ZUIDJEMEN	4
NED ANTILLEN	2321	CUBA	45	BAHREIN	4
INDONESIE	1912	ALBANIE	45	JOHORE	4
JOEGOSLAVIE	1656	RWANDA	43	GUADELOUPE	4
GRIEKENLAND	1499	BANGLADESH	43	AUSTR NIEUWGUINEA	4
GROOTBRITANNIE	1360	KAMEROEN	42	OEKRAINE	4
BELGIE	1317	ZAMBIA	39	TSJEC HIE	4
CHINA	1147	GOUDKUST	38	MALTA	4
ITALIE	1014	KONGO KINSHASA	36	GUINEE BISSAU	3
SPANJE	952	MALAKKA	35	BENIN	3
IRAK	830	SAOEDI-ARABIE	34	ROEANDA-OEROENDI	3
BONDSR DUITSLAND	816	BOLIVIA	33	MOZAMBIQUE	3
VSTV AMERIKA	801	LUXEMBURG	33	NOORDRHODESIE	3
FRANKRIJK	720	BELGISCH CONGO	31	CANARISCHE EIL	3
POLEN	662	BRITS OOSTAFRIKA	29	JEMEN	3
AFGHANISTAN	600	JORDANIE	29	LAOS	3
IRAN	578	NICARAGUA	29	NOORDVIETNAM	3
SOVIETUNIE	561	COSTA RICA	29	BRITS NOORDBORNEO	3
SOMALIA	522	TRINIDAD EN TOBAGO	29	HONDURAS	3
HONGKONG	521	KOEWEIT	26	BAHAMA-EILANDEN	3
ZUIDAFRIKA	363	TAIWAN	26	SINT VINCENT	3
ETIOPIE	343	BURMA	23	PAPUA-NIEUWGUINEA	3
HONGARIJE	315	ZUIDRHODESIE	22	MALI	2
AUSTRALIE	314	BURUNDI	21	FRANS WEST AFRIKA	2
INDIA	309	IVOORKUST	20	FRANS CONGO	2
CANADA	282	UGANDA	20	CENTRAFIKA	2
ZWITSERLAND	279	BRITS INDIE	20	BECHUANALAND	2
ALGERIJE	268	IISLAND	20	SEYCHELLEN	2
OOSTENRIJK	266	GAMBIA	19	OMAN	2
TSJECOSLOWAKIJE	248	TOGO	19	ABOE DHABI	2
EGYPTE	232	MALAWI	19	OEZBEKISTAN	2
COLOMBIA	230	GUATEMALA	19	BRITS BORNEO	2
NED. NIEUWGUINEA	224	EL SALVADOR	18	SARAWAK	2
SOEDAN	220	GUYANA	18	PUERTO RICO	2
BRAZILIE	207	BRUNEI	17	BRITSE ANTILLEN	2
GHANA	199	URUGUAY	17	FUJI	2
FILIPIJNEN	194	PALESTINA	17	AZERBAJDJAN	2
IERLAND	182	PORTUGEEES O-AFRIKA	16	ARMENIE	2
THAILAND	172	RUSLAND	16	ANDORRA	2
ROEMENIE	170	JAMAICA	15	INTERNATIONAL AREA	2
PAKISTAN	164	HAITI	14	KROATIE	1
DENEMARKEN	163	MAURITANIE	13	SPAANS GUINEE	1
NOORWEGEN	158	ERITREA	13	CABINDA	1
ISRAEL	145	KAMBODJA	13	KONGO BRAZZAVILLE	1
ZWEDEN	143	LIBIE	12	FRANS SOMALILAND	1
PORTUGAL	137	BOVENVOLTA	12	NYASALAND	1
FINLAND	126	BRITS SOMALILAND	12	NAMIBIE	1
TUNESIE	114	RHODESIE	12	ZUIDWEST AFRIKA	1
NIEUWZEELAND	114	KAAPVERDIE	12	BRITS AFRIKA	1
JAPAN	114	TANGANYIKA	11	SWAZILAND	1
ONBEKEND/NVT	113	MAURITIUS	11	REUNION	1
SIERRA LEONE	109	NEPAL	11	ADEN	1
NIGERIA	109	ARUBA	10	NOORDJEMEN	1
VIETNAM	108	ZUIDVIETNAM	10	ZUIDARAB FEDERATIE	1
VENEZUELA	107	KONGO	9	TRANSJORDANIE	1
ANGOLA	105	CYPRUS	9	KAZACHSTAN	1
SINGAPORE	102	FED.REP.YOEGOSLAVIE	8	GOA	1
PERU	101	NIGER	8	BHUTAN	1
DOMINICAANSE REP	97	ZIMBABWE	8	TIBET	1
CHILI	97	MADAGASKAR	8	MACAU	1
KOREA	94	PARAGUAY	8	MYANMAR	1
BULGARIE	92	TSJAAD	7	BELIZE	1
MEXICO	88	BRITS WESTINDIE	7	ANGUILLA	1
ARGENTINIE	86	RUSLAND (OUD)	7	DOMINICA	1
SYRIE	84	LETLAND	7	BARBADOS	1
GUINEE	82	BOSNIE-HERZOGOVINA	6	GRENADA	1

Bijlage III Samenstelling Spaanstalige groep

Overzicht Spaanstalige landen en aantal personen met een etniciteit van deze landen, 1-1-2003

SPANJE	952
COLOMBIA	230
VENEZUELA	107
PERU	101
DOMINICAANSE REP	97
CHILI	97
MEXICO	88
ARGENTINIE	86
ECUADOR	52
CUBA	45
BOLIVIA	33
NICARAGUA	29
COSTA RICA	29
GUATEMALA	19
EL SALVADOR	18
URUGUAY	17
PARAGUAY	8
PANAMA	6
CANARISCHE EIL	3
HONDURAS	3
PUERTO RICO	2

bron: Bestuursinformatie, Utrecht
