

UNIVERSITEIT GENT
FACULTEIT POLITIEKE EN SOCIALE WETENSCHAPPEN
VAKGROEP COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

Alloctonen en media. Verwachtingen en perceptie.

Wannes Haghebaert

MASTERPROEF TOT HET BEHALEN VAN DE GRAAD VAN MASTER IN DE
JOURNALISTIEK

Promotor
Prof. dr. Frieda Saeys

Commissarissen
Lic. Ilse Devroe
Prof. dr. Hans Verstraeten

Academiejaar 2004 – 2005

Inhoudstafel

Voorwoord

Inleiding

Deel 1: Theoretisch kader

1. ONDERZOEKSDOELSTELLING EN ONDERZOEKSVRAGEN
2. LITERATUUROVERZICHT
 - 2.1. Inleiding
 - 2.2. Allochtonen in Vlaanderen
 - 2.3. De rol van de media in de multiculturele samenleving
 - 2.4. Allochtonen en media
 - 2.5. Allochtonen en media in Vlaanderen
 - 2.5.1. *Mediagebruik van allochtonen*
 - 2.5.2. *Beeldvorming van allochtonen*
 - 2.5.3. *Participatie van allochtonen in de media*
 - 2.5.4. *Receptieanalyses in Vlaanderen*
 - 2.6. Besluit
3. OVERZICHT INITIATIEVEN
4. METHODOLOGIE
 - 4.1. Onderzoeksmateriaal
 - 4.1.1. *Situering*
 - 4.1.2. *Keuze van het onderzoeksmateriaal*
 - 4.2. Methode
5. ONDERZOEKSVERLOOP
 - 5.1. Kort overzicht onderzoeksfasen
 - 5.2. Codeboek
 - 5.3. Ontwikkeling concepten

Deel 2: Analyse

1. MEDIAGEBRUIK
2. BEELDVORMING
3. PARTICIPATIE
4. DOELGROEPPROGRAMMA' EN – ZENDER
5. IDENTITEITSVORMING

Deel 3: Algemeen besluit

1. BESLUIT
2. AANBEVELINGEN

Bibliografie

Bijlage 1: Concepten Ilse Devroe¹

Bijlagen 2: Verslagen debatten ontmoetingsdagen Allochtonen en Media

¹ Indien u de bijlagen wenst in te kijken, gelieve mij te contacteren via wannes.haghebaert@gmail.com.

Voorwoord

Deze masterproef is voor mij niet alleen de afsluiter van mijn opleiding master journalistiek. Het is tevens het slotpunt van mijn studentenleven. De mooiste tijd van het leven, zeggen afgestudeerden mij.

Toen ik vijf jaar geleden met mijn opleiding politieke en sociale wetenschappen startte, wist ik niet goed waaraan ik begon. Zou het politieke beestje in mij de overhand krijgen, of zou mijn interesse voor de samenleving doorslaggevend worden? In tegenstelling tot de verwachtingen van mijn omgeving en mezelf, koos ik in de tweede kandidatuur – heet dat ondertussen niet tweede bachelor? – niet voor politieke wetenschappen of sociologie, maar besloot ik communicatiewetenschappen te studeren. Het feit dat er niets zo verweven is met de samenleving én de politiek als de media, is daar wellicht niet vreemd aan. Tijdens mijn licenties groeide mijn ambitie voor journalistiek langzaam maar zeker.

Wanneer ik vorig jaar afstudeerde als licentiaat communicatiewetenschappen, wist ik niet goed wat aanvangen met het ‘afgestudeerd’-gevoel. Helemaal klaar voor de arbeidsmarkt voelde ik me niet, en voor mijn ambitie voor journalistiek had ik mijn inziens nog niet alle knepen van het vak onder de knie. Toen de vakgroep communicatiewetenschappen aankondigde van een master na master journalistiek in te richten, was mijn keuze dan ook vlug gemaakt. Een keuze waarvan ik achteraf geen spijt heb. Zelfs als ik later niet in de journalistiek zou belanden, dan heb ik me nog altijd een extra jaar verdiept in de wereld van de media, een wereld die me zo heel erg boeit.

Het verhaal van deze masterproef begint eigenlijk in februari 2001, al was ik daarbij toen nog niet betrokken. In februari 2001 organiseerde de VRT samen met het *Minderbedenforum*, het *Steunpunt voor Allochtonen meisjes en vrouwen* en het *Vlaams Minderbedencentrum* een ontmoetingsdag rond het thema allochtonen en media. Na afloop van het debat kwam de nood aan dialoog tussen etnische minderheden en media aan het licht, en ontstond het idee om een aantal provinciale ontmoetingsdagen rond dit thema te organiseren. Het zijn die ontmoetingsdagen, in het jaar 2002, en de slotdag, 26 april 2003, die de aanleiding vormen van deze masterproef. Mijn promotor Prof. Frieda Saeys stelde voor een wetenschappelijke analyse te maken op basis van de verslagen van de debatten die toen plaatsvonden.

Mijn affiniteit met minderheden veroorzaakte een zekere *drive* waarmee ik zonder tegenzin aan deze masterproef werkte. De relatie allochtonen en media boeit me enerzijds als student journalistiek, als mogelijk toekomstig journalist wil ik beslist meebouwen aan een accurate beeldvorming. Maar anderzijds, ligt de problematiek me ook na aan het hart als communicatiewetenschapper. Het is een domein waartoe ik graag mijn steentje bijdraag.

Zoals dat traditioneel gebeurt in een voorwoord van een eindverhandeling, wil ik graag een aantal mensen bedanken voor de wijze waarop ze op een of andere manier een grote hulp zijn geweest bij het schrijven van deze masterproef. Ten eerste bedank ik graag mijn promotor Prof. Saeys, om mij met haar expertise op de juiste sporen te zetten. Ilse Devroe, assistente van Prof. Saeys, ben ik ook een welgemeende ‘dank u wel’ verschuldigd voor het nalezen van mijn schrijfsels, en om me bij te staan met tips. Verder vermeld ik graag praktijkassistente Marieke Rodenburg – ik had de Vooruitgangstraat die middag nooit alleen gevonden – en Monique Dedain, onze behulpzame vakgroepsecretaris.

Daarnaast bedank ik ook graag Katleen De Ridder, projectmedewerkster van *TrefMedia*, en Geert De Clercq en Nadia Dala van de *Cel Diversiteit* op de VRT, voor de informatie, en hun interesse voor mijn masterproef.

Ten slotte ben ik ook een aantal mensen uit mijn intieme omgeving dank verschuldigd voor de steun en het vertrouwen die ik vanuit hun hoek kreeg. Mijn ouders bedank ik gemeend om nog eens een jaar een student in huis te willen nemen. En ten laatste bedank ik graag Sander, Niko, Kim, Liesbeth, en Maarten om me op te vangen tijdens de thesisdagen.

Ik hoop met deze masterproef een werkstuk voor te leggen waar iemand iets aan heeft. Er liggen al genoeg eindwerken in de Gentse *Boekentoren*, tevergeefs te wachten tot iemand ze leest.

INLEIDING

In maart 2005 pakte *Het Nieuwsblad (het Volk/De Gentenaar)* uit met een reeks van zes reportages over moslimextremisme in Molenbeek. Reporter *Hind Fraihi* verbleef hiervoor twee maand undercover in De Ribaucourtstraat, hartje Molenbeek, of Klein-Marokko van Brussel, zoals Het Nieuwsblad de wijk noemt. Aan haar flatgenote stelde zij zich voor als een studente sociologie. Ze zou aan een thesis werken over religiebeleving in gettowijken. De smoes werkte.

De reportages scheppen een heel stereotiep en negatief beeld van de moslims in Molenbeek. Er wordt enkel over moslimextremisme gesproken. Gematigde moslims komen niet aan bod. Marokkaanse jongeren worden opgevoerd als kleine criminelen, en slachtoffers van rekrutering van extremistische moslimterreurgroepen. Hun stoere taal levert Het Nieuwsblad sensationele koppen op als “*Wij hebben de Belgen hier weggejaagd*” en “*Ik wil wel een aanslag plegen*”.

De reeks wekte heel wat controverse op in lezersbrieven en commentaarstukken. “*Eindelijk wordt het taboe doorbroken*”, klonk het bij een groep. Een andere groep vraagt zich vooral af wat de relevantie van de reportages is. “*Waarom stelt Hind, zelf moslima, moslims en allochtonen in een negatief daglicht?*”. De laatste groep vreest ook dat de extreem-rechtse partij *Vlaams Belang* voordeel zal halen uit de reeks. Loredana Marchi (2005, 15 maart), integratiewerker in Molenbeek, wijst op de schade die de reportages aanrichten aan het imago van de Marokkaanse jongeren en de sociale cohesie in de wijk. Daarenboven trekt de integratiewerker de waarheidswaarde van de reportages in twijfel. Ook Philippe Moureaux, burgemeester van Sint-Jans-Molenbeek, en Koen Dassen, hoofd van de Staatsveiligheid, betwisten de reportages (“*Moslim-extremisme geen fabel*”, 2005, 12 maart).

Columnist Tom Naegels (2005, 19 maart) schotelt Het Nieuwsblad een uitdaging voor: “*probeer een even lange reportagereeks te publiceren waarin moslims in een normale context opgevoerd worden*”. Daarmee raakt Naegels aan een heet hangijzer in de relatie tussen allochtonen en media. Die relatie is al langer het onderwerp van heel wat discussie. Allochtonen klagen over de negatieve beeldvorming, de ondervertegenwoordiging en de onevenredige participatie van allochtonen in de media. De media zeggen dan weer dat ze weinig anders kunnen, en geen allochtonen vinden.

In februari 2001 organiseerde de VRT samen met het *Minderhedenforum, het Steunpunt voor Allochtonen meisjes en vrouwen* en het *Vlaams Minderhedencentrum* een ontmoetingsdag rond het thema allochtonen en media. Na afloop van het debat kwam de nood aan dialoog tussen etnische minderheden en media aan het licht. De conclusie uit dit debat was dat de moeilijkheden zich op twee fronten situeren. Ten eerste gaat het over de berichtgeving over en beeldvorming van allochtonen in de Vlaamse media, en ten tweede is er een probleem met de participatie van allochtonen in de media. Het succes van de eerste ontmoetingsdag voedde het idee om een aantal provinciale ontmoetingsdagen rond dit thema te organiseren.

In deze masterproef willen we een overzicht geven van de verwachtingen en percepties die leven in de relatie tussen allochtonen en media. In het eerste deel van deze masterproef beginnen we met een literatuuroverzicht waarin we een breed beeld willen schetsen van de situatie in de internationale context en in Vlaanderen. We staan stil bij het mediagebruik van allochtonen, de beeldvorming en de participatie van allochtonen in de media, en ook de mening van allochtonen over de media. Daarna geven we een overzicht van verschillende internationale en Vlaamse initiatieven die opgezet werden in het streven naar een accurate beeldvorming en een evenredige participatie van allochtonen in de media.

In het tweede deel van dit werkstuk maken we een analyse van de debatten tijdens de ontmoetingsdagen. We concentreren ons vooral op de twee bovengenoemde probleemgebieden, de berichtgeving over allochtonen en aanverwante thema's, en de participatie van allochtonen in de media, die aan bod kwamen tijdens de eerste ontmoetingsdag. Onze analyseresultaten confronteren we met de inzichten uit het eerste deel.

In ons besluit proberen we zo praktijkgericht mogelijk te concluderen wat in de debatten tijdens de ontmoetingsdagen gezegd werd over de verwachtingen en de perceptie in de relatie tussen allochtonen en media. Ter afsluiting van deze masterproef formuleren we ook een aantal aanbevelingen aan de overheid, de media, en allochtone verenigingen, en suggereren we een aanzet tot verder onderzoek.

DEEL 1: THEORETISCH KADER

1. ONDERZOEKSDOELSTELLING EN ONDERZOEKSVRAGEN

De centrale onderzoeksdoelstelling van deze masterproef is, zoals de titel laat vermoeden, kennis verwerven over de perceptie, en de verwachtingen die leven in de relatie tussen allochtonen en media. We concentreren ons vooral op de problemen bij de berichtgeving over allochtonen en aanverwante thema's, en de participatie van allochtonen in de media.

Eerste en vooral maken we een literatuuroverzicht over de brede relatie tussen allochtonen en media in de internationale en de Vlaamse context. Daarnaast geven we ook een overzicht van opgezette internationale en Vlaamse initiatieven in verband met beeldvorming en participatie van allochtonen in de media. Deze overzichten zullen als uitgangspunt gelden.

Om onze onderzoeksdoelstelling te bereiken maken we een analyse van de inhoud van de debatten tijdens de ontmoetingsdagen Allochtonen en Media, zoals vermeld in de inleiding. In onze analyse maken we een onderscheid tussen verschillende deelnemers in de debatten. We spreken van vertegenwoordigers van de allochtone gemeenschap, deskundigen in het thema media en allochtonen, beleidsmakers en mediawerkers.

De belangrijkste onderzoeksvragen die we ons stellen, zijn:

1. Wat zeggen verschillende deelnemers over de relatie allochtonen en media?
2. Welke problemen stellen zich?
3. Wat zijn de oorzaken en elementen van deze problemen?
4. Welke oplossingen worden voorgesteld?

We confronteren onze analyseresultaten met de inzichten uit het literatuuroverzicht, en het overzicht van internationale en Vlaamse initiatieven in verband met beeldvorming en participatie van allochtonen in de media.

Uiteindelijk willen we een aantal aanbevelingen formuleren.

2. LITERATUUROVERZICHT

2.1. Inleiding

In dit literatuuroverzicht gaan we kort in op de rol van de media in de multiculturele samenleving. We staan stil bij het mediagebruik van allochtonen, de berichtgeving over allochtonen en aanverwante thema's, de participatie in de media, en de evaluaties die allochtonen zelf maken van de media. Maar vooraleer we hieraan beginnen, bekijken we kort de situatie van de allochtonen in Vlaanderen.

2.2. Allochtonen in Vlaanderen

België had al een aantrekkingskracht voor immigranten voor de Eerste Wereldoorlog. De liberale wet, het culturele leven, de sociale rust en de ligging van België, brachten heel wat immigranten, onder meer Centraal- en Oost-Europeanen, naar hier. Na de Tweede Wereldoorlog werden heel wat goedkope arbeidskrachten gerekruteerd uit verschillende, vooral mediterrane landen. De migratiestroom begon vanuit Italië. In de periode 1946-1956 hadden de Belgische en Italiaanse regering een protocol afgesloten, waarin stond dat zo een 50.000-tal Italiaanse arbeiders in de Belgische steenkoolmijnen kwamen werken. De Belgische economie had een tekort aan arbeidskrachten voor de wederopbouw van de door de oorlog vernietigde infrastructuur. Na 1956 rekruteerden diverse industriële sectoren immigranten uit Griekenland, Spanje, Portugal, Joegoslavië, maar ook Noord-Afrika en Turkije. In Vlaanderen verdwenen de koolmijnen. Maar havens en grote steden veroorzaakten een nieuwe nood aan arbeidskrachten. In de jaren '60 startte de Belgische regering opnieuw een wervingscampagne op. De campagne bracht een nieuwe migratiestroom op gang, vooral vanuit Algerije, Marokko en Tunesië (Vlaams Minderhedencentrum, <http://vmc.be>).

Op het einde van de jaren '60 en begin jaren '70 brak echter de economische crisis uit. In 1974 werd een totale migratiestop afgekondigd, in heel de Europese gemeenschap. In het begin van de jaren '80 kwamen de eerste initiatieven voor een integratie- en migrantenbeleid. Door de opkomst van extreem rechts groeiden migrantenthema's op het einde van het decennium uit tot belangrijke beleidsthema's (Vlaams Minderhedencentrum, <http://www.vmc.be>).

Op 1 januari 2002 telt België 846.734 vreemdelingen. Dat is 8,2% van de totale bevolking (10.309.725). Twee derde (66,6%) van de vreemdelingen zijn onderdanen van de Europese Unie, vooral uit Italië, Frankrijk en Nederland. Bij de niet-Europese vreemdelingen vormen Marokkanen en Turken de grootste groepen.

Sinds 1993 neemt het aantal Marokkanen en Turken af. De scherpe daling, vooral vanaf het jaar 2000, is hoofdzakelijk te wijten aan het feit dat jaarlijks gemiddeld 20.000 Marokkanen en 15.000 Turken de Belgische nationaliteit verwerven. Ondertussen blijft het aantal immigraties beperkt. Het aantal Fransen en Nederlanders neemt sterk toe.

De migranten uit de mediterrane landen, vooral Italië, hebben zich vooral in Wallonië gevestigd. De nieuwe migranten trekken vooral naar Vlaanderen. Marokkanen wonen vooral in Brussel en Antwerpen. Turken wonen in Antwerpen en Brussel, maar vooral in Gent en Limburg (Centrum voor gelijkheid van kansen en racismebestrijding, <http://antiracisme.be>).

In de meeste Vlaamse studies over de relatie tussen allochtonen en media bedoelt men met 'allochtoon' meestal niet-Europeaan. Meer bepaald gaat het vooral over Turken en Marokkanen,

omdat zij de grootste groepen vormen. Ook in deze masterproef doelen we op deze groepen, wanneer we spreken over allochtonen.

Allochtonen worden in de Belgische samenleving niet altijd aanvaard. Uit een bevolkingspeiling, *Eurobarometer 2000*, blijkt dat de attitudes van de Belgische bevolking tegenover etnische minderheden negatiever zijn dan het gemiddelde in de Europese Unie. België heeft een hoger percentage van de bevolking (25%), dat als intolerant geïdentificeerd wordt in vergelijking met het gemiddelde in de Europese Unie (14%).

Het stemgedrag, het opleidingsniveau en familierelaties met mensen van een ander ras, religie of cultuur verklaren in grote mate de verschillen in attitudes tegenover etnische minderheden in België. Het kiespubliek van *Vlaams Blok*, ondertussen *Vlaams Belang*, en *Front National* heeft meer negatieve attitudes dan het kiespubliek van andere partijen (SORA, 2001)

2.3. De rol van de media in de multiculturele samenleving

In onze samenleving zijn de media de belangrijkste bron voor kennis, attitudes en ideologie voor de bevolking. Ze zijn verantwoordelijk voor de productie en verspreiding van verschillende ideologieën. Uiteraard bestaan er ook andere krachten, zoals politici, deskundigen en academici, die kennis en opinies van mensen beïnvloeden. De media spelen ook een grote rol in de vorming van een identiteit en een gemeenschappelijke cultuur. Ze reiken ons concepten en kaders aan die we nodig hebben om de wereld rond ons te begrijpen en te interpreteren. Ze appelleren ons aan de normen en waarden van onze samenleving, maar sturen ook de perceptie en spelen op die manier een grote rol in de beeldvorming (Hall, 1995; Sterk, 2000, p. 11-12; Van Dijk, 2000, p. 36; Verstraeten, 1998, p. 22-23).

Ook om een beeld te vormen over allochtonen gebruiken burgers mediaboodschappen. De media hebben met andere woorden een grote verantwoordelijkheid in de beeldvorming van allochtonen. Zeker aangezien een groot deel van het publiek maar zelden in contact komt met etnische minderheden en een groot deel van het publiek zo goed als geen alternatieve informatiebronnen over etnische minderheden heeft (Brants, 1998, Van Dijk, 2000).

Wanneer we spreken over 'de media' gaat dit niet alleen over nieuwsmedia, ook het ontspanningsaanbod van de media speelt een rol in de beeldvorming. "*Entertainment programs are not allowed to be innocent forms of relaxation; but, whether soap opera or Disney cartoon, their ideological content and potential for shaping beliefs, values and identities is open to scrutiny. News is equally a target of heated analysis as its ability to frame the events in our world and reflect partisan interests is studied and contested*", stelt Husband (2000, p. 199).

De (negatieve, foute) beeldvorming veroorzaakt niet alleen een verkeerde perceptie over allochtonen bij autochtonen. Ook allochtonen worden beïnvloed door de media. Het beeld dat via de media verspreid wordt, speelt een belangrijke rol in de identiteitsvorming van allochtonen. Gandy (1998, p. 58) gebruikt het begrip 'Other-directness' om dit proces aan te duiden. Wat je van jezelf denkt, hangt in grote mate af van wat anderen van je denken. Dus wanneer de media een bepaald beeld verspreiden over de bevolkingsgroep waartoe je behoort, gebruik je dat beeld om je eigen identiteit te definiëren. Onderzoek van Gillespie bij allochtonen in Londen, wees op de belangrijke rol van televisie op de identiteitsvorming, vooral bij allochtone jongeren. "*TV talk, though it may often seem esoteric and trivial, is an important form of self-narration and a major collective resource through which identities are negotiated*", stelt Marie Gillespie (1995, p. 205).

Husband (2000, p. 213) pleit voor een multi-etnische publieke sfeer. De media moeten fora zijn voor een groot aanbod aan verschillende meningen, opvattingen en levenswijzen. Een accurate beeldvorming van verschillende groepen in de samenleving is noodzakelijk omdat wanneer een groep zich ontevreden voelt over de manier waarop zij in beeld gebracht wordt, dit tot een gevoel van uitsluiting kan leiden.

Tenslotte beïnvloeden nieuwsmedia ook, op een complexe wijze, de opkomst of de ondergang van extreem-rechtse partijen, en spelen een rol in racistisch en extreem-rechts geweld. Berichtgeving over racistisch geweld heeft een (onbedoeld) stimulerend en remmend effect. Net zoals de politie, de week na een valse bommelding in de krant, meer bommeldingen krijgt, zou ook berichtgeving over racistisch geweld stimuleren tot imitatiegedrag of navolging. Publiciteit werkt hier als een beloning voor de daders, en is ideaal als rekruteringsmechanisme voor extreem-rechtse organisaties. Zeer negatieve berichtgeving versterkt het 'wij'-gevoel binnen de organisaties. Daarnaast veroorzaakt deze berichtgeving bij allochtonen paniek en intimidatie, wat meestal de bedoeling is van het geweld.

Anderzijds is er ook een remmend effect. Door berichtgeving over extreem-rechts geweld kunnen daders de ernst van hun daden inzien, en beslissen ermee te stoppen. Onderzoeksjournalistiek kan bepaalde feiten over de organisaties onthullen waardoor potentiële aanhangers zich laten afschrikken, of waardoor er interne spanningen ontstaan. Berichtgeving over racistisch geweld kunnen ook tegenbewegingen bevorderen en de kwestie op de politieke agenda zetten (Van Donselaar & Tanja, 2000, p. 83-85).

2.4. Allochtonen en media

Er bestaat heel wat onderzoek over de relatie tussen allochtonen en media. In communicatiewetenschappelijk onderzoek kunnen we vier perspectieven onderscheiden: onderzoek naar mediagebruik van allochtonen, onderzoek naar berichtgeving over allochtonen en aanverwante thema's, onderzoek naar de participatie van allochtonen in de media, en receptieanalyses bij allochtonen.

Het eerste perspectief, mediagebruik van allochtonen, geeft ons inzicht in het mediabezit, de mediakeuze, en lees-, kijk-, en luistergewoonten van allochtonen. Hoewel dit perspectief niet echt centraal staat in onze probleemstelling, lijkt het ons wel belangrijk om een schets van het mediagebruik van allochtonen mee te geven.

Uit Nederlands onderzoek blijkt dat allochtonen niet zoveel verschillen in hun mediavorkeur met autochtonen. Zowel de mediakeuze als de duur van het mediagedrag loopt gelijk. Allochtonen kijken zowel naar autochtone zenders als eigentalige zenders. Naarmate het aanbod aan eigentalige zenders groter is, kijken allochtonen hier meer naar (Dragt, Heuvelman, Lohmann & de Jong, 2002). De kijkfrequentie bij allochtonen is vergelijkbaar met die bij autochtonen.

De audiovisuele media, en in het bijzonder televisie en video, zijn ontzettend populair bij allochtonen. Ze vinden niet enkel amusementsprogramma's belangrijk, maar ook informatieve programma's. Allochtonen die minder taalvaardigheden hebben, kijken wel meer naar amusementsprogramma's (Schakenbos & Marsman, 1988; Schelfhout, 1998). Allochtonen maken veel gebruik van de mainstream media. Vooral soaps zijn populair. Jongeren hebben een divers en rijk kijkgedrag (Tsagarousianou, 2001).

Specifieke programma's voor migranten zijn populair. Turken en Marokkanen kijken meer dan Italianen en andere Zuid-Europeanen. Volgens Schakenbos et al. (1988, p. 36-38) ligt dit aan de taalvaardigheid, die bij Zuid-Europeanen meestal hoger ligt dan bij niet-Europeanen. Voor allochtonen die de taal van het verblijfslaan onder de knie hebben, zijn deze specifieke programma's minder belangrijk. Maar naast taalvaardigheid, is er nog een ander argument om naar deze programma's te kijken. Allochtonen zijn geïnteresseerd in informatie over de situatie in hun herkomstland. Een mogelijke verklaring waarom er verschillen optreden in het kijkgedrag van verschillende allochtonengemeenschappen, kan mogelijk te maken hebben met de afstand tussen de cultuur van het herkomst- en het verblijfslaan. Zo zouden Turken minder van hun cultuur terugvinden in het algemene aanbod, dan Italianen. Algemeen gezien neemt de nood voor specifieke programma's af, en bij jongeren en allochtonen die taalvaardig zijn, is er minder belangstelling voor zulke programma's.

Allochtonen bezitten gemiddeld vaker over een videorecorder dan autochtonen. Ze gebruiken die videorecorders vooral om allochtone films te bekijken. Maar jongeren kijken ook naar Amerikaanse films (Schakenbos et al. 1988).

In vergelijking met autochtonen luisteren allochtonen zelden naar de radio. De radio is waarschijnlijk minder populair als gevolg van een gebrek aan taalvaardigheid van een groep allochtonen. Voor de rest verschilt het luistergedrag niet zoveel van dat van de autochtonen. De twee groepen luisteren vanwege dezelfde reden, namelijk muziek (Tsagarousianou, 2001; Dragt et al., 2002). Bij radio speelt muziek een belangrijke rol. Allochtonen luisteren waarschijnlijk liever naar hun eigen favoriete muziek. Getuige daarvan is de enorme verspreiding van cd-spelers en walkmans.

Radio is wel zeer populair als medium voor migrantenprogramma's. Sommige radiostations uit het herkomstland kunnen hier beluisterd worden, en daarnaast zijn er nog tal van (il)legale lokale radio's. De luisterfrequentie ligt heel hoog. De specifieke radio's hebben waarschijnlijk zoveel succes vanwege de muziek. Opvallend is dat Turken in heel West-Europa veel meer gebruik maken van radiozenders van het herkomstland (Dragt et al., 2002; Schakenbos et al., 1998, p. 38-40).

Allochtonen lezen relatief weinig kranten. De audiovisuele media kennen een veel grotere populariteit dan de gedrukte media. Maar binnen de allochtone gemeenschap zijn er ook grote verschillen. Waarschijnlijk maakt de koppeling van beeld aan woord het gemakkelijker voor allochtonen die de taal minder beheersen. Taalbarrières spelen met andere woorden een rol in het mediagebruik (Schakenbos et al., 1988; Schelfhout, 1998).

Binnen de allochtone gemeenschap zijn er grote verschillen. Turken lezen heel veel eigen kranten, Marokkanen niet. Waarschijnlijk speelt de taalvaardigheid hierin een grote rol. Jongeren lezen weinig eigentalige kranten in vergelijking met volwassenen (Schakenbos et al., 1998, p. 40). Televisie speelt een grotere rol in de informatiegaring bij laaggeïntegreerden, dan bij hooggeïntegreerden, net zoals bij autochtonen (Dragt et al, 2002).

Het tweede perspectief, de berichtgeving over allochtonen en aanverwante thema's, vraagt zich af welk beeld de media vormen van de allochtonen. Vaak klagen allochtonen dat de berichtgeving over hun etnische groep negatief en stereotiep is. Allochtonen zouden ook slechts met enkele onderwerpen geassocieerd worden, terwijl ze bij andere onderwerpen onzichtbaar blijven.

De beeldvorming van leden van etnisch-culturele minderheden in de media heeft altijd verschild van die over blanke westerlingen. Inhoudsanalyses wezen in het verleden op een onverbloemde racistische lading van mediaboodschappen. In de jaren '80 kwam hierin verandering (Crombez, 1996, p. 8). Openlijk racisme werd in de maatschappij niet meer aanvaard. Het traditionele racisme is uit de media en het publieke discours verdwenen. Men roept niet meer openlijk op voor segregatie van een inferieure groep. Dit wil echter niet zeggen dat de media vrij van racisme zijn. Traditioneel racisme maakte plaats voor *modern racism* (Entman, 1990). Er is sprake van een verkeerde beeldvorming zowel in de berichtgeving over allochtonen en aanverwante onderwerpen, als in het fictieaanbod.

Volgens verschillende studies maken de media steeds weer dezelfde fouten in hun berichtgeving over allochtonen en aanverwante thema's. De media verspreiden dan wel geen manifeste racistische boodschappen meer, doch is de berichtgeving over allochtonen niet altijd neutraal en objectief. In de Verenigde Staten worden zwarten vaak in verband gebracht met misdaad en politiek. Zo beweert Entman (1990, 1994) dat er in de media meer beelden verschijnen van zwarten die van misdrijven beschuldigd worden en in handboeien voorgeleid worden (mug-shots) dan dat er zulke beelden van blanken worden uitgezonden. Zwarten worden ook vaker als slachtoffer van discriminatie, armoede, sociale omstandigheden afgebeeld (Entman, 1994).

Ook in Nederland worden allochtonen in de media bijna altijd gelinkt met criminaliteit of problemen. Een bekende allochtone persoon komt bijna nooit aan bod in de media, en als dit al gebeurt dan gaat het vaak om sportmannen en rapmuzikanten, en dus stereotiepe figuren. Dit is een logisch gevolg van de selectievoorwaarden waarmee de journalistiek werkt. Een feit heeft maar nieuwswaarde wanneer het sensationeel is. Anderzijds zorgt dit ervoor dat een bepaalde bevolkingsgroep keer op keer in een negatief, stereotiep daglicht wordt geplaatst (Crombez, 1996, p. 12-13; Brants, 1998).

De media spreken ook vaak in termen van 'wij' en 'zij'. Samen met de stereotiepe berichtgeving en de focus op problemen, leidt het 'wij'-'zij'-discours tot polarisatie tussen allochtonen en autochtonen (Van Dijk, 2000, p. 36-37).

Volgens Entman (1994) is de negatieve beeldvorming van allochtonen het gevolg van een representatieprobleem. Journalisten proberen gebeurtenissen in de samenleving accuraat te rapporteren, maar dit zorgt voor een verkeerde representatie van feiten in de geest van het publiek. Het probleem is dat wanneer een bepaalde allochtoon naar aanleiding van een bepaald feit of incident in de media komt, het autochtone publiek de kenmerken van die ene allochtoon veralgemeent naar de volledige allochtone gemeenschap. Misschien is dit niet echt de fout van de media, maar zeker is, dat ze er niet in slagen hun doel om accuraat te informeren (en de juiste representaties te veroorzaken) te bereiken. De vraag is dus of journalisten accuraat moeten rapporteren, of voor een accurate representatie moeten zorgen?

Ook in televisieseries en films schort er iets aan de beeldvorming van allochtonen. Leden van etnische minderheden worden wel opgenomen, maar ze krijgen vaak minder aandacht. Een aantal series zoals *The Cosby Show* draagt dan weer niet bij tot een positieve beeldvorming van minderheden omdat de personages in dit soort reeksen steeds middenklasse zwarten zijn die schijnbaar nooit geleden hebben onder racisme. Het beeld dat in de series wordt opgehangen,

leidt tot de perceptie dat allochtonen evenveel kansen hebben om het in hun leven te maken als autochtonen (Entman, 1990; Crombez, 1996, p. 9). Iets wat niet strookt met de realiteit.

Het derde perspectief onderzoekt de participatie van allochtonen in de media. Studies tonen aan dat er maar weinig allochtonen werken in de media. Allochtonen maken in West-Europa ongeveer 8% uit van de bevolking, het percentage allochtone journalisten en mediawerkers ligt echter tussen de 2 en de 4% (De Clercq & Devroe, 2003). Auteurs als John Fiske (2000) zien de lage participatie van allochtonen in de media als een belangrijke reden waarom de beeldvorming fout loopt. Fiske beschouwt autochtoon-zijn als een sociale macht om zichzelf als normaal te definiëren, een positie van waaruit normaliteit kan voortvloeien en bestempeld worden.

In West-Europese landen zoals Duitsland, Nederland en Finland werken maar heel weinig etnische minderheden in de media. Over Frankrijk zijn geen cijfers beschikbaar. In Frankrijk weigert men over etnische minderheden te spreken, omdat men vindt dat dat het gelijkheidsbeginsel zou schenden. Het beleid is er bijgevolg niet afgestemd op verschillende groepen in de samenleving. In Groot-Brittannië is de situatie variabel. Bij het private netwerk ITV is het aantal allochtone werknemers zeer laag, maar bij de BBC en Channel4 is de toestand beter. 8% van de werknemers van de BBC behoort tot een etnische minderheid, wat vergelijkbaar is met de proportie van etnische minderheden van de Britse bevolking. De BBC heeft een aantal mechanismen ingebouwd om ook benadeelde groepen gelijke kansen te bieden (Quaj, 1999).

Het vierde, en laatste perspectief houdt zich bezig met wat allochtonen zelf denken over de media. Op de vraag om de media te evalueren reageert een meerderheid van de allochtone respondenten in receptieanalyses uiterst kritisch en negatief. Het idee bestaat dat erin de mainstream media geen plaats is voor etnische minderheden. Respondenten ervaren ‘*non-representation*’ of ‘*under-representation*’ als uitsluiting van het burgerschap. Er leeft hierover een groot pessimisme bij respondenten (Tsaragourianou, 2001, p. 22-23).

Een tweede probleem zien respondenten in het feit dat als etnische minderheden dan al eens media-aandacht krijgen, dat dit op een zeer negatieve en stereotiepe manier gebeurt. Conform met resultaten van inhoudsanalyses van berichtgeving, klagen allochtonen over de voortdurende associatie tussen allochtonen en problemen, ofwel misdaad ofwel problemen met racisme en discriminatie. Allochtonen klagen dat hun dagdagelijkse situatie zelden aan bod komt, tenzij de media een beeld over dé allochtone familie willen schetsen. Allochtone dokters of advocaten zijn een realiteit die nooit in beeld gebracht wordt, volgens de respondenten.

Respondenten geloven sterk dat het publiek de beelden overneemt, en dat vooroordelen worden bevestigd via de media. Ze wensen dan ook een nieuwe beeldvorming. “*What they want from television is a fair reflection of all their complex diversity, not simply exchanging negative with positive frames but replacing both with a framework of reality*” (Ross, 2001, p. 12).

De opkomst van media voor en door etnische minderheden over de hele wereld bewijst dat minderheden bezorgd zijn over de beeldvorming die de media de wereld insturen, zegt Ross (2001). Respondenten wijzen erop dat de allochtone zenders vaak een aanvulling bieden voor de kloof die ze ervaren met de mainstream media. Ze vinden er onder andere gebalanceerde en objectieve informatie over hun cultuur, herkomstland en politiek (Tsaragourianou, 2001, p. 26).

In het volgende stuk bekijken we de vier perspectieven in de relatie allochtonen en media dieper voor de situatie in Vlaanderen.

2.5. Allochtonen en media in Vlaanderen

2.5.1. Mediagebruik van allochtonen

Conform met buitenlandse cijfers blijkt dat allochtonen in Vlaanderen ongeveer hetzelfde mediagedrag hebben als autochtonen. De audiovisuele media zijn goed ingeburgerd bij allochtonen. Bijna alle allochtone respondenten hebben een televisietoestel en, hoewel iets minder uitgesproken, een radio. 95% van de allochtonen heeft een kabelaansluiting, 14% heeft een schotelantenne. Conform met wat we hierboven vermeld hebben, kent de videorecorder een zeer grote verspreiding. Drie kwart van de respondenten beweert een videorecorder te hebben. Ruim 62% daarvan neemt zelf met het toestel op. Ook video's huren is heel populair (de Aguirre, Riebbels, Saeys & Staes, 1996; De Sutter & Saeys, 1996).

Bijna 90% van de respondenten kijkt dagelijks naar televisie. Gemiddeld kijken ze vier uur per dag naar televisie. Marokkanen zouden langer kijken dan Turken, vrouwen langer dan mannen. De commerciële zender VTM is het populairst, gevolgd door Tv1 (nu één). Allochtone mannen kijken liefst naar informatieve programma's, vrouwen prefereren series en spelletjes (de Aguirre et al., 1996; De Sutter et al., 1996).

Twee derde van de respondenten luistert elke dag of minstens drie keer in de week naar de radio. Hoewel bijna iedereen een radio heeft, luistert niet iedereen naar het medium. Marokkanen luisteren meer dan Turken, jongeren meer dan ouderen. Het gebrek aan kennis van het Nederlands is een struikelblok voor ouderen om naar de radio te luisteren. De belangrijkste reden waarom men naar de radio luistert, is de muziek die er gedraaid wordt, sommigen luisteren ook voor het nieuws of als vorm van ontspanning. De zogenaamde vrije radio's zijn het meest geliefd bij de allochtonen. Van de openbare zender worden vooral Studio Brussel en Radio1 genoemd. Ouderen luisteren nog meer naar zenders van het land van herkomst (de Aguirre et al., 1996; De Sutter et al., 1996).

2.5.2. Beeldvorming van allochtonen.

Ook in Vlaanderen gebeurt er onderzoek naar de berichtgeving over allochtonen en aanverwante thema's. We bespreken twee onderzoeken, een exploratief onderzoek van Staes (1996) en een vervolgonderzoek van Devroe en Saeys (2002), die de beeldvorming in kaart brengen. In beide onderzoeken wordt een onderscheid gemaakt tussen routineberichtgeving en crisisberichtgeving. Uit Staes' onderzoek blijkt dat een derde van de artikels over allochtonen met betrekking tot de routineberichtgeving handelt over criminaliteit. Etniciteit, religie en huidskleur komen slechts enkele malen voor, maar nationaliteit of het geboorteland worden in ruim de helft van de artikels vermeld. Er worden ook subjectieve eigenschappen (bijvoorbeeld herrieschopper) toegeschreven aan de individuen. Allochtonen worden ook eerder als een homogene groep voorgesteld, en dan nog vaak negatief, in de criminele sfeer. De helft van de artikels is puur feitelijk. Opinie en duiding vormen de minderheid.

De crisisberichtgeving krijgt meer aandacht in de kranten, ook op de voorpagina. De artikels worden begeleid met foto's. Opvallend bij de crisisberichtgeving is dat de toon over extreemrechtse daders banaliserend (ze hadden gedronken) en individualiserend (ze hadden problemen thuis) is. De berichtgeving over de Turkse slachtoffers was in een sfeer van medelijden en sympathie. Het aantal opinie- en duidingstukken is wel hoger dan bij de routineberichtgeving.

Uit het vervolgonderzoek van Devroe en Saeys (2002) blijkt een grote aandacht voor allochtonen en aanverwante thema's in de pers. Onder andere de aanwezigheid van foto's wijst hierop. Ook uit het vervolgonderzoek blijkt dat een derde van de routineberichtgeving verband houdt met criminaliteit. De routineberichtgeving is wel zorgvuldiger geworden in vergelijking met de resultaten van het eerste onderzoek. De nationaliteit van betrokkenen wordt minder vermeld, en allochtonen komen ook minder aan bod louter en alleen vanwege hun 'allochtoon-zijn'. In de crisisberichten is het minder duidelijk of er sprake is van een zorgvuldigere berichtgeving.

Volgens Devroe en Saeys schept de berichtgeving echter nog steeds een homogeen beeld van de allochtone gemeenschap. Allochtonen komen nog steeds zeer zelden aan het woord.

Conform met resultaten van buitenlands onderzoek naar beeldvorming, stelt d'Haenens (1996) in een exploratief onderzoek naar de Vlaamse televisienieuwsuitzendingen twee stereotypen vast. Ten eerste worden allochtonen worden vaak gelinkt met criminaliteit en misdaad, waardoor ze als crimineel of quasi-crimineel behandeld worden. En ten tweede worden ze als slachtoffer in het gast- en/of thuisland beschouwd. d'Haenens wijst op de irrelevantie van de vermelding van nationaliteit, geboorteland, etnische origine, huidskleur, religie en cultuur in de berichtgeving. Ook onverantwoorde veralgemeningen moeten vermeden worden om uit het 'wij'-'zij'-perspectief te blijven. Berichtgeving mag zich niet beperken tot wie-, wat-, waar-vragen. De journalist geeft best ook een antwoord op hoe- en waarom-vragen. Door dieper in te gaan op de oorzaken en de achtergrond van de gebeurtenissen kan het publiek genuanceerder naar de werkelijkheid kijken. Dat is belangrijk tegen polarisering.

Staes en Deltour (2001, 16 januari) spreken over een positieve trend in de berichtgeving over allochtonen. Toch waarschuwen ze voor onnauwkeurig woordgebruik (bijvoorbeeld: de verwarring van 'illegalen' met 'asielzoekers'), tendentieuze koppen, intro's, citaten, foto's en beelden.

“Allochtonen komen nog te veel voor als decor-element”, beweert d'Haenens (1996, p. 119). Meestal komen ze anoniem en in groep in beeld. Allochtonen zouden meer zelf aan het woord moeten komen. Nu komen allochtonen maar zeer zelden aan het woord in de media. En als hun mening al gevraagd wordt, gaat het over de klassieke migrantenthema's zoals het gemeentelijk stemrecht voor niet EU-burgers of jongerencriminaliteit. *“Hele krantenpagina's en reality-tv-programma's worden gevuld met nietszeggende reacties en uitlatingen van de autochtone man uit de straat, maar bij het nuttigen van die informatie is het vruchteloos zoeken naar een vreemde(n)mening”*, zegt El Mabrouck (2001, 16 januari) hierover. Ook Yüksel (2001, 16 januari) klaagt dit aan. Hoe moeilijk het ook is om tussen politieke correctheid en vooroordelen te manoeuvreren, er is een genuanceerde en nuchtere aanpak nodig.

2.5.3. Participatie van allochtonen in de media.

Dit perspectief houdt zich bezig met onderzoek naar de tewerkstelling van allochtonen in de media. Een gelijkekansenbeleid is ook in de Vlaamse media nog geen vanzelfsprekendheid (Crombez, 1996, p. 13-14), hoewel de VRT een aantal belangrijke initiatieven nam. (We komen hier later nog op terug).

Uit onderzoek naar het profiel van Vlaamse journalisten blijkt dat slechts 4,6% van de journalisten een niet-Belgische identiteit heeft (De Bens, De Clercq & Paulussen, 2003, p. 5). Het probleem met dit cijfer is dat ook Nederlanders en andere Europeanen hierin meegerekend worden. Onderzoekster Ilse Devroe deed in 2003 een telling van alle niet-Europeanen die als

erkende beroepsjournalisten in de Vlaamse media in Vlaanderen werken. Hieruit bleek dat 1,7% van de Vlaamse journalisten van allochtone origine is. Dat is minder dan het Europese gemiddelde van 2 à 4%. (De Clercq & Devroe, 2003).

2.5.4. Receptieanalyses in Vlaanderen.

Uit een onderzoek van Clycq (2003, p. 60-61) blijkt dat allochtonen vooral een beroep doen op de twee grote Vlaamse televisieomroepen, VTM en VRT, wanneer ze op zoek gaan naar televisienieuws. De twee omroepen vormen de basis voor de nieuwsgaring, en worden ook positief beoordeeld. Positiever zelfs dan de satellietzenders.

Maar allochtonen hebben echter ook kritiek op de omroepen, namelijk over de negatieve beeldvorming. De perceptie die allochtonen hebben over de berichtgeving stemt overeen met resultaten van onderzoeken naar beeldvorming over allochtonen in de media. Enerzijds klagen ze de ondervertegenwoordiging van hun etnische groep in de media aan, zowel in nieuwsprogramma's, als series, spelletjes, talkshows, reality-programma's en andere ontspanningsprogramma's. En anderzijds klagen ze over het feit dat wanneer ze dan eens media-aandacht krijgen, dat dit op een stereotiepe en bevooroordeelde manier gebeurt. Respondenten uit focusgroepgesprekken van onderzoekster Devroe (2004) ergeren zich aan de voortdurende link met misdaad, en vooral de vermelding van de nationaliteit in de misdaadberichtgeving. De respondenten vermelden het voorbeeld van een Marokkaans-Belgische atleet, die in de Vlaamse media steeds weer als Belg aangekondigd werd wanneer hij een wedstrijd won, maar voor journalisten plots een Marokkaan werd nadat hij beschuldigd werd van drugsgebruik.

Respondenten wijzen erop dat hun etnische groep weinig in de media verschijnt. Ze operen dat ze enkel opgevoerd worden bij 'typische' en exotische onderwerpen. Ze vinden dat er enkel een correcte beeldvorming kan ontstaan wanneer allochtonen betrokken worden in alledaagse thema's (Clycq, 2003). Door het feit dat ze zo weinig in beeld komen voelen ze zich ook uitgesloten van het burgerschap. Ze ervaren ook een tekort aan rolmodellen in de media (Devroe, 2004). Daarom pleiten ze ook voor meer allochtone journalisten en acteurs in de media (de Aquirre et al., 1996, p. 53-56).

Volgens een onderzoek van De Sutter en Saeys (1996, p. 86-88) ervaren allochtonen ook een tekort aan actuele berichtgeving die aansluit bij hun leefwereld. De binnenlandse commerciële en openbare omroep schieten hierin te kort, volgens respondenten. Vooral ouderen zouden om deze reden een beroep doen op buitenlandse (vooral uit het land van herkomst) zenders. Ouderen zijn ook te vinden voor een eigen zender in het gastland. Jongeren erkennen het nut van een eigen zender voor de ouderen, maar staan er zelf niet voor te springen. (de Aquirre et al., 1996, p. 53-56). Respondenten in het onderzoek van Devroe (2004) zijn niet te vinden voor een eigen zender in het gastland. Ze vrezen dat dit tot meer isolement zou leiden.

De respondenten uit verschillende onderzoeken zijn wel enthousiast over het idee van een multicultureel programma op de Vlaamse televisie. Couleur Locale, een soortgelijk programma van de openbare omroep, werd in mei 1995 na drie seizoenen afgevoerd. De argumentatie van de VRT, toen nog BRTN, was dat men geen multicultureel programma nodig had, maar een multiculturele omroep. Toch hameren respondenten op de productie ervan. Volgens allochtonen moet zo een programma zich zowel tot autochtonen als tot allochtonen richten. Allochtonen zouden meer achtergrondinformatie kunnen krijgen over Vlaanderen en België, en genuanceerde reportages over vreemde culturen zouden de negatieve beeldvorming over allochtonen bij autochtonen kunnen corrigeren. Allochtone jongeren willen een positievere beeldvorming, en een

dialogoog met autochtonen (d'Haenens, 1996, p. 142-145; de Aguirre et al., 1996, p. 53-56; Devroe, 2004). Anderzijds mag een multicultureel programma zich niet beperken tot de 'typische' onderwerpen, zoals de islam en de Turkse of Marokkaanse cultuur. Allochtonen willen dat programmamakers hen betrekken bij alledaagse onderwerpen (Clycq, 2003, p. 61).

Het liefst zouden allochtonen geen multicultureel programma hebben, maar willen ze meer aandacht in de traditionele programma's. Ze willen autochtonen laten zien wie ze zijn. Het is een grote frustratie dat autochtonen de islam en de moslims te weinig kennen. Allochtonen stellen dat de media een negatief, homogeen en stereotiep beeld verspreiden, de islam voortdurend met terrorisme associëren, en voorbij gaan aan alle diversiteit binnen de allochtone gemeenschap. Allochtonen vragen dan ook meer aandacht van de journalisten, en denken dat allochtone journalisten kunnen helpen om de beeldvorming bij te sturen (Devroe, 2004).

2.6. Besluit

In onze hedendaagse multiculturele samenleving spelen de media een grote rol in de percepties die burgers maken van de werkelijkheid. De media zijn de belangrijkste informatiekkanalen van de burgers. Aangezien maar weinig autochtonen dagelijks contact hebben met mensen van een andere cultuur, religie, afkomst of ras, is de verantwoordelijkheid van de media des te groter wat de beeldvorming van allochtonen betreft. Daarenboven beïnvloedt de mediaberichtgeving over allochtonen ook op een complexe wijze de opkomst van extreem-rechts.

De mediaboodschappen hebben niet enkel een invloed op de wijze waarop autochtonen hun allochtone medeburgers percipiëren. Ze hebben ook een invloed op de identiteitsvorming van allochtonen, en allochtone jongeren in het bijzonder. Wat je van jezelf denkt hangt immers in grote mate af van wat anderen van je denken. Het gevaar bestaat ook dat allochtonen zich uitgesloten voelen uit de samenleving.

We hebben vier perspectieven onderscheiden in communicatiewetenschappelijk onderzoek naar de relatie tussen allochtonen en media. Zo bespraken we het mediagebruik van allochtonen, de berichtgeving in de media in verband met allochtonen en aanverwante thema's, de participatie van allochtonen in de media, en de percepties van allochtonen over de media. We hebben gezien dat de situatie in Vlaanderen niet zoveel verschilt van de internationale context.

Het mediagebruik van allochtonen loopt gelijk met dat van autochtonen, zowel qua duur als keuze. Audiovisuele media, in het bijzonder televisie en video, zijn heel populair bij allochtonen. Ze kijken zowel naar (autochtone) mainstream zenders als televisiezenders van het land van herkomst. En zowel naar amusements- als nieuwsprogramma's. Autochtone radiozenders scoren minder, waarschijnlijk spelen taalvaardigheid en muzikale voorkeur hierin een rol. Allochtonen lezen gemiddeld minder kranten dan autochtonen.

Opvallend is dat er grote verschillen zijn binnen de allochtone gemeenschap. Jongeren gebruiken bijvoorbeeld vooral mainstream media, terwijl ouderen teruggrijpen naar zenders uit het land van herkomst. Naast leeftijd, zijn ook taalvaardigheid, de graad van integratie, en geslacht belangrijke variabelen in de verscheidenheid van het mediagebruik.

De berichtgeving over allochtonen en aanverwante thema's in de media schept een negatieve beeldvorming. Allochtonen komen zelden aan bod. En als ze dan aan bod komen, gebeurt het op een vrij stereotiepe en negatieve manier. Allochtonen worden vaak gelinkt met zware onderwerpen als misdaad, integratievraagstukken of sociale problemen. Ofwel worden ze als

crimineel, ofwel als slachtoffer voorgesteld. De media hanteren ook een ‘wij’-‘zij’-discours dat polarisatie in de hand werkt tussen autochtonen en allochtonen.

Er is geen evenredige participatie van allochtonen in de media. Allochtonen vormen ongeveer 8% van de West-Europese bevolking, het percentage allochtone journalisten en mediawerkers in Europa is echter slechts 2 à 4%. Ook Vlaanderen scoort hier bijzonder laag.

Allochtonen evalueren de mediaberichtgeving vrij negatief. Ze klagen over een ondervertegenwoordiging, en een negatieve beeldvorming. Ze vinden dat ze uitsluitend als misdadiger en als slachtoffer afgebeeld worden. Vooral de vermelding van de nationaliteit in misdaadberichtgeving is voor een aantal respondenten een doorn in het oog. Allochtonen vragen zich af waarom ze niet aan bod komen bij alledaagse onderwerpen. Dit geeft vaak een gevoel van uitsluiting van het burgerschap als gevolg.

Over allochtone programma’s en zenders zijn respondenten verdeeld. Een groep heeft nood aan informatie over hun specifieke situatie en uit het herkomstland. Een andere groep wil vooral dialoog tussen autochtonen en allochtonen, en ziet zulke programma’s en zenders eerder als een verdere isolatie.

Ondanks het weinig fraaie beeld dat het literatuuroverzicht schept, willen we in een volgend onderdeel de nadruk leggen op een aantal initiatieven dat genomen werd om een accurate beeldvorming en een evenredige participatie van allochtonen in de media te creëren. Deze initiatieven groeiden vaak vanuit niet-gouvernementele organisaties, maar stilaan zien ook mediabedrijven het belang in van meer diversiteit.

3. OVERZICHT INITIATIEVEN

In verschillende landen zijn er initiatieven opgestart om de beeldvorming, de aanwezigheid en de participatie in de media van allochtonen te verbeteren.

In 1986 richtten de Nederlandse landelijke minderhedenorganisaties *Stoa* (Stichting Omroep en Allochtonen) op. Later kreeg de organisatie de naam *Mira Media*. De organisatie zet zich in voor een gelijkwaardige deelname van etnische minderheden in de audiovisuele media en een multiculturele programmering. Enerzijds probeert Mira Media allochtonen de weg naar de media te wijzen. Het daartoe opgerichte 'servicecentrum studie & beroep' ondersteunt studenten en mediawerkers uit etnische minderheidsgroepen. Anderzijds wil men het media-aanbod tot een goede afspiegeling van de samenleving maken. Het 'servicecentrum interculturalisatie' ontwikkelt monitoringsinstrumenten, doet onderzoek, en geeft mediawerkers advies. Daarnaast heeft Mira Media een hele reeks projecten lopen, zoals onder andere *Perslink*. Mira Media legt in het kader van *Perslink* een database aan met allochtone woordvoerders voor mediawerkers, en organiseert debatten met en mediatrainingen voor allochtonen (<http://www.miramedia.nl>).

Mira Media is ook initiator van *On-Line/More colour in the media*, een koepel van een aantal Europese organisaties, die de participatie van allochtonen in de media moet verbeteren. Dit project geeft training aan allochtonen, en begeleidt hen bij sollicitaties in de mediasector. Het project verschaft ook informatie over interculturele programmering en diversiteit in personeelsmanagement aan mediawerkers (*On-Line/More colour in the media*, <http://www.olmcm.org> & <http://www.multicultural.net>).

Een ander initiatief op Europees vlak is *Tuning into diversity*, een conferentie die georganiseerd werd september 2004. Tijdens de conferentie was het de bedoeling om een aantal aanbevelingen en richtlijnen te formuleren die de media moeten helpen om allochtonen te betrekken in hun media-aanbod, om zo tot een multiculturele programmering te komen, en nieuwe generaties etnische minderheden te betrekken als publiek en mediawerker. Daarnaast moest de conferentie mediawerkers en deskundigen bij elkaar brengen, en nieuwe projecten opstarten (<http://www.tuning2004.nl>).

Maart 2005 hebben verschillende Europese ngo's *The European Week of Media and Minorities* ingericht. Tijdens die week wilde men de representatie van etnische minderheden onder de aandacht brengen. In België organiseerden *Het Centrum van Gelijkheid van Kansen en Racismebestrijding*, *Het Forum van Etnisch Culturele Minderheden*, *De Interculturele Site van Vlaanderen* (<http://www.kifkif.be>) en het *Steunpunt voor Allochtone Meisjes en Vrouwen* (<http://www.samv.be>) een debat over de beeldvorming van de islam in de media. Eerder vonden in november 2003 en maart 2004 al respectievelijk *The Week of Monitoring* en *The Week of Action* plaats (<http://www.olmcm.org>).

Ook in Vlaanderen zijn er initiatieven om de participatie en de beeldvorming van allochtonen in de media te verbeteren. In 1994 kwam de *Werkgroep Media en Migranten* van de *Algemene Vereniging van Belgische Beroepsjournalisten* (AVBB) met een reeks aanbevelingen voor de dag, en zette op die manier het thema media en allochtonen op de agenda. Hoewel de richtlijnen voor de berichtgeving over allochtonen niet behoren tot de formele journalistieke normen, worden ze wel geraadpleegd bij de beraadslaging van de uitspraken van de Raad voor Journalistiek (Deltour & Staes, 2001, p. 7).

In 2003 heeft toenmalig Vlaams minister van Gelijke Kansen Mieke Vogels samen met het Minderhedenforum de cd-rom *Gevestigde Waarden* verspreid, een cd-rom met een handige lijst van

allochtone deskundigen. Dit initiatief gebeurde naar analogie van *'Zeg niet te gauw, er is geen vrouw'*, een lijst van deskundige vrouwen, die verspreid werd met als doel de zichtbaarheid van vrouwen in de media te vergroten.

In Vlaanderen werd *TrefMedia* in het voorjaar van 2004 opgericht door Het Forum van Etnisch-Culturele Minderheden. Samen met onder andere de VRT organiseerde het Forum in 2002 Ontmoetingsdagen rond Media en Allochtonen. Tijdens die ontmoetingsdagen kwam de vraag naar een structureel trefpunt rond 'media en diversiteit'. *TrefMedia* staat voor *Trefpunt voor Media in Diversiteit*. De organisatie zet zich in voor "een evenredige participatie en een accurate beeldvorming van etnisch-culturele minderheden in de mainstream media".

In haar eerste werkjaar heeft *TrefMedia* vier hoofddoelen. Ten eerste wil *TrefMedia* het centrale aanspreekpunt zijn voor media en allochtonen, maar ook iedereen die informatie wil over diversiteit. De organisatie zet hiervoor diensten op, op basis van de vragen die ze krijgt. Ten tweede wil de organisatie als een expertisecentrum werken, en internationale onderzoeken en ontwikkelingen in de media verzamelen. Ten derde ziet de organisatie zichzelf als een actiemiddel. De organisatie moet de thematiek, zolang het nodig is, op de agenda blijven plaatsen, en allochtonen en media stimuleren. Ten laatste is *TrefMedia* een partner voor buitenlandse initiatieven zoals het hierboven vermelde *Tuning into diversity*, en is het lid van het Europese netwerk *On-Line/More colour in the media* (*TrefMedia*, 2005).

De Vlaamse openbare omroep, de VRT, zet een aantal initiatieven op om de beeldvorming en de participatie van allochtonen op de omroep te verbeteren. De VRT, toen BRTN, voert sinds 1988 een gelijkheidsbeleid. In het begin was het vooral de bedoeling om gelijke kansen voor vrouwen te creëren. Vanaf 1992 is de omroep begonnen met een gelijkheidsbeleid tegenover allochtonen. In 1999 was dit echter nog veel op papier, en niet in praktijk (Vanlierde, 1999, p. 36-40), maar op 26 april 2003, de slotdag van de ontmoetingsdagen Allochtonen en Media ondertekende gedelegeerd bestuurder Tony Mary het *Charter Diversiteit*. Dit charter bracht heel wat in beweging. We citeren:

De openbare Vlaamse Radio- en Televisieomroep (VRT) verklaart:

- een afspiegeling te willen zijn van de diversiteit in de Vlaamse samenleving zowel in zijn programma's als op het vlak van zijn personeelsbestand;
- geen enkele vorm van discriminatie te dulden, zoals op grond van geslacht, etnische afkomst, levensbeschouwing, seksuele geaardheid, leeftijd of handicap;
- gelijke kansen te garanderen. Alleen kwaliteiten van mensen zijn doorslaggevend;
- een belangrijke rol te willen spelen in het verder ontwikkelen van de identiteit en diversiteit van de Vlaamse samenleving. De omroep wil een belangrijke factor zijn voor sociale cohesie en integratie van alle individuen, groepen en gemeenschappen, en van een democratische en verdraagzame samenleving;

Daarom zal de VRT ervoor zorgen dat de diversiteit van onze samenleving in zijn programma's te bekijken en te beluisteren valt.

Hiertoe zal de VRT:

- in zijn berichtgeving de journalistieke richtlijnen en aanbevelingen inzake de berichtgeving over allochtonen respecteren;
- mensen van etnisch-culturele minderheden aan bod laten komen in de gewone programma's als burger, deskundige, praatgast, deelnemer aan een programma, als publiek;
- ijveren voor een zo gediversifieerd mogelijk personeelsbestand. Hiertoe zullen initiatieven, eventueel in samenwerking met andere instanties, worden genomen op het vlak van indienstneming, opleiding en sensibilisering.

Bewust van zijn voorbeeldfunctie, wil de VRT op die manier bruggen slaan tussen autochtonen en allochtonen in de Vlaamse gemeenschap, om zo een bijdrage te leveren tot een harmonische, pluralistische en verdraagzame maatschappij waar eenieder zich thuis kan voelen (Charter Diversiteit, 2003, 26 april).

Kort daarop, in mei 2003, werd de Cel Diversiteit opgericht. De Cel Diversiteit heeft als taak de engagementen die de VRT nam in het Charter Diversiteit om te zetten in concrete initiatieven. De Cel Diversiteit richt zich zowel tot VRT-werknemers, als tot organisaties en personen van allochtone origine.

Om de beeldvorming en de zichtbaarheid van allochtonen te verbeteren organiseert de Cel Diversiteit workshops voor programmamakers en journalisten, en ook andere VRT-werknemers. De bedoeling is om een zo groot mogelijk draagvlak te creëren voor de visie dat de openbare omroep een afspiegeling moet zijn van de samenleving. Voor de workshops wordt vaak een beroep gedaan op allochtone deskundigen. De nadruk ligt vaak op het aanleggen van een allochtoon netwerk, zowel persoonlijke contacten als contacten met diverse organisaties en deskundigen. Nu hebben journalisten nog maar zelden allochtone correspondenten.

Ook nethoofden, programmamakers, producers, regisseurs, scenaristen hebben baat bij ondersteuning en advies. Voor de sitcom *Thuis* helpt een divers allochtoon kijkerspanel het profiel van de allochtone personages *Mo*, *Aïsha* en *Waldek* aan te scherpen.

De VRT streeft naar een zo gediversifieerd mogelijk personeelsbestand, en wil daarom gelijke kansen garanderen en werft mensen enkel aan op basis van kwaliteiten. Voor positieve discriminatie loopt de omroep niet warm, maar een positieve actie wil ze wel nemen.

In maart 2003 werd een informatieweek voor 20 allochtone scholieren uit het laatste jaar van het secundair onderwijs georganiseerd. Enerzijds konden de laatstejaars op die manier kennismaken met de jobs die de VRT aanbiedt. En anderzijds kwamen de VRT-medewerkers in contact met mogelijke collega's, kijkers en luisteraars van allochtone origine. Het project wordt dit jaar voor de derde keer georganiseerd. Ondertussen werd de week om praktische redenen beperkt tot twee dagen. Het enthousiasme is in elk geval heel groot, zowel bij de scholieren als binnen de omroep.

De Cel Diversiteit speelt ook de rol van bemiddelaar voor sollicitanten van allochtone origine. Ze lobbyen niet bij sollicitaties, maar proberen de sollicitanten zo goed mogelijk voor te bereiden. Ze proberen door informatieverbreiding en aanwezigheid bij evenementen van allochtone organisaties ook drempels te verlagen. Sinds 2004 biedt de VRT ook jaarlijks vijf betaalde stageplaatsen van zes maanden aan. Tijdens die stages kunnen allochtonen meedraaien in een redactie en een aantal cursussen meepikken. Ook voor de programmamakers zijn de stages leerrijk. Zowel de meerderheid van stagiairs als de werknemers van de omroep evalueerden dit project zeer positief (Dala & De Clercq, persoonlijke mededeling, 2005, 18 maart; VRT-jaarverslag, 2003, p. 52-53).

In september 2004 stelde de VRT-studiedienst het rapport *Kleur Bekennen* voor. Het rapport brengt een verslag van de zichtbaarheid van mensen van andere origine op de openbare omroep. Het onderzoek is gebaseerd op *Monitor Diversiteit 2002*. Een onderzoek naar etniciteit op de Nederlandse omroep van de organisatie 'Meer van Anders', de opvolger van het 'NOS Bureau Beeldvorming m/v', februari 2003. *Monitor Diversiteit 2002* is op zijn beurt geïnspireerd op onderzoek in Nederland en andere Noord-Europese landen naar de representatie van vrouwen op de omroep.

Uit de resultaten blijkt dat er weinig gekleurde mensen op het scherm komen. Echter, vermeld moet worden dat de studie een nulmeting is voor de VRT, en er niet echt een referentiepunt bestaat om te oordelen wat veel of weinig kleur is. Van de gekleurde mensen komen de meeste uit Zwart-Afrika en Mediterrane landen. Zwarte Afrikanen komen het vaakst in fictieprogramma's aan bod, Mediterraneanen in non-fictieprogramma's. Bij non-fictie krijgen gekleurde mensen vooral aandacht in verband met gewichtige onderwerpen, en minder bij ontspannende thema's. Daarenboven zijn ze meestal het onderwerp van portret of interviewsobject. Als panellid van een spelletje of als discussiedeelnemer komen ze maar zeer zelden aan bod. Ze vervullen met andere woorden vooral gewichtige programmafuncties. In het rapport worden een aantal aanbevelingen gegeven aan programmamakers en journalisten om de diversiteit op het scherm te verbeteren (Kleur Bekennen, 2004).

Het Vlaamse Forum van Etnisch-Culturele Minderheden en TrefMedia moedigen de initiatieven bij de VRT aan, maar waarschuwen huidig Vlaams minister van Media Geert Bourgeois dat hij zich niet enkel op de VRT mag richten. Diversiteit is bij alle media belangrijk, en is een taak voor de Vlaamse overheid (De Ridder, 2005; "Gekleurde mensen komen niet aan de bak op tv", 2005, 12 januari). VTM heeft op de dag van vandaag nog geen diversiteitsbeleid, maar had wel al contact met TrefMedia (TrefMedia, 2005).

4. METHODOLOGIE

4.1. Onderzoeksmateriaal

4.1.1. Situering

Zoals vermeld in de inleiding vond er februari 2001 een ontmoetingsdag plaats bij de Vlaamse Openbare omroep, die de relatie tussen etnisch-culturele minderheden en media als onderwerp had. Samen met het Minderhedenforum, het toenmalig Intercultureel Centrum voor Migranten (ICCM), het Steunpunt Allochtone Meisjes en Vrouwen, en het Vlaams Minderhedencentrum (VMC) organiseerde de VRT een debat tussen VRT-medewerkers enerzijds en mensen uit het allochtone verenigingsleven en de integratiesector anderzijds. Dit initiatief had heel wat succes. Het debat wees op de noodzaak van dialoog tussen etnische minderheden en mediawerkers.

Het Minderhedencentrum organiseerde in oktober 2001 een Open Forumdag in het Vlaams parlement, waar de relatie media en allochtonen één van de drie belangrijke thema's vormde. Uit het debat van oktober 2001 bleek dat het probleem in de relatie tussen allochtonen en media tweeledig is:

1. De berichtgeving over en beeldvorming van allochtonen in de Vlaamse media, en
2. De participatie van allochtonen in de media.

De vaststellingen uit de debatten tijdens de bovengenoemde initiatieven, vormden de inspiratie waaruit het idee ontstond om een reeks provinciale ontmoetingsdagen te organiseren rond allochtonen en media. De bedoeling van deze provinciale ontmoetingsdagen was om ook naar lokale bevindingen en vragen te peilen, en de gelegenheid te geven hierover te discussiëren.

Het Minderhedenforum, het ICCM, het VMC en de VRT namen opnieuw de organisatie van dit idee op zich, samen met het Centrum voor Gelijkheid van Kansen en Racismebestrijding (CGKR) en de Interdepartementale Commissie Etnische-Culturele Minderheden (ICEM). De departementen Media en Gelijke Kansen, de Koning Boudewijnstichting, het Fonds Pascal Decroos en de Vlaamse Gemeenschapscommissie financierden het initiatief.

Concreet werden er drie provinciale ontmoetingsdagen georganiseerd: in Antwerpen (27 april 2002), Oost-Vlaanderen – Gent (5 oktober 2002) en Limburg – Hasselt (14 december 2002). Om de debattenreeks af te sluiten, vonden er op de slotdag (26 april 2003) zeven workshops en een besluitende plenaire zitting in het Vlaams parlement plaats.

4.1.2. Kenze van het onderzoeksmateriaal

Voor onze analyse gebruiken we verslagen van debatten en workshops die tijdens de ontmoetingsdagen Allochtonen en Media georganiseerd werden. De verslagen werden opgemaakt door medewerkers van het Minderhedenforum. Het zijn enkel de verslagen die als analyse materiaal dienen. Het gaat dus om secundaire data, waarvan de onderzoeksresultaten zullen van afhangen.

In totaal vonden drie ontmoetingsdagen met debat plaats. Op de slotdag was er ook nog een kort debat, en zeven workshops. Dit geeft dus vier debatten en zeven workshops. Concreet hebben wij verslagen van de vier debatten en zes workshops. Van één van de zevende workshop bestaat geen verslag, aangezien het om individuele sessies interviewtechnieken ging.

We gebruiken echter niet alle verslagen als onderzoeksmateriaal. We gebruiken enkel de verslagen waarin een debat wordt weergegeven. We laten bijgevolg, naast de workshop interviewtechnieken, nog twee andere workshops links liggen, 'Meer in de media', omdat die eruit bestond dat een journalist (Guy Fransen) een reeks tips gaf die allochtonen moeten helpen om meer in de media te komen. En 'Diversiteit in woord en beeld: uitdagingen en valkuilen', die een uiteenzetting betreft van een deskundige (Monique Doppert). Ten slotte, sluiten we nog een debat (Ontmoetingsdag Gent 5 oktober 2002) uit, omdat het verslag meer een soort van checklist is, met commentaar van het Minderhedenforum, dan een weergave van een debat.

naam debat	Type
Workshop vertegenwoordiging allochtonen in de media	Debat
Workshop meer in de media	Uiteenzetting Guy Fransen
Workshop diversiteit in woord en beeld: uitdagingen en valkuilen	Uiteenzetting Doppert
Workshop interviewtechnieken	Individuele workshop
Workshop hoe kan je allochtonen actiever betrekken bij programma's of media?	Debat
Workshop kritisch kijken	Debat
Workshop vermarkting en diversiteit	Debat
Ontmoetingsdag Antwerpen 27 april 2002	Debat
Ontmoetingsdag Gent 5 oktober 2002	Checklist met commentaar
Ontmoetingsdag Hasselt 14 december 2002	Debat
Slotconferentie Brussel 26 april 2003	Debat

Tabel1. Overzicht debatten en workshop ontmoetingsdagen 'allochtonen en media'.

De verslagen van de geselecteerde verslagen werden in de bijlagen (*bijlagen2*) opgenomen.

4.2. Methode

Als methode kiezen we voor de kwalitatieve inhoudsanalyse. Inhoudsanalyse is een onderzoeksvorm, waarbij de onderzoeker bepaalde documenten aan een intensieve studie onderwerpt. De bedoeling van een kwalitatieve inhoudsanalyse is om latente betekenisstructuren in de documenten in hun reële context te reconstrueren. De codeur moet zich daarom verplaatsen in de leefwereld van de gebruikers en makers van de documenten. De rol van de onderzoeker is in kwalitatief onderzoek vrij groot. In de communicatiewetenschappen gebruikt men deze methode meestal om media-inhouden te bestuderen, bijvoorbeeld in onderzoek naar beeldvorming van allochtonen in de media.

In ons onderzoek fungeren de verslagen van de debatten en workshops tijdens de ontmoetingsdagen Allochtonen en Media als onderzoeksmateriaal voor de inhoudsanalyse. Het ligt in onze bedoeling om de meningen en opmerkingen die door de deelnemers van de debatten verwoord werden, te reconstrueren.

De kwalitatieve inhoudsanalyse onderscheidt zich op een aantal punten van de kwantitatieve inhoudsanalyse. Een eerste grote verschil met kwantitatief onderzoek is dat waar kwantitatief onderzoek informatie verzamelt, door meting van bepaalde manifeste kenmerken van de werkelijkheid, terwijl kwalitatief onderzoek latente betekenisstructuren reconstrueert. We zullen in ons onderzoek dus geen woorden of meningen tellen, maar wel analyseren.

Een ander groot verschil met kwantitatief onderzoek is dat het onderzoeksproces in kwalitatief onderzoek niet volgens een strikt vooraf vastgelegd onderzoeksontwerp verloopt. We vertrekken van een eerder algemene probleemstelling en het proces is eerder cyclisch en gefaseerd. In het cyclische proces wisselen waarneming, analyse en reflectie elkaar voortdurend af. De dataverzameling gebeurt niet alleen op verschillende momenten, de dataverzameling wordt ook gestuurd door de reflectie. De reden van dit cyclische karakter ligt bij het feit dat we werken met een analytisch kader met lacunes.

Het onderzoeksproces is ook een vergelijkingsproces. We zoeken in het materiaal voortdurend vergelijking. De bedoeling is uiteindelijk vertrekkende vanuit de meningen en opmerkingen van de debatdeelnemers tot globale concepten, en theorievorming te komen.

Ten slotte, wordt het onderzoeksproces gekenmerkt door het cognitieve aspect, de activiteiten van de onderzoeker. Tijdens het reflectieproces koppelt de onderzoeker voortdurend informatie uit het onderzoeksmateriaal, met eigen opgedane inzichten en bestaande literatuur (Wester, 2000, 2001).

De methode sluit aan bij de Grounded theory-benadering van Glaser en Straus (1967). Observatie, analyse en reflectie gewissel elkaar voortdurend af. En gedurende het onderzoeksproces wordt het analytisch kader ingevuld. Concepten en hypothesen komen niet louter uit de data, ze ontstaan in relatie met de data. De bedoeling is theorievorming.

Belangrijk te vermelden is dat de inhoudsanalyse af te rekenen heeft met een geldigheidsprobleem. De onderzoeker probeert op basis van het onderzoeksmateriaal uitspraken te doen over de context waarin het materiaal is ontstaan. Dit betekent dan ook dat de onderzoeker volledig afhankelijk is van de inhoud van het materiaal (Wester, 2001). Wij zijn in onze analyse dus afhankelijk van de verslagen die gemaakt werden van de debatten die gevoerd werden tijdens de ontmoetingsdagen.

5. ONDERZOEKSVERLOOP

5.1. Kort overzicht onderzoeksfasen

Wester (1991) onderscheidt vier fasen in de Gefundeerde theoriebenadering: de exploratie-, specificatie-, reductie- en integratiefase. In de eerste fase, de exploratiefase, proberen we de globale begrippen (sensitizing concepts) uit literatuuronderzoek en concepten uit onderzoek van Ilse Devroe (*bijlage 1*) te betrekken op het onderzoeksmateriaal. In deze fase brengen we in kaart wie wat zegt. We labelen de verschillende sprekers uit de debatten. In de tweede fase, de specificatiefase, vullen we de begrippen en concepten verder in. We proberen achterliggende dimensies van de concepten te betrekken. Verschillen tussen respondenten en situaties. In de derde fase, de reductiefase, brengen we alles samen. We leggen het basisproces vast, en de structuur van alle relaties. In de laatste fase, de integratiefase, werken we een theorie uit. We construeren de relaties en verbanden tussen de verschillende begrippen. Hierbij gebruiken we ook literatuuronderzoek.

Zoals gezegd, wisselen waarneming, analyse en reflectie zich voortdurend af tijdens deze vier fasen. De eerste fasen duren meestal langer. De fasen zijn cumulatief, elke fase bouwt voort op het resultaat van de vorige. We stappen naar een volgende fase wanneer er een zekere theoretische verzadiging optreedt (Linders & Hijmans, 2001, p. 554-556).

Om praktisch te kunnen werken hebben we een onderzoeksinstrument ontwikkeld in een Excel-bestand. We hebben alle uitspraken genummerd, en onderbracht onder een bepaald concept. Voor elke uitspraak hebben we gekeken wie de vertolker ('spreker') was. De sprekers werden gelabeld naargelang welke rol ze speelden in het debat. We willen een onderscheid maken tussen mediawerkers, deskundigen, beleidsmakers en allochtone vertegenwoordigers. Dit wordt duidelijk in het codeboek.

5.2. Codeboek

- Code uitspraak

Elke uitspraak of interventie geven we een nummer als code. Soms splitsen we een interventie van een spreker in verschillende delen, omdat de interventie verschillende concepten handelt of zeer uitgebreid zijn. Codes worden dan gegeven aan elk deel apart.

- Code verslag

Zoals eerder vermeld, vonden er in totaal elf debatten en/of workshops plaats. Elk debat en/of workshop krijgt een code van A tot en met K. In de onderstaande tabel staan de debatten waarvan we de verslagen gebruiken als onderzoeksmateriaal cursief. Het gaat om A, E, F, G, H, J en K.

Code verslag	Titel debat/workshop
A	<i>vertegenwoordiging allochtonen in de media</i>
B	meer in de media
C	diversiteit in woord en beeld: uitdagingen en valkuilen
D	Interviewtechnieken
E	<i>hoe kan je allochtonen actiever betrekken bij programma's of media</i>
F	<i>kritisch kijken</i>
G	<i>vermarketing en diversiteit</i>
H	<i>Ontmoetingsdag Antwerpen 27 april 2002</i>
I	<i>Ontmoetingsdag Gent 5 oktober 2002</i>
J	<i>Ontmoetingsdag Hasselt 14 december 2002</i>
K	<i>Slotconferentie Brussel 26 april 2003</i>

Tabel2. Codes geselecteerde verslagen.

De verslagen van de geselecteerde debatten werden in de bijlagen (*bijlagen2*) opgenomen.

- Naam spreker

Onder 'Naam spreker' komt de volledige naam van de spreker. Aangezien we ons enkel baseren op de verslagen van de debatten en workshops, kunnen we enkel een naam geven indien die in het verslag vermeld wordt.

Omdat de verslagen niet altijd even volledig zijn, voegen we ook de categorieën 'anoniem' en 'algemeen' aan toe. 'Anoniem' staat voor een opmerking waarvan de spreker niet bij naam genoemd wordt. 'Algemeen' staat voor een concluderende passage uit het verslag die de teneur van de vergadering weergeeft. Per tekst krijgen de anonieme en algemene opmerkingen een nummer.

- Informatie spreker

In deze kolom staat informatie over de spreker. Deze informatie is belangrijk in de verdere analyse van de opmerkingen. Dit wordt duidelijk in de volgende kolom.

- Rol

Met rol bedoelen we de achtergrond van waaruit de spreker deelneemt aan het debat. We maken een onderscheid tussen een moderator, een expert, een vertegenwoordiger, een mediawerker, een speciale mediawerker, een beleidsmaker en een anonieme deelnemer. Een spreker wordt toegekend aan een van deze categorieën op basis van de informatie over de spreker in de kolom 'Informatie spreker'.

Een **moderator** is de persoon die het debat leidt. De interventies van de moderators worden niet verder geanalyseerd. Wel zijn ze soms belangrijk om af te leiden waarover het debat gaat.

Een **deskundige** of expert is een vertegenwoordiger van een universiteit, vereniging of organisatie die zich op een of andere manier kan beroepen op expertise over het brede thema: allochtonen en media. Een vertegenwoordiger van de Marokkaanse gemeenschap wordt niet als expert gecategoriseerd, een medewerker van het Forum van Etnisch-Culturele Minderheden wel. Expertise in verband met allochtone thema's in brede zin wordt hierbij niet gelijkgesteld aan specifieke expertise in allochtonen en media.

Een **vertegenwoordiger** is lid van een allochtone organisatie of vereniging of de allochtone gemeenschap, die volgens de informatie in de kolom 'Informatie spreker' geen expertise heeft over het thema: allochtonen en media.

Alle sprekers die werkzaam zijn in de mainstream media, en dus vanuit het standpunt van de media spreken behoren tot de categorie '**mediawerker**'. Ook een spreker die op de Cel Diversiteit van de VRT-studiedienst werkt, bestempelen we als 'mediawerker'. Met mainstream media bedoelen we de media die zich richten tot een breed publiek. Dit zijn zowel regionale als nationale media. Belangrijk is dat deze media zich niet specifiek richten tot allochtonen.

Een **speciale mediawerker**, is een mediawerker die niet werkt in de mainstream media, maar in media die allochtonen als doelgroep hebben.

Een **beleidsmaker** is iemand die de overheid vertegenwoordigd. Dit kan een minister of een kabinetsmedewerker zijn.

Een **anonieme deelnemer**, is een spreker waarvan we geen of te weinig informatie hebben om te bepalen tot welke categorie hij behoort. Ook alle interventies die als 'anoniem' of 'algemeen' gecategoriseerd worden, vallen hieronder.

- Uiteenzetting

Als er in de kolom 'uiteenzetting' een 'u' staat, dan betekent dat de uitspraak onderdeel is van een uiteenzetting van de spreker. Met een uiteenzetting bedoelen we een uitspraak die we niet analyseren omdat die niet relevant is. Dit kan gaan om een voorstelling van een spreker of een praktische aankondiging tijdens het debat.

- Concepten

Ten slotte plaatsen we elke uitspraak onder een of meerdere concepten. We zullen later in onze analyse alle uitspraken per concept behandelen.

Code concept	Concept
1	Mediagebruik
2	Doelgroep televisie/programma
3A	Participatie problemen
3B	Participatie oplossingen
3C	Participatie initiatieven
4A	Media algemeen
4B	Berichtgeving
4C	Fictie
4D	Zichtbaarheid en beeldvorming
4F	Oplossingen
4G	Initiatieven
5	Identiteit
6	Migratie
7	Rest

Tabel 3. *Overzicht verschillende concepten.*

Waarvoor deze verschillende concepten staan, lichten we hier verder toe, wanneer we stil staan bij de ontwikkeling van de concepten.

5.3. Ontwikkeling concepten

De lijst van concepten zijn een resultaat van de eerste lezing van het onderzoeksmateriaal, concepten uit focusgroeponderzoek van Devroe (*bijlage 1*) en inzichten uit ons literatuuroverzicht.

1. Mediagebruik allochtonen
Het concept mediagebruik wijst op alle zaken in verband met de zenderkeuzes, zendervoorkeuren, lengte en frequentie van het mediagedrag, en de kijkgewoonten van allochtonen.
Dit concept is op het eerste gezicht niet relevant in het kader van onze probleemstelling, maar we verwachten dat dit onderwerp aan bod zal komen in de debatten.
2. Doelgroepprogramma/zenders
Alle interventies die te maken hebben met doelgroepprogramma's en - zenders vallen hieronder. We verwachten dat verschillende deelnemers doelgroepmedia als instrumenten voor een accurate beeldvorming zullen beschouwen.
3. A. Participatie problemen
Alle problemen in verband met de participatie of tewerkstelling van allochtonen in de media horen hieronder.

B. Participatie oplossingen
Alle oplossingen voor een betere participatie van allochtonen in de media.

C. Participatie initiatieven
Alles wat gezegd wordt over reeds lopende projecten en initiatieven.

4. Beeldvorming
 - A. Media algemeen
Alle algemene opmerkingen over beeldvorming in de media die niet thuishoren in onderstaande categorieën.
 - B. Berichtgeving
Alle opmerkingen over berichtgeving over allochtonen en aanverwante thema's. Dit kan gaan van fouten, tot de stereotiepe lading van mediaboodschappen.
 - C. Fictie
Alle opmerkingen over negatieve en foutieve beeldvorming in fictieprogramma's.
 - D. Zichtbaarheid en representatie
Met zichtbaarheid en representatie bedoelen we concreet het aantal allochtonen die op het scherm komen, of geïnterviewd worden. Dit gaat niet over allochtone mediawerkers, maar allochtone burgers, woordvoerders, experts etc.
 - F. Oplossingen
Hieronder vallen de oplossingen die tijdens de debatten voorgesteld worden, die moeten bijdragen tot een meer accurate beeldvorming.
 - G. Initiatieven
Hieronder vallen opmerkingen over de reeds lopende projecten en initiatieven, die opgestart worden om de beeldvorming van allochtonen te verbeteren.
5. Identiteitsvorming
Met identiteitsvorming bedoelen we alles in verband met het effect van de negatieve beeldvorming op de identiteit, het zelfbeeld van allochtonen zelf en de mate waarin ze zich betrokken voelen in de Vlaamse samenleving.
6. Migratie
Onder migratie horen alle facetten die met migratie te maken. Eventuele samenlevingsproblemen die zich buiten het thema 'allochtonen en media' situeren, komen hier. We verwachten dat over migratie, racisme en samenlevingsproblemen gepraat zal worden, maar deze thema's komen niet aan bod in onze analyse.
7. Rest
In de restcategorie komen alle interventies die niet in de concepten passen. Sommige interventies zijn belangrijk in het debat, maar zijn niet relevant voor onze analyse.

Tijdens onze analyse hebben we deze concepten echter aangepast. De concepten 'zichtbaarheid' en 'representatie' worden niet apart verwerkt in onze analyse. We hebben ervoor gekozen om ze te integreren bij 'media algemeen', 'berichtgeving' en 'fictie'. Wanneer bijvoorbeeld gezegd wordt dat er te weinig allochtonen aan het woord gelaten worden over alledaagse nieuwsfeiten, dan hoort dit bij 'berichtgeving'. Een opmerking over fictie hoort bij 'fictie'. Uitspraken die niet specifiek zijn voor 'berichtgeving' of 'fictie' vallen onder 'media algemeen'.

Code concept	Concept
1	Mediagebruik
2	Doelgroeptelevisie/programma
3A	Participatie problemen
3B	Participatie oplossingen
3C	Participatie initiatieven
4A	Beeldvorming media algemeen
4B	Beeldvorming berichtgeving
4C	Beeldvorming fictie
4F	Oplossingen
4G	Initiatieven
5	Identiteit
6	Migratie
7	Rest

Tabel4. Aangepaste concepten

DEEL 2: ANALYSE

1. MEDIAGEBRUIK

Hoewel het niet echt belangrijk is in het kader van onze algemene probleemstelling, staan we, net zoals in ons literatuuroverzicht, eerst stil bij het mediagebruik van allochtonen. Uit het literatuuroverzicht onthielden we dat allochtonen zowel autochtone als allochtone media gebruiken, en dat vooral audiovisuele media populair zijn. Opvallend was ook de grote verschillen in het mediagebruik binnen de allochtone gemeenschap, waarin leeftijd, taalvaardigheid, de graad van integratie, en geslacht een grote rol spelen.

Tijdens de debatten wordt de vraag een paar keer gesteld of allochtonen de mainstream media wel gebruiken. Volgens een aantal mediawerkers en een deskundige gebruiken allochtonen de mainstream media. Er wordt gerefereerd naar wetenschappelijk onderzoek waaruit blijkt dat allochtonen zowel mainstream media gebruiken, als satellietzenders. Een deelnemer heeft echter een ervaring waarbij allochtonen de plaatselijke (Limburgse) media niet kenden.

Veel kennis over het lees- en kijkpubliek hebben mediawerkers niet.

“Wij hebben geen informatie over de origine van ons lezerspubliek”, zegt een mediawerker. Een andere mediawerker legt uit hoe de VRT kijkonderzoek doet, “voor het nemen van een representatieve steekproef wordt naar verschillende indicatoren gekeken - onder meer leeftijd, geslacht, woonplaats, beroep - maar etnische origine hoort daar niet bij”.

Een mediawerker wijst op Nederlands als struikelblok, vooral voor de eerste generatie allochtonen, die zelden Nederlands kent. Die generatie zou ook analfabeet zijn in haar moedertaal.

Mediawerkers vinden het belangrijk dat allochtonen de mainstream media gebruiken.

“Voor onze krant is het uiteraard belangrijk dat ze gelezen wordt door een allochtoon publiek” en “Hoe meer lezers, hoe liever”, luidt het. Een andere mediawerker stelt dat “interesse voor de media, deel uitmaakt van integratie”.

1.1. Conclusie

Er wordt maar weinig gesproken over mediagebruik. De verschillende media die allochtonen gebruiken, frequentie, duur, noch kijkgewoonten komen aan bod.

Mediawerkers kennen onvoldoende hun publiek. Algemeen lees-, kijk- en luisteronderzoek verschaft geen cijfers over het mediagedrag van allochtonen.

Er wordt aangenomen, op basis van receptie-analyses bij allochtonen, dat allochtonen zowel mainstream media, als media uit het land van herkomst gebruiken. Allochtonen van de eerste generatie zouden de mainstream media minder gebruiken, vanwege hun minder grote kennis van het Nederlands.

Mediawerkers vinden het belangrijk dat allochtonen hun media gebruiken.

Vertegenwoordigers, deskundigen en beleidsmakers van de allochtone gemeenschap reppen tijdens de debatten bijna geen woord over mediagebruik. Enkel mediawerkers komen aan het woord. (Graag willen we er nogmaals de aandacht op vestigen dat we enkel en alleen op basis van de verslagen uitspraken kunnen doen).

2. BEELDVORMING

2.1. Algemeen

Een mediawerker zegt een steeds slechter imago van allochtonen in de media vast te stellen, en wijdt dit aan de commercialisering. Deskundigen en vertegenwoordigers klagen de negatieve beeldvorming van allochtonen in de media aan. Allochtonen komen zelden aan bod, maar als ze dan aan bod komen is het vaak negatief. Een mediawerker geeft toe dat dit klopt. In het kleinere, vaak positievere, nieuws komen allochtonen evenmin aan bod. Deze opmerkingen liggen in de lijn van de inzichten uit onze literatuurstudie.

“Feit: goed nieuws is geen nieuws! Pas als er sensationeel of negatief nieuws is rond allochtonen, wordt er mee uitgepakt”, zegt een deskundige.

“We begrijpen dat er slecht nieuws is, maar wij zien enkel slecht nieuws”, zegt een vertegenwoordiger.

“Ze komen te weinig aan bod. En nieuws is vaak slecht nieuws”, zegt een mediawerker.

Een vertegenwoordiger wijst erop dat allochtonen huiveren van het beeld dat in de media over hen opgehangen wordt. Ze voelen zich gestigmatiseerd. Allochtonen worden dikwijls gelinkt met stereotype thema's als de islam en de hoofddoek, en problemen als veiligheid en criminaliteit. Deze onderwerpen zijn vaak vooroordelenbevestigend.

“Wij mensen van Marokkaanse en andere origines revolteren vaak wanneer we zien hoe we in de media gestigmatiseerd worden. Alles draait rond onveiligheid”, zegt een vertegenwoordiger.

Een deskundige merkt op dat het vermelden van afkomst subtieler gebeurt. *“Je ziet het bijvoorbeeld minder in titels”.* Dit is in tegenstelling tot de conclusies van onderzoek van d'Haenens (1996).

De manier waarop de media over moslims en islam praten, is volgens een deskundige vrij negatief. Er zouden allerlei politieke verklaringen in de islam gezocht worden, en men gaat voorbij aan de pluriformiteit binnen de godsdienst.

In de berichtgeving over alledaagse onderwerpen komen zelden allochtonen in beeld of aan het woord. Een deelnemer vraagt zich af waarom de media zich een spiegel van de maatschappij durven noemen. Een mediawerker werpt op dat er in Man Bijt Hond wel regelmatig allochtonen zitten. Een mediawerker van de radio wijst op de moeilijkheid van vox populi bij radio. Om op de radio te komen moet iemand zeer goed het Nederlands beheersen. Wanneer een allochtoon perfect Nederlands praat, valt het echter niet meer op dat het een allochtoon is. Volgens een speciale mediawerker is het belangrijk om allochtone specialisten te interviewen. Het voorbeeld wordt ook gegeven van een allochtone vrouw die geïnterviewd wordt over iets alledaags als de nieuwe blauwe vuilzak.

Een deskundige vraagt zich af de mediaformats van vandaag een betere beeldvorming kunnen teweegbrengen.

“Leidt de aanwezigheid van den donker meisje in een programma als Temptation Island tot het bereiken van de doelstelling? Als tijdens een TV-programma (‘De Stemtest’) blijkt dat 30 procent van de aanwezige politieagenten op het Vlaams Blok stemt, kan men dan verwachten dat één politiemans van allochtone afkomst hieraan kan verhelpen?”.

Mediawerkers vertellen over de wijze waarop nieuws geselecteerd wordt. Redacties behandelen nieuws in verband met allochtonen zoals ander nieuws, met andere woorden, als het slecht nieuws is, heeft het een grotere kans om geselecteerd te worden. Voor de rest zoeken redacties weinig zelf. Een mediawerker verwoordt dit goed:

“Bij ons wordt er enkel over allochtonen bericht als er incidenten zijn, of als ze zelfs voldoende opvallende berichten aan brengen. De redactie neemt zelf geen initiatief”.

Nieuws komt ook dikwijls via persoonlijke contacten van journalisten, lezersbrieven en reacties van luisteraars. Misschien laten allochtonen zich niet genoeg horen. Een speciale mediawerker zegt dat haar medium (Multipop) veel aandacht besteedt aan cultuur in de meest brede zin. Op die manier komen allochtonen ook op een andere wijze in de media.

Een mediawerker merkt op dat deze discussie over beeldvorming ook elders bestaat.

“Ik heb bijvoorbeeld ooit een discussie gehad met boeren, die vonden dat ze altijd negatief in beeld kwamen. Dit bracht me op het idee om met een soort “boerenprogramma” te komen, dat het dagelijkse leven van die mensen toont. Het principe is: onbekend is onbemind”.

Twee deskundigen trekken het debat rond allochtonen en media open naar de werking van de media vandaag. Een expert verklaart dat de media vandaag gedomineerd worden door de commercialisering. Alles is erop gericht om zoveel mogelijk kijkers te bereiken.

De formats die hiervoor gebruikt worden bepalen grotendeels de inhoud. En de formats laten een evenredige participatie en positievere beeldvorming niet toe. Volgens een andere deskundige heeft de commercialisering een groot gevolg voor de beeldvorming en berichtgeving in de media. De media bepalen de perceptie van de werkelijkheid. Nieuws wordt simpel voorgesteld. Dit heeft dan weer polarisatie, arme informatie en uniformiteit tot gevolg.

Een mediawerker stelt dat de overgrote meerderheid (80%) van het nieuws negatief is, en dat we daar niet omheen kunnen, omdat het moet verkopen. Een andere mediawerker gelooft niet dat er een verband is tussen slecht nieuws en publiekscijfers. Nog een andere mediawerker wijst op het belang van herkenning bij mediagebruik.

Een deskundige vraagt zich af waar de deontologie blijft. Zolang een journalist zich journalist noemt, is hij geen ontspanningsmedewerker. Hij voegt eraan toe dat informatie en educatie daarom niet intellectualistisch moeten zijn. Maar de markt mag daar niet spelen.

Een deskundige stelt dat programma's geen informatie of duiding meer brengen. Politiek gaat steeds meer over personen in plaats van dossiers. Ook in de buitenlandse verslaggeving is dit zo. Men zendt voortdurend uit, maar brengt het publiek niets bij. Sensatie wint het van informatie, in de strijd om de kijker.

“Als Leona Detiège samen met haar dochter Maya wordt geïnterviewd in het programma ‘Bracke en Crabbé’ dan wordt haar niet gevraagd waarom drie allochtonen door haar partij opzij worden geschoven om Robert Voorhamme de kans te geven schepen te worden. Het gaat wel over het al dan niet plengen van tranen, de dankbaarheid van dochter ten aanzien van moeder, ...”.

“We kregen verschillende kanalen te zien, ze leverde hun beelden rechtstreeks af, maar er was niets op te zien. Zo werden dezelfde beelden van een rokende woning twee uur lang afgespeeld op onder andere de BBC en CNN”.

Een andere deskundige heeft vragen bij de nieuwsselectie:

“Ik vraag me af wat er ‘nieuws’ is aan een Belgische trainer die nu een voetbalploeg in Casablanca traint”.

2.2. Berichtgeving

Vershillende deelnemers klagen over het gebrek aan nauwkeurigheid van journalisten in de berichtgeving over allochtonen en aanverwante thema's. Fouten in de berichtgeving liggen moeilijk. Een deelnemer heeft serieuze vragen bij de manier waarop journalisten complexe dossier opvolgen. Hij pleit ervoor dat journalisten met meer kennis van zake, en minder oppervlakkig zouden berichten. Een deskundige beweert dat allochtonen afhaken als er onjuiste informatie over hen wordt gegeven. Een andere deskundige wijst erop dat juiste berichtgeving, een onderdeel is van de journalistieke deontologie. Er wordt ook gezegd dat juiste gegevens en beelden geven, een teken van respect is. Eén deskundige beweert zelfs dat journalisten zaken verzinnen.

“De nauwkeurigheid laat soms te wensen over”.

“Beelden tonen van een Turkse markt als het thema dat door de begeleidende stem beschreven wordt over Marokkanen handelt, een Panorama journalist die spreekt over de Jihad als de heilige oorlog van Osama Bin Laden, ... allemaal grove fouten waarop migranten afknappen”.

“Zelfs indien ze samenwerken met zelforganisaties, verzinnen journalisten toch nog veel en geven niet altijd een exacte weergave van de feiten”.

Een mediawerker vindt dat men rekening moet houden met het feit dat veel nieuws van lokale berichtgevers komt. Die doen dit meestal na hun uren doen. De informatie wordt wel gecheckt door een beroepsjournalist, maar waarschijnlijk niet voldoende.

Deze opmerkingen over het gebrek aan nauwkeurigheid zijn belangrijk. Uit onderzoek van Devroe (2004) bleek dat de grootste frustratie van allochtonen het gebrek aan kennis bij autochtonen over hun situatie en de islam is.

In reportages worden allochtonen soms in een bepaald kader geplaatst. Een expert vraagt voorzichtigheid:

“Journalisten vergeten soms dat ze vaak in hun reportages mensen interviewen die ten persoonlijke titel praten en niet namens een hele bevolkingsgroep of gemeenschap het woord voeren”.

“Het gebeurt dat mensen in een bepaald kader worden geplaatst, waarin ze eigenlijk niet thuisboren, vb. niet iedere Marokkaanse jongere spendeert zijn tijd in een Marokkaans café, waarom voor een interview telkens die omgeving gebruiken? Waarom mensen gaan etiketteren?...”.

Er wordt ook gezegd dat journalisten soms beeldmateriaal misbruikt wordt bij bepaalde context. Journalisten verdedigen zich hier door te zeggen dat ze soms zeer vlug duidelijke herkenbare beelden moeten hebben.

Volgens verscheidene deelnemers maken de media onder druk van kijkcijfers verhalen in plaats van de werkelijkheid weer te geven. Journalisten willen gebeurtenissen op een eenvoudige manier brengen, en maken hierdoor fouten. Het gedrag en/of de mening van individuele allochtonen worden veralgemeend naar de volledige allochtone gemeenschap. Verschillen binnen een cultuur

of nationaliteit worden weggevaagd, zegt een deskundige. Deze verhalen vergroot echter de kloof tussen autochtonen en allochtonen.

“Tegenstellingen zijn simpel en dus verkoopbaar aan een breed publiek. Tegenstellingen worden door de media maar al te graag opgeklopt wegens de eraan verbonden sensatie. En op die manier ontstaat er langzaam maar zeker een beeld van een onoverkoombare tegenstelling tussen allochtonen en autochtonen. Deze simplificatie door de media is vrij algemeen en beperkt zich niet tot interpersonele tegenstellingen”.

“Clichébeelden van vooroordelen worden simpel voorgesteld en krijgen op den duur het statuut van een weloverwogen oordeel, het karakter van een feit. Tegenstellingen binnen een cultuur worden gewoon weggevaagd. Zo is de stelling dat allochtone mannen hun vrouw onderdrukken uitgegroeid tot een weloverwogen oordeel met het karakter van een feit. Daarmee wordt geen recht gedaan aan de verschillen tussen de allochtone gemeenschappen en binnen een bepaalde nationaliteit”.

“De media geeft geen berichten weer maar maakt berichten, maakt personages, ... Zo worden individuele migranten plots vertegenwoordigers van de allochtone gemeenschappen. Dat is duidelijk, dat is simpel”.

De media zouden ook te veel naar extremen zoeken. Ze zetten uitgesproken pro's en contra's tegenover elkaar. Een mediawerker stelt dat deze standpunten uitgediept worden in duidingprogramma's. Het probleem is echter dat slechts een klein stuk van het publiek zowel naar het nieuws als naar een duidingprogramma kijkt.

“De media zoeken mensen met uitgesproken standpunten pro of contra. Dat is duidelijk. Deze standpunten moeten dan wel verder uitgediept worden in duiding. Omdat nieuwsberichterij en duiding meestal gescheiden worden, bestaat echter het gevaar dat mensen enkel het eerste spoor volgen”.

“De media hebben de taak om te confronteren, het gaat om woord en wederwoord”.

Een deskundige is niet tevreden over de manier waarop Abou Jahjah in de media kwam. Ook de berichtgeving over het AEL schoot tekort en werd verkeerd gekaderd. Er wordt ook gezegd dat de berichtgeving over Abou Jahjah aantoont dat de media niet objectief zijn.

“De berichtgeving over Abou Jahjah was niet consistent. De ene keer was hij een kritische allochtoon, de andere keer een extremist. Ook het AEL kreeg veel aandacht, de organisatie maakt dikwijls juiste analyses, maar stelt verkeerde oplossingen voor. De media hebben de verantwoordelijkheid om een tegenstem te laten horen”.

Er worden vragen gesteld over de deontologie van journalisten. Een vertegenwoordiger vertelt over een rechtszaak tegen een TV-huis, dat jongeren had omgekocht om criminele praktijken uit te voeren voor het oog van de camera. Twee mediawerkers antwoorden dat dit niet past in de journalistieke deontologie. Men mag geen situaties uitlokken, en evenmin woorden in de mond leggen. De voorstelling en montage mogen evenmin tot provocatie leiden.

Er wordt gesteld dat de media niet objectief zijn. Men geeft als voorbeeld dat de media Abou Jahjah's representativiteit in twijfel trekken.

2.3. Fictie

Over fictie wordt tegen onze verwachtingen in, bijna niets gezegd. Men heeft het wel even over Mo, een Marokkaans personage uit de VRT-sitcom Thuis. Een mediawerker stelt vast dat Mo'ke helemaal niet al allochtoon gezien wordt. Een deskundige zegt dat het toch belangrijk is dat Mo ook allochtoon is. Een deelnemer vindt Mo dan weer geen goed voorbeeld.

Een vertegenwoordiger wijst op de beeldvorming in fictieprogramma's.

“Als men drie moordenaars en een slachtoffer zoekt, dan mogen wij rekruteren”.

2.4. Oplossingen

Mediawerkers zitten niet op één lijn. Eén mediawerker streeft naar een positievere beeldvorming. Een andere mediawerker pleit ervoor om ook niet-brave allochtonen in beeld te brengen. Ook een deelnemer stelt dat een overdreven positieve stereotypering ook niet nodig is.

Volgens een speciale mediawerker moeten journalisten meer allochtone gezichtspunten inbouwen in het gewone nieuws. Een deskundige vindt dan weer dat de media geen speciale aandacht mogen geven aan allochtonen. Het is echter wel belangrijk om allochtonen te betrekken in de berichtgeving als volwaardige Vlaamse burger. Een mediawerker wil af van een duale samenleving met ‘allochtonen’ en ‘autochtonen’.

“Journalisten zien allochtonen nog vaak als rariteiten. Italiaan, gedraag je als een Italiaan. Ze worden niet gezien als burger”.

De aanwezigheid van allochtonen in praatprogramma's als gewone burgers en niet als excuusallochtoon is een zeer goede zaak voor de beeldvorming. Diversiteit in panels zorgt wel voor wat meer zoekwerk voor redacties, zegt een deelnemer.

Beter dan negatieve stereotype berichtgeving te doorbreken, moet men allochtonen integreren in het gewone nieuws, vindt een deskundige. Waarom interviewt men geen allochtonen over alledaagse dingen? Ook voor grappige zaken is er dikwijls schroom om allochtonen te interviewen, men onderschat allochtonen die wel van humor houden. Een deelnemer vraagt zich af waarom allochtonen geen amusementswaarde zouden kunnen hebben. Een andere deelnemer waarschuwt dat sommige humor als beledigend en neerbuigend zou kunnen overkomen. Soms is er een andere interpretatie van wat humor is.

De media moeten allochtonen aan het woord laten bij alle onderwerpen en thema's. Journalisten moeten een voortdurende reflex ontwikkelen, zegt een expert. Diversiteit als state of mind. Een speciale mediawerker oordeelt dat het de taak van de media is om actief naar ‘gewoon nieuws’ te zoeken bij de allochtone gemeenschap. Volgens een deskundige is het een kwestie van deontologie. Een instrument om de beeldvorming bij te sturen is de lijst met allochtone deskundigen.

Mediawerkers zeggen dan weer dat allochtonen te weinig reageren, en te weinig moeite doen om in de media te komen. Een mediawerker beweert al maanden geen gesprekspartner te vinden voor een bepaald programma. Volgens een andere mediawerker zijn zowel reacties vanuit de allochtone gemeenschap als allochtone journalisten in een redactie zeer belangrijk om een correctere beeldvorming te creëren.

“We zijn op dit moment bezig met een programma in het kader van burgerzin. De deelname is gratis en toch stellen we na twee maanden voorbereiding dat we geen gesprekspartner vinden”.

“Voor het maken van een krant met een correcte beeldvorming is de actieve medewerking van allochtonen nodig. Het is duidelijk dat een gemengde redactie een andere discussie met zich meebrengt en ook andere informatie”.

De regel is dat verenigingen naar de media stappen als ze nieuws hebben. In tegenstelling tot allochtone organisaties vindt het Belgische middenveld wel de weg, net zoals het VB dat volgens een paar mediawerkers elke dag aan de lijn hangt. Ook wanneer de media naar een reactie op een bepaald nieuwsfeit zoeken vanuit de allochtone gemeenschap, ondervinden ze moeilijkheden om woordvoerders te vinden.

“Voor alle verenigingen geldt dat ze zelf de stap naar ons moeten zetten”.

“Het Belgische middenveld is in vergelijking veel actiever, en bestoken ons meermaals per dag met dezelfde berichten. Vanuit de allochtone gemeenschappen gebeurt dit veel minder. Wat we doorkrijgen komt vooral via persoonlijke contacten. Bij ‘crisisituaties’ – wanneer we dringend een woordvoerder uit de allochtone gemeenschap nodig hebben – moeten we altijd terugvallen op dezelfde mensen. Persoonlijk contact met een journalist is de beste manier om een bericht ingang te laten vinden”.

“Vergelijken we dit met het Vlaams Blok, die hangen dagelijks aan de lijn”.

Persoonlijke contacten zijn zeer belangrijk. Een mediawerker zegt:

“Om aandacht te krijgen voor je bericht is het belangrijk om persoonlijk te bellen of te lobbyen”.

Mediawerkers roepen allochtonen op om van zich te laten horen. Journalisten kunnen maar verwerken wat ze binnen krijgen. Men kan in het publiek zetelen. Dat is recreatie en zorgt tegelijkertijd voor een betere beeldvorming. Men kan ook deelnemen aan spelletjesprogramma's en audities.

Organisaties moeten zich ook voorbereiden op de komst van de media, zegt een deskundige. Soms is de kennis van de media niet altijd even groot, beweert een mediawerker. Wordvoerders moeten ook in staat zijn om een boodschap over te brengen, zeker bij radio.

Een andere mediawerker wijst erop dat Belgische organisaties meer mankracht hebben. Het is aan de overheid om alle organisaties te ondersteunen, via personeel en opleiding, zodanig dat ze zich hierop kunnen toeleunen.

Een deskundige vraagt zich af of er hiervoor politieke bereidheid is. En ook de bereidheid van de media is volgens hem twijfelachtig.

“Men vraagt ons telkens lijsten van contactpersonen, maar wanneer we die geven, blijven ze ongebruikt liggen”.

Een andere deskundige vindt dan weer dat zelforganisaties niet alles op zich kunnen nemen.

Twee deelnemers reageren:

“Jullie kaatsen de bal terug naar ons. Wij geraken wel bij de media, maar onze berichten hebben volgens jullie te weinig nieuwswaarde”.

“Ik constateer dat we zelf weer de schuld krijgen”.

Een vertegenwoordiger stelt:

“Ik hoor van de media dat zij meer initiatief verwachten van allochtonen. Kunnen jullie dit niet meer kenbaar maken? Kunnen jullie geen formele uitnodiging richten naar de allochtonen, met een oproep om actiever in de media deel te nemen? Nu heb ik zowat de indruk dat dit hier gebeurt “omdat het nu

eenmaal moet". Verder geloof ik ook dat het nuttig is om te zoeken naar intermediairen, die de verschillende 'cultuurtalen' spreken, om zo meer interacties te stimuleren".

Als antwoord op de stelling van mediawerkers dat ze maar moeilijk allochtonen vinden, reageert een deskundige dat allochtonen wel bereikbaar zijn. Het probleem is echter dikwijls dat allochtonen, en vooral nieuwkomers, nog niet het nodige netwerk uitgebouwd hebben.

"Er bestaat een grote bereidheid om aan media-activiteiten te participeren".

"Wij brengen de media wel op de hoogte, en sturen uitnodigingen, maar zonder persoonlijke contacten bereiken we hen niet. Nieuwkomers, die nog maar 3 à 5 jaar in België zijn, hebben hier nog niet veel kennissen".

Verschillende deelnemers (mediawerkers en anonieme deelnemers) geven aan dat er wel genoeg allochtonen zijn die input willen geven, maar juist vanwege de negatieve beeldvorming geen vertrouwen hebben, en afhaken. Ook wanneer ze zien dat er maar weinig aandacht besteed wordt aan hun persberichten, voelen ze zich ontmoedigd. Negatieve ervaringen blijven hangen.

"Ik geef u het voorbeeld van een lokale Turkse organisatie die het openbaar zwembad afhuurde, zoals elke privé-instantie dat kan, en dat openstelde voor iedereen. Ze sturen hierover een persbericht, en wat komt er in de krant? Eén kolom over het initiatief zelf en 5 kolommen over de reactie van het Vlaams Blok erop", zegt een deelnemer.

"Ik kan jullie een voorbeeld geven van een reportage van 'Koppen', waaraan wij hebben meegewerkt. Ik heb daarvoor zelf al het werk moeten doen, de voorbereidingen, de teksten enzovoort. De reportage was uiteindelijk wel goed en we hebben er positieve reacties op gekregen, maar nu horen we niets meer van de VRT. Men heeft onze onkosten nog steeds niet vergoed. Ik voel me eerlijk gezegd wat misbruikt door de VRT", vertelt een vertegenwoordiger.

Een mediawerker zegt dat sommige journalisten nog kouwatervrees hebben. Een expert wijst erop dat journalisten soms nog met vooroordelen te kampen hebben.

"Soms loopt het bij de eerste contacten al mis".

Een deskundige zegt ook dat contactpersonen als een spiraal werken:

"Hoe meer je op de voorgrond komt, hoe meer je wordt opgezogen. Mijn reactie is dan: vraag het aan iemand anders, de allochtoon in de straat, Mustafa met de pet".

Volgens een deskundige moeten journalisten feedback krijgen. Als ze een fout maken, kunnen allochtonen hen daarop attent maken. Er ontstaat het idee om via lezersbrieven meer te reageren op zaken die in de media verschijnen. Wanneer er veel lezersbrieven komen, zullen mediawerkers hiermee wel rekening moeten houden. Anderzijds moet men ook opletten dat men de journalisten niet gaat irriteren. Een deelnemer spreekt over het roze briefje dat journalisten in Nederland krijgen als een soort van vermaning als ze een uitschuiver maken.

"Journalisten moeten aangesproken worden wanneer de dingen niet kloppen, het helpt! Ze moeten feedback krijgen, maar op een niet aanvallende toon.vb. met de aanpak: goed artikel, bedankt voor de aandacht, maar het klopt niet helemaal..."

Volgens een deskundige moeten de media, als ze echt allochtonen willen betrekken, aandacht besteden aan de invulling van programma's en specifieke kijkersgroepen benaderen.

Een deskundige zegt dat er een deskundig beleid moet uitgestippeld worden. Een beleidsmaker stelt dat er nood is aan ondersteuning en aanmoediging. Ze stelt een media-adviseur voor. Een deelnemer roept op tot een algemene actie, in samenwerking met de Vlaamse gemeenschap. De media moeten wel de eerste stap zetten.

Volgens een deskundige is de passieve en consumptieve benadering tekenend voor het debat.

“Aan allochtonen wordt duidelijk gemaakt dat ze mogen participeren, consumeren, maar daar stopt het ook”.

Verskillende deelnemers wijzen op het belang van participatie van allochtonen in de media.

“Er zou al veel veranderen moesten er meer allochtonen achter de schermen komen, die mee de beeldvorming helpen bepalen”.

Op participatie komen we verder uitgebreid terug. Als middel tegen de negatieve beeldvorming van allochtonen wordt ook een multicultureel programma voorgesteld. Maar ook hierop komen we later terug.

2.5. Initiatieven

De VRT heeft de problematiek opgenomen in de interne opleiding van werknemers. Daarnaast is het proces continu bezig. Men werkt aan sensibilisering. Een voorbeeld daarvan is het hameren op de juiste uitspraak van vreemde namen, vertelt een mediawerker (VRT). In de VRT neemt men met het Charter Diversiteit een nieuwe stap. Een vertegenwoordiger zegt:

“De VRT heeft binnenkort een project dat aan een groepje allochtone studenten van het zesde secundair onderwijs een hele instapweek biedt. Hopelijk kunnen we dergelijke projecten in de toekomst uitbreiden”.

Een andere mediawerker zegt dat op zijn redactie (TV-Limburg) een allochtone journaliste is aangenomen. Verder werken ze aan een project rond burgerzin, dat afwisselend zal gepresenteerd worden door een autochtoon en een allochtoon.

Een journalist van het Belang van Limburg stelt dat zijn krant zich vroeger bezondigd heeft aan vermelding van afkomst in titels, maar dat dit ondertussen stopgezet is.

Een mediawerker zegt:

“Er valt misschien wel iets te zeggen voor de weg van de geleidelijkheid. Goedbedoelde initiatieven hebben soms meer negatief dan positief effect. Anderzijds heeft het zogenaamd ‘barricadewerk’ bij de vrouwenbeweging wél resultaat opgeleverd. Waarschijnlijk zal dat ook gebeuren bij de allochtonen.”

De algemene conclusie die Mira Media uit haar werkervaring haalde, bleek toch dat het organiseren van fora een goede start is. Maar op lange termijn werkt het contraproductief. Het is beter en efficiënter om met kleine groeps gesprekken te werken om zo te komen tot een betere dialoog (expert).

2.6. Conclusie

Verschillende deelnemers, zowel deskundigen, vertegenwoordigers als mediawerkers, signaleren de negatieve beeldvorming van allochtonen in de media. Allochtonen komen, volgens de deelnemers, weinig aan bod. En als ze dan aan bod komen, is dit vaak op een negatieve manier.

Deskundigen wijzen erop dat de negatieve beeldvorming grotendeels het gevolg is van de commerciële logica van de media. Slecht nieuws en sensatie moeten kijkers en lezers lokken. Amusement overschaduwde informatie. Deze logica leidt tot polarisering, en staat een accurate beeldvorming (en evenredige participatie) in de weg.

Een vertegenwoordiger vat het mooi samen. Allochtonen komen enkel in het nieuws als ze gelinkt worden met zware onderwerpen als criminaliteit en onveiligheid. Dit heeft een vooroordelenbevestigend effect. Een deskundige wijst erop dat afkomstvermelding in misdaadberichten verbeterd is. De afkomst staat minder in de krantenkoppen.

In de berichtgeving over de islam maken de media ook veel fouten. De islam wordt negatief benaderd. Men besteedt geen aandacht aan de pluriformiteit binnen de godsdienst.

Een deelnemer vindt dat er te weinig allochtonen aan bod komen in het alledaagse nieuws. Mediawerkers geven tegenvoorbeelden en wijzen op de moeilijkheden die ze ondervinden om allochtonen te vinden. Anderzijds geven ze wel toe dat allochtonen enkel nieuwswaarde hebben bij incidenten.

Verschillende deelnemers klagen de onnauwkeurigheid van de berichtgeving over allochtonen en aanverwante thema's aan. Sommige berichten zijn onjuist, oppervlakkig of zelfs verzonnen.

Deskundigen hebben vragen bij het kader waarin allochtonen geplaatst worden. Zowel de berichtgeving zelf als de begeleidende foto's scheppen een ongenueanceerd beeld van de werkelijkheid. Individuele standpunten worden veralgemeend. Meningsverschillen tussen verschillende bevolkingsgroepen worden uitvergroot. Interne meningsverschillen krijgen geen aandacht. Dit leidt tot polarisering.

Er zijn vragen over de objectiviteit en provocatie van de media. De berichtgeving over Abou Jahjah en de AEL wordt in de debatten negatief beoordeeld.

Over de beeldvorming van allochtonen in fictieprogramma's wordt niet zoveel gezegd. De meningen over het allochtone personage Mo in Thuis zijn de mening verdeeld. Een vertegenwoordiger wijst op het gevaar van de rekrutering van allochtone acteurs voor slachtoffer- en daderrollen in series.

In de debatten worden ook mogelijke oplossingen voorgesteld. We behandelen dit in twee stukken. Eerst een reeks actiepunten voor de media, en daarna een reeks voor allochtone verenigingen.

Er is geen eensgezindheid over hoe de media een betere beeldvorming kunnen scheppen. Sommige deelnemers pleiten voor een zeer positieve beeldvorming, anderen willen allochtonen integreren in het alledaagse nieuws en zo de negatieve beeldvorming rechtekijken. Allochtonen moeten meer aan het woord gelaten worden, en aan bod komen in amusementsprogramma's. Een lijst met allochtone experts moet journalisten helpen.

De media moeten een beleid uitstippelen om meer diversiteit te realiseren. Een beleidsmaker wijst op de mogelijkheid van een media-adviseur. Er is nood aan diversiteit in praatprogramma's, panels, maar ook in het personeelsbestand (Het volgende punt in deze analyse is gewijd aan participatie). Voor journalisten moet diversiteit een soort van state of mind worden.

Wanneer de media allochtonen echt willen betrekken, moeten ze volgens een deskundige meer aandacht besteden aan de invulling van programma's en specifieke kijkergruppen benaderen. Op dit laatste punt kan een multicultureel programma soelaas bieden. (Op multiculturele programma's komen we terug in punt 4).

Mediawerkers roepen allochtonen op om meer van zich te laten horen. Allochtone verenigingen hangen opvallend minder aan de lijn, dan het Belgische middenveld. De verenigingen moeten zich beter organiseren, en zich voorbereiden op de komst van de media. Woordvoerders moeten beschikbaar zijn. Er wordt ook gezegd dat de overheid deze organisaties meer moet subsidiëren.

Mediawerkers wijzen ook op het belang van persoonlijke contacten. Allochtonen kunnen mediawerkers leren kennen door in het publiek of panel van een televisieprogramma te zitten. Een deskundige ziet dan weer iets in feedback aan journalisten. Ook via lezersbrieven kunnen journalisten gesensibiliseerd worden.

Verschillende deelnemers wijzen erop dat het vooral de negatieve beeldvorming, en bepaalde ervaringen zijn die allochtonen ontmoedigen om contact te zoeken.

3. PARTICIPATIE

Uit ons literatuuroverzicht bleek dat er geen evenredige participatie van allochtonen op de werkvloer in de media is. We kijken naar wat de debatten ons wijzer maken over de situatie, problemen, oplossingen en initiatieven.

3.1. Situatie

Mediawerkers getuigen dat er inderdaad slechts heel weinig of geen allochtonen op hun redactie werken.

Een mediawerker vertelt: *“Wij hebben op dit ogenblik welgeteld 1 allochtone journalist op een totaal van 500-600. Wij willen wel graag allochtonen in dienst, maar we gaan er zelf niet actief naar op zoek”*.

Een andere mediawerker: *“we hebben geen allochtone medewerkers in creatieve jobs: geen allochtone journalisten, geen allochtonen bij de montage en geen achter de camera. We voelen dit tekort aan en werken dan ook mee aan initiatieven die dit tekort op termijn moeten invullen”*.

Nog een mediawerker zegt: *“Bij onze regionale redactie is geen van de 11 medewerkers van allochtone origine. Ook bij de VRT in het algemeen zijn er weinig. We proberen hier wel iets aan te doen”*.

3.2. Hinderpalen?

Er wordt gezegd dat allochtonen willen werken in de media. Een andere mediawerker geeft aan dat allochtone jongeren met video en media bezig zijn. Er is geen sprake van onwil.

“Allochtonen willen werken in de media. Het succes van de ad hoc-opleidingen bewijst dat”, zegt een mediawerker.

Een deelnemer stelt: *“Ik ben het er niet mee eens dat er niet genoeg allochtonen beschikbaar zijn”*.

Een aantal deelnemers zegt dat het ligt aan de ongelijkheid die er is bij sollicitaties, onderwijs en opvoeding. Allochtone jongeren zouden nergens stimulansen krijgen, noch op school, thuis, noch in de media.

“Feit is dat er nog steeds ongelijkheden zijn bij sollicitaties, een ongelijkheid die begint bij het onderwijs”, zegt een deelnemer.

Een mediawerker stelt dat *“de opleiding en opvoeding verantwoordelijk zijn. Allochtonen krijgen geen stimulansen, noch op school, thuis, noch via de media waar ze geen rolmodellen te zien krijgen. Media zijn een gesloten en ongekeerde wereld”*.

Het ligt aan een gebrek aan capaciteiten zeggen sommige deelnemers. De grootste knelpunten zijn taal en competentie.

“Taal en competentie: je moet goed kunnen spreken, schrijven, contact maken met de camera, een bruggetje kunnen slaan met de kijker, en uitstraling hebben”, zegt een mediawerker.

Mediawerkers hameren erop dat ze goede mensen zoeken. Dit stuit op heel wat reacties bij andere deelnemers. Ze vragen zich af over welke capaciteiten het gaat. En denken dat het met andere redenen te maken heeft.

“Maar wat is dat goed?”, vraagt een mediawerker.

“Vroeger vond de media geen allochtonen, nu na al die inspanningen en opleidingen hebben allochtonen niet de vereiste kwalificaties. We willen deze discussie over tien jaar niet overdoen. Dit leidt tot vele frustraties binnen de gemeenschap”, stelt een vertegenwoordiger.

“Allochtonen moeten professioneel genoeg zijn, maar wat betekent dat? Zijn we op zoek naar migranten met een hoog Toni Corsari-gehalte?” vraagt een expert

“Gaat het om een gebrek aan talent, competentie? Dat is speculatie. Veel hooggeschoolden zitten zonder werk. Bedrijven zijn bang om allochtonen aan te nemen, en met de media is dat niet anders”, zegt een vertegenwoordiger.

Een expert stelt: *“Het is opvallend hoe migranten worden beschouwd als Nederlands-onkundigen en op basis daarvan de toegang tot tewerkstelling ontzegd wordt”.*

Desondanks hun interesse geraken allochtonen niet binnen bij de mainstream media. Een mediawerker zegt dat het aan de bedrijfscultuur ligt. Een vertegenwoordiger zegt dat Vlaanderen nog niet klaar is.

“De omgeving is mannelijk en dominant. En die is niet geneigd om te veranderen”, zegt een mediawerker.

“De oorzaak ligt bij Vlaanderen ligt, dat nog niet klaar is voor allochtonen op het scherm”, zegt een vertegenwoordiger.

Een mediawerker ziet nog een andere hinderpaal voor allochtonen om in de media te werken, namelijk de werkomstandigheden van een beginnende journalist.

“Een extra hinderpaal zijn de harde werkomstandigheden voor beginnende journalisten in het algemeen. Door de moeilijke situatie bij de pers, omwille van dalende verkoopcijfers en dergelijke, is er een bikkelharde concurrentie. Journalisten moeten beginnen in een soort free-lance-statuuut, zonder enige zekerheid op lange of zelfs middellange termijn en zonder een voldoende en zeker inkomen. Pas na jarenlang geduld kan je in een betere situatie komen. Dat moet je er voor over hebben.”, zegt een mediawerker.

Een deelnemer zegt dat het probleem van participatie niet typisch voor de media is. Ook in andere sectoren zouden weinig allochtonen werken. Het ligt aan de maatschappelijke positie van allochtonen. Een tweede deelnemer spreekt dit echter tegen.

Volgens een deskundige is het voor de allochtonen vandaag echt onmogelijk om te participeren in de media. Commerciële televisie is amusementstelevisie.

“De format van de media moet veranderen en van onder de dwingeland der kijkcijfers gehaald worden. De vermarkting moet tegengegaan worden. Niet elke vraag is een consumentenvraag”.

3.3. De openbare omroep

Volgens een mediawerker (VRT) werken er bij de VRT zowel op als achter het scherm veel te weinig allochtonen. De omroep steekt de hand in eigen boezem: de VRT heeft ten aanzien van de allochtonen te lang uitsluitend gefocust op schermmedewerkers. Zo is het moeilijk mensen vinden. Want: *“televisie is enorm geprofessionaliseerd, en veel mensen hebben de ambitie om te presenteren, maar zéér weinigen lukken”.*

Er bestaat een spanning tussen de verwachtingen van het werkveld en de bereidheid en opstelling van de openbare omroep tegenover allochtonen die in de media willen werken. De omroep legt

de lat zeer hoog. Voor screentest verwacht de omroep ervaring. De omroep zoekt allochtonen maar vindt er geen. In acteur- of regisseuropleidingen zitten geen allochtonen. En zelf opleidingen organiseren acht de openbare omroep niet als taak.

Een deelnemer vraagt zich af of de omroep haar verantwoordelijkheid niet afschuift. Een andere deelnemer denkt dat de VRT-medewerkers niet openstaan voor allochtonen. Hij vertelt een anekdote waaruit blijkt dat de Terzake-medewerkers niet vriendelijk zouden zijn. Een deskundige stelt dat *“de VRT niet zo fel verschilt van andere bedrijven is het beschouwen van migranten als Nederlands-onkundigen”*. Een anonieme deelnemer oppert dat *“het VRT-systeem met examens demotiveert”*. De omroep reageert dat *“dit enkel voor de nieuwsdienst geldt”*.

Een deelnemer stelt dat de VRT zich moet bewust zijn van de factor huiscultuur. Het grote huis aan de Reyerslaan boezemt schrik in. Bij lokale omroepen is dit veel minder het geval.

3.4. Oplossingen

Ook in de discussie over oplossingen groeit een tegenstelling tussen het werkveld en de openbare omroep. Het werkveld (deelnemers) vindt dat de omroep pro-actief moet werken om mensen warm te maken en talent te vinden, en bovendien de drempels moet verlagen.

“De media actief moeten zoeken naar allochtone talenten”.

Nog een deelnemer stelt betaalde opleidingen en stages voor zoals in Nederland en het persbureau van Belga. Een mediawerker (VRT) antwoordt dat het aan het onderwijs en de VDAB is om opleidingen te organiseren, en vraagt zich af of de Vlaamse regering en het Fonds diversiteit geen soelaas kunnen brengen. Een beleidsmaker wijst erop dat de VRT best doelstellingen vooropstelt over waar de omroep in 2010 wil staan.

“Er moet een actieplan komen (zoals in bedrijven en openbare instellingen), anders geraak je nergens”.

Een mediawerker ziet oplossingen, zoals deelname van allochtonen aan spelprogramma's en aanwezigheid in het studiopubliek. Daarnaast moeten de media ook contacten leggen met de schoolgaande (allochtone) jeugd.

“Een manier om de drempel te verlagen, is meer allochtonen in het studiopubliek te laten zitten, aan spelprogramma's te laten deelnemen, en contacten te leggen met schoolgaande jeugd”.

Een deskundige pleit voor een meer actieve benadering, waarbij allochtonen zelf zenders oprichten en programma's in elkaar steken.

“Nu worden allochtonen teveel in een passieve consumptierol gedumd”.

3.5. Initiatieven

Een mediawerker (ATV) vertelt

“We werken samen met OFF TV en zullen die mensen dan ook kansen geven om mee op stap te gaan met ATV. Daarnaast werken we met ‘De Antwerpenaar’ aan een vorm van wijktelevisie, in samenwerking met de stad en de provincie. Vanuit de vaststelling dat de ontvanger eigenlijk niet

rechtstreeks kan antwoorden, brengen we ATV dichterbij de mensen in de wijken. Dit alles is eigenlijk niet de taak van een zender, maar wij willen toch die verantwoordelijkheid nemen”.

Een andere mediawerker (VRT) zegt:

“Allochtonen worden telkens aangespoord om zich kandidaat te stellen voor een functie – dit staat ook expliciet bij elke vacature, maar er zijn er nog steeds heel weinig. Onze wensen liggen hier nog steeds heel ver van de praktijk”.

Nog een andere mediawerker (VRT) vertelt over het kersverse Charter Diversiteit dat voor meer evenwicht moet zorgen in de beeldvorming en het personeelsbeleid. De VRT is fier op een project met 20 allochtone jongeren, uit het laatste jaar secundair. Ze kregen de kans om een week lang op de VRT achter de schermen te kijken. De VRT kondigt nog zulke initiatieven aan, maar ziet het niet als haar taak om mensen voor hun eigen welvaren ervaring te laten opdoen.

Een mediawerker hoopt dat allochtonen blijven werken waar ze een opleiding volgen,

“maar in praktijk staan ze vaak vlug terug buiten”.

3.6. Conclusie

Mediawerkers getuigen dat er geen evenredige participatie van allochtonen in de media is. Nochtans zegt een aantal deelnemers dat allochtonen in de media willen werken.

Verskillende deelnemers zien dezelfde oorzaken. Er is ongelijkheid tussen allochtonen en autochtonen bij sollicitaties, onderwijs en opvoeding. Mediawerkers benadrukken dat allochtonen het vaak niet maken vanwege een gebrek aan taalbeheersing en mediavaardigheden. De media zoeken goede mensen. Vertegenwoordigers, deskundigen en een mediawerker vragen zich af wat goede mensen zijn. Zij denken dat de onevenredige participatie te wijten is aan de bedrijfscultuur in de media en vooroordelen. Een vertegenwoordiger denkt dat Vlaanderen nog niet klaar is. Een mediawerker zegt dat de omstandigheden van een beginnende journalist allochtonen afschrikken. Volgens een expert maakt de druk van de kijkcijfers een diversiteitsbeleid in de media onmogelijk.

De VRT geeft toe dat ze te weinig allochtonen tewerkstelt, maar zegt dat ze niet altijd allochtonen vindt. De omroep meent daarenboven dat het niet haar taak is om opleidingen te organiseren. Verschillende deelnemers vinden dat de omroep hierdoor haar verantwoordelijkheid afschuift. Bovendien legt de omroep volgens de deelnemers de lat te hoog, en demotiveert ze allochtonen. Een deelnemer zegt dat VRT-medewerkers een negatieve attitude hebben tegenover allochtonen.

In de debatten wordt ook over oplossingen gesproken. Ook hier is een kloof tussen mediawerkers en andere deelnemers. Deelnemers vinden dat de media, en in het bijzonder de VRT, actief op zoek moeten gaan naar allochtoon talent en drempels moeten verlagen. Daarnaast stelt een deelnemer voor om betaalde opleidingen en stages te organiseren, zoals in Nederland. Een mediawerker vertelt dat stagiairs na hun opleiding meestal terug buiten staan. De VRT ziet de organisatie van opleidingen niet als haar opdracht. Een beleidsmaker wijst op het nut van een algemeen actieplan voor de VRT.

Een mediawerker vindt dat de media contacten moeten leggen met schoolgaande allochtonen. Dat kan onder andere door hen uit te nodigen als studiopubliek. Een deskundige pleit voor een actieve participatie van allochtonen.

4. DOELGROEPMEDIA

Een belangrijk punt in de discussie over de relatie tussen allochtonen en media is vraag naar een multicultureel programma, en/of een zender voor allochtonen. Respondenten in het onderzoek van Clycq (2003) verwijzen dikwijls naar Couleur Locale. Dit was een multicultureel programma op de openbare omroep over verschillende culturen, gericht naar zowel Vlaamse kijkers, als allochtonen.

De meningen zijn verdeeld. Tegenstanders vinden zulke programma's overbodig en voorbijgestreefd.

Een mediawerker vindt zo een multicultureel programma "*passé*", een andere wijst erop dat "*uit alle programma's diversiteit moet blijken*".

Een speciale medewerker stelt dat Couleur Locale nog te veel Belgen die over vreemde culturen vertellen, was.

Voorstanders verwijzen naar de positieve kanten van programma's zoals Couleur Locale.

Een speciale mediawerker spreekt over Couleur Locale als "*een positieve ervaring, omdat het programma een breed publiek informeerde over andere culturen*".

Een beleidsmaker is gewonnen voor het idee. "*Omdat allochtone jongeren een grote behoefte hebben aan informatie over wat autochtonen van hen denken en omgekeerd. Ze zoeken ook naar informatie over hun thuisland en Vlaanderen*". De beleidsmaker vreest echter dat "*Vlaanderen echter niet klaar is voor dit idee*".

Een deelnemer stelt dat Couleur Locale "*een kweekvijver voor allochtone werknemers binnen de VRT*" was. "*Die allochtonen stroomden door naar andere programma, maar veel zijn er niet meer bijgekomen*".

Tijdens het debat wordt ook ingegaan op de rol die de VRT speelt. Er bestaat discussie over de vraag of het al dan niet de taak is van de openbare omroep om doelprogramma's uit te zenden. De VRT beweert dat dit niet vermeld staat in de beheersovereenkomst. Anderen menen van wel.

"*Sinds Couleur Local in 1998 van het scherm verdween, heeft de VRT niets meer gedaan*", stelt een deelnemer.

Een expert klaagt over "*de totale weigering van doelgroepentelevsie door de VRT, alles moet voor een breed publiek kunnen*". "*Er zijn nochtans genoeg thema's die op een diepgaande manier zouden kunnen behandeld worden, zoals integratievraagstukken, man-vrouw, religieuze kwesties?*".

Een beleidsmaker zegt wel dat "*de VRT volgens de beheersovereenkomst verplicht is iets te doen aan de beeldvorming en participatie van allochtonen*", en spreekt "*tegen dat de VRT enkel voor het brede publiek programma's moet maken*".

Een mediawerker (werknemer VRT) legt uit "*dat programma's met een kijkdichtheid van minder dan 20 % een probleem hebben. Omdat de openbare omroep met belastingsgeld gefinancierd wordt groeide hier vroeger verzet tegen. Er ontstond een kloof tussen politicus en belastingbetaler*". "*Over derdenprogramma's beslist de VRT enkel het uitzenduur, maar de politici hebben deze programma's afgevoerd*".

De beleidsmaker reageert dat er "*ook nu doelgroepentelevsie bestaat, bvb dierenprogramma's*".

Over de inhoud van een multicultureel programma bestaat meer consensus. Het programma moet zich richten tot een breed publiek, van zowel autochtonen als allochtonen. Een deskundige betreurt wel "*het gebrek aan een diepgaande discussie over hoe zo'n zender of programma eruit moet zien*".

Een deskundige vindt dat de media *“nieuwe multiculturele programma’s moet maken, over hoe verschillende culturen omgaan met banale dingen, die interessant zijn voor een breed publiek. De programma’s moeten zich zowel tot autochtonen als allochtonen richten”*.

Bij de productie van het programma moeten ook allochtonen betrokken worden.

Couleur Locale was volgens een speciale mediawerker *“nog teveel Belgen die vertellen over vreemde culturen”*.

Een expert wijst erop dat *“teveel initiatieven om de participatie en beeldvorming van allochtonen te verbeteren, voor passief en consumptief van aard zijn”*. Hij pleit voor actieve instrumenten, zoals *“zelf zenders oprichten, programma’s maken”* enzovoort. *“Het ligt voor de hand dat migranten, als ze zich niet herkennen in bestaande media, eigen media zullen gaan oprichten, cfr eerste experimenten in Brussel alwaar een Arabische radio actief is”*.

4.1. Conclusie

In de debatten spreekt men eerder over een multicultureel programma, dan over een zender voor allochtonen. Er is wel één beleidsmaker dit streeft naar een aparte zender voor allochtonen.

De meningen over een multicultureel programma zijn verdeeld. Voorstanders wijzen op de behoefte van allochtonen aan informatie over autochtonen, en omgekeerd. Allochtonen hebben ook nood aan informatie over het herkomstland en Vlaanderen. Autochtonen kunnen iets bijleren over vreemde culturen. Een multicultureel programma kan ook bijdragen tot een positievere beeldvorming van allochtonen, en kan een doorstroming van allochtone mediawerkers teweegbrengen. Voorstanders verwijzen dikwijls naar Couleur Locale.

Tegenstanders vinden dan weer dat diversiteit in de volledige programmatie moet zitten. Een mediawerker noemt zo een programma *passé*. Een beleidsmaker is voor, maar vraagt zich af of Vlaanderen klaar is voor dit idee.

De tegenstanders zijn allemaal mediawerkers. De voorstanders zijn anonieme deelnemers, deskundigen, speciale mediawerkers en een beleidsmaker. Vertegenwoordigers komen niet aan het woord.

De inhoud van het programma moet heel ruim zijn. Het programma moet informeren over allochtonen en autochtonen, Vlaanderen en vreemde culturen (met in het bijzonder de herkomstlanden). De doelgroep van het programma moet heel breed zijn, zowel autochtonen als allochtonen.

Een deskundige wil dat allochtonen zelf actief meewerken en produceren. Het programma moet allochtonen laten binnenstromen naar de mainstream media.

De VRT wil geen multicultureel programma uitzenden, en stelt dat dit niet kan volgens haar beheersovereenkomst. Een expert betreurt dit. Een beleidsmaker spreekt dit tegen.

5. IDENTITEITSVORMING

Een aantal onderzoeken (Gandy, 1998; Gillespie, 1995) heeft uitgewezen dat media een zeer belangrijke rol spelen in de identiteitsconstructie van, vooral jonge, allochtonen. Negatieve beeldvorming en het gebrek aan zichtbaarheid van allochtonen beïnvloedt het zelfbeeld van allochtonen.

Tijdens de debatten wordt gezegd dat allochtonen zich niet herkennen in de mainstream media. Een vertegenwoordiger schetst de reactie van allochtonen op de negatieve beeldvorming:

“Wij mensen van Marokkaanse en andere origines revolteren vaak wanneer we zien hoe we in de media gestigmatiseerd worden. Alles draait rond onveiligheid”, zegt een vertegenwoordiger.

Wanneer allochtonen zich niet herkennen in de mainstream media, zouden ze zelf zenders oprichten.

Een deskundige zegt “Het ligt voor de hand dat migranten, als ze zich niet herkennen in bestaande media, eigen media zullen gaan oprichten, cfr eerste experimenten in Brussel alwaar een Arabische radio actief is”.

Er is een vraag naar de reden waarom de media allochtonen in de toekomst willen betrekken.

Een deskundige stelt zich de vraag of “media allochtonen betrekken in hun programma’s vanwege redenen van politieke correctheid of de wil om mensen echt te betrekken in de samenleving”.

De media moeten opletten met de manier waarop men allochtonen betreft.

Een deelnemer wijst erop dat “media rekening moeten houden met het feit dat veel allochtonen zichzelf niet in de eerste plaats als allochtoon zien”.

5.1. Conclusie

In tegenstelling tot onze verwachtingen wordt erover identiteitsvorming weinig of niets gezegd tijdens de debatten. Dit verwondert ons omdat een aantal onderzoeken (Gandy, 1998; Gillespie, 1995) aangewezen hebben dat media een zeer belangrijke rol spelen in de identiteitsconstructie van, vooral jonge, allochtonen. Anderzijds hebben we veel reacties onder beeldvorming geplaatst, wat in verband staat met identiteitsvorming.

Volgens de deelnemers herkennen allochtonen zich niet in de media. Ze twijfelen eraan of de media echt inspanningen willen doen. Volgens een deskundige zullen allochtonen zelf media oprichten. Een deelnemer wijst erop dat allochtonen normaal behandeld willen worden, en zichzelf niet in de eerste plaats als allochtoon zien.

DEEL 3: ALGEMEEN BESLUIT

1. BESLUIT

De centrale onderzoeksdoelstelling van deze masterproef was inzicht verwerven in de relatie tussen allochtonen en media. Het was onze doelstelling de perceptie en de verwachtingen in de relatie in kaart te brengen. We herhalen onze belangrijkste onderzoeksvragen. Wat zeggen de verschillende deelnemers (allochtone vertegenwoordigers, deskundigen, mediawerkers en beleidsmakers) over de relatie allochtonen en media? Welke problemen stellen zich? Wat zijn de oorzaken en elementen van deze problemen? Welke oplossingen worden voorgesteld?

Het probleem van beeldvorming

De deelnemers aan de debatten tijdens de ontmoetingsdagen zijn het allemaal eens met de stelling dat er iets schort aan de beeldvorming van allochtonen in de media. Enerzijds komen allochtonen te weinig aan bod in de media. Anderzijds is er sprake van een negatieve en stereotiepe beeldvorming van allochtonen. Deze vaststelling is conform met inzichten uit ons literatuuroverzicht (Brants, 1998; d'Haenens, 1996; Entman, 1994).

Volgens de deelnemers zitten er in de berichtgeving over alledaagse zaken nauwelijks of geen allochtonen. Ze zijn ondervertegenwoordigd.

Daarnaast is er kritiek op de berichtgeving over allochtonen. Volgens de deelnemers is de berichtgeving stereotiep en negatief. Allochtonen worden dikwijls in verband gebracht met zware problemen als criminaliteit en onveiligheid. Mediawerkers geven toe dat allochtonen meer nieuwswaarde hebben als er incidenten plaatsvinden.

Hoewel de link met criminaliteit voor deelnemers gevoelig ligt, wordt er – afgaande op de verslagen van de debatten – niet geklaagd over afkomstvermelding in misdaadberichtgeving. Dit staat in contrast met de mening van respondenten uit ander onderzoek (Devroe, 2004).

Men is ook ontevreden over het kader waarin de media allochtonen plaatsen. Men doelt hierbij op de begeleidende foto's en beelden van de berichtgeving. De media brengen volgens de deelnemers een ongenueanceerd beeld van de werkelijkheid. Enkel de extremen zouden aan bod komen, en dit leidt tot polarisering. De media zouden ook geen aandacht hebben voor de interne diversiteit en meningsverschillen in de allochtone gemeenschap.

De nauwkeurigheid van de berichtgeving laat soms de wensen over. Deelnemers menen dat journalisten fouten maken, en oppervlakkig werken. Ze tillen hier zwaar aan. Deze fouten zouden niet alleen opduiken in de berichtgeving over allochtonen in het algemeen, maar ook in de berichtgeving over de islam. Vooral de negatieve attitude tegenover de godsdienst, en het gebrek aan een pluriform beeld, is een doorn in het oog van een aantal deelnemers.

Hoewel er tijdens de debatten maar weinig aandacht wordt besteed aan de fictieprogramma's, waarschuwen deelnemers ook hier voor een negatieve beeldvorming. De meningen over het personage van *Mo* in de sitcom *Thuis* op één zijn verdeeld.

Volgens een aantal deelnemers leidt de ondervertegenwoordiging in combinatie met de negatieve en stereotiepe beeldvorming tot een bevestiging van vooroordelen die leven bij autochtonen.

De ondervertegenwoordiging, en de negatieve en stereotiepe beeldvorming van allochtonen hebben niet enkel een invloed op autochtonen, maar ook op allochtonen zelf (Gandy, 1998; Gillespie, 1995). De beeldvorming heeft in grote mate een invloed op de identiteitsconstructie van allochtonen. De ondervertegenwoordiging voelen ze aan als uitsluiting. De negatieve beeldvorming heeft dan weer tot gevolg dat ze zich niet herkennen in de media. Deelnemers zijn pessimistisch en twijfelen aan het feit of de media een inspanning willen leveren voor een accurate beeldvorming.

Er wordt gezegd dat wanneer allochtonen zich niet herkennen in het beeld dat de media over hen verspreiden, zij zelf media zullen oprichten. Men verwijst naar de experimenten met een Arabische radiozender in Brussel.

Oorzaken fouten beeldvorming

Deskundigen wijten de ondervertegenwoordiging en de negatieve beeldvorming van allochtonen in de berichtgeving aan de commerciële logica van de media. Slecht en sensationeel nieuws moeten meer lezers en kijkers aantrekken. Extreme meningen moeten het nieuws verkoopbaar maken. Dit leidt echter tot polarisering.

Gebrek aan kennis van journalisten, zien deelnemers ook als oorzaak van de foute beeldvorming.

Uit de hoek van de media klinkt, dat het voor journalisten zeer moeilijk is om allochtonen te vinden. Allochtone verenigingen vinden minder goed de weg naar de media, in vergelijking met het 'autochtone' middenveld. Mediawerkers wijzen op de nood aan goede en beschikbare woordvoerders.

Werken aan een accurate beeldvorming

Deelnemers willen dat de media een beleid uitstippelen voor meer diversiteit. Een beleidsmaker ziet het nut van een media-adviseur. Om komaf te maken met de ondervertegenwoordiging moeten er meer allochtonen op het scherm. De media kunnen meer aandacht besteden aan allochtonen in de berichtgeving, en hen laten zetelen in panels en het studiapubliek van televisieprogramma's. Mediawerkers kunnen ook gebruik maken van een lijst met contactgegevens van allochtone deskundigen.

Om de negatieve beeldvorming van allochtonen om te buigen worden verschillende voorstellen geformuleerd. Sommige deelnemers willen meer positief nieuws over allochtonen. Een andere groep ziet meer in een strategie waarbij de media allochtonen meer integreren in alledaagse onderwerpen in de berichtgeving. Dit laatste is conform met wat respondenten uit onderzoek van Ross (2001) stelden. In plaats van negatieve beeldvorming bij te sturen door positief nieuws, werken aan een nieuwe beeldvorming. Diversiteit als state of mind van mediawerkers is de belangrijkste hefboom voor een accurate beeldvorming.

Mediawerkers wijzen op het belang van persoonlijke contacten. Via een bezoek aan de mediaredacties kunnen contacten gelegd worden, net zoals wanneer men in het publiek van een televisieprogramma zit. Via persoonlijke contacten kunnen allochtonen meer invloed uitoefenen op de beeldvorming in de media.

Er wordt ook gezegd dat de media het allochtone publiek meer moeten betrekken bij de programma's. Dit kan door meer aandacht te besteden aan de invulling en de productie van programma's en aan allochtonen als publieksgroep. We merken graag op dat de VRT ondertussen al stappen in deze richting gezet heeft. Een divers kijkerspanel van allochtonen helpt de makers van de sitcom *Thuis (één)* het profiel van de allochtone personages Mo, Aïsha en Waldek aan te scherpen.

Een aantal deelnemers denkt dat een multicultureel programma kan helpen om de beeldvorming meer accuraat te maken.

Multicultureel programma

De meningen over een multicultureel programma zijn verdeeld. De voorstanders komen uit verschillende categorieën van deelnemers. Opvallend is dat alle mediawerkers in de debatten tegenstanders zijn, samen met enkele deskundigen. Op een beleidsmaker na, spreken de deelnemers niet over een aparte zender voor allochtonen. Enkel een multicultureel programma wordt in overweging genomen.

De voorstanders verwijzen naar *Couleur Locale*, het multiculturele programma dat vroeger op de openbare omroep liep. Enerzijds zien ze in een multicultureel programma een instrument om de beeldvorming van allochtonen bij te sturen en autochtonen iets bij te leren over vreemde culturen, en anderzijds kan zo een programma tegemoet komen aan de nood aan informatie van allochtonen over de herkomstlanden en Vlaanderen.

Net zoals de respondenten in het onderzoek van Clycq (2003) stelden, zeggen verschillende deelnemers tijdens de debatten dat een multicultureel programma zich tot zowel allochtonen als autochtonen moet richten, en niet enkel over de islam en de Turkse of Marokkaanse cultuur mag gaan. Een multicultureel programma moet een divers aantal onderwerpen aansnijden en een breed publiek aanspreken.

Tegenstanders van een multicultureel programma vinden zo een programma voorbijgestreefd, en hameren erop dat diversiteit iets is dat in de volledige programmatie van de omroepen moet zitten.

De VRT wil geen multicultureel programma. De omroep stelt dat doelgroeptelevisie niet kan volgens haar beheersovereenkomst. Een aantal deelnemers is niet tevreden met de houding van de omroep.

Een deskundige wijst op het belang van participatie van allochtonen in multiculturele programma's. Allochtonen moeten betrokken worden en zelf actief meewerken.

Onevenredige participatie op de werkvloer

Mediawerkers getuigen dat er bijna geen allochtonen werken in de media. Dit is conform met de cijfers die we in ons literatuuroverzicht gaven. Er is geen evenredige participatie.

Verschiedende deelnemers wijzen op ongelijkheid tussen autochtonen en allochtonen bij sollicitaties, in onderwijs, en opvoeding. Allochtonen zouden ook te weinig stimulansen krijgen op school en thuis, terwijl ze in de media geen rolmodellen vinden.

Mediawerkers hameren op taal en competentie. Andere deelnemers reageren hierop verdeeld. Er bestaat discussie over wat de media eigenlijk verwachten. Er is duidelijk een kloof tussen mediawerkers en de andere deelnemers. Sommigen wijten de onevenredige participatie van allochtonen aan de media en niet aan allochtonen. Een mediawerker wijst ook op de onzekere economische omstandigheden van een beginnende journalist.

Streven naar meer allochtonen in de media

Ook wanneer er tijdens de debatten over oplossingen voor de onevenredige participatie van allochtonen in de media wordt gediscussieerd, is een kloof merkbaar tussen mediawerkers en andere deelnemers. Meer bepaald, is er een kloof tussen de openbare omroep en de rest.

Deelnemers vinden dat de VRT opleidingen moet organiseren. De omroep ziet hierin een taak van de VDAB en het onderwijs. Deelnemers vinden dat de omroep actief allochtonen moet zoeken. De omroep zegt er geen te vinden. De VRT zou ook de (allochtone) schoolgaande jeugd kunnen aanspreken. Daarnaast beschuldigen deelnemers de VRT ervan allochtonen te demotiveren en de lat te hoog te leggen. Een beleidsmaker dringt aan op een algemeen actieplan voor de VRT.

Het lijkt ons belangrijk op te merken dat de VRT ondertussen veel doet. Op de slotdag van de ontmoetingsdagen Allochtonen en Media ondertekende gedelegeerd bestuurder Tony Mary het Charter Diversiteit. Kort daarop werd de Cel Diversiteit opgericht, die verantwoordelijk is voor de uitwerking van het charter in concrete initiatieven. Ondertussen vinden er dit jaar voor de derde keer informatiedagen plaats voor allochtone laatstejaars, en biedt de omroep sinds vorig jaar betaalde stages aan. Daarnaast bestaan er nog allerlei initiatieven.

We nemen echter aan dat de deelnemers van mening zijn dat ook andere media dan de openbare omroep meer actief moeten zoeken naar allochtonen, en betaalde stages en opleidingen moeten organiseren. De omroepen kunnen ook meer allochtonen uitnodigen om in panels en het studiopubliek van televisieprogramma's te zetelen. Hierdoor kunnen ook nieuwe contacten gelegd worden.

Opvallend is dat er – afgaande op de verslagen – tijdens de debatten niet over quota's wordt gesproken. Er wordt wel gewezen op het feit dat allochtonen na hun stage vaak terug staan vanwaar ze komen.

De weg naar diversiteit in de media is nog lang. Als de media zich als spiegel voor de maatschappij zien, dan zullen zij allochtonen niet alleen moeten integreren in hun alledaagse berichtgeving, maar ook in hun redacties binnenloodsen. Tien procent van een bevolking zet men niet zomaar opzij. Daarnaast, en misschien is dat nog belangrijker, moeten de media opletten met het polariseren van de relatie tussen autochtonen en allochtonen. We weten allemaal wie voordeel haalt uit polarisering, en wie niet.

Anderzijds willen we ook wijzen op de vele initiatieven die opgezet worden voor een accurate beeldvorming en een evenredige participatie van allochtonen in de media. Voorbeelden in Vlaanderen daarvan zijn de organisatie TrefMedia, en de Cel Diversiteit van de VRT. Bestaande initiatieven kunnen geëvalueerd en verfijnd worden, en daarnaast moeten ook andere media dan de openbare omroep meegetrokken worden in het diversiteitsverhaal.

2. AANBEVELINGEN

We sluiten deze masterproef af met een reeks aanbevelingen aan de media, de overheid, en allochtone verenigingen. Tot slot formuleren we ook een aanzet tot verder onderzoek. In de aanbevelingen verwijzen we naar het eerdere literatuuroverzicht en de analyse.

2.1. Media

Beeldvorming

Bij wijze van aanbevelingen, herhalen we graag de richtlijnen van de *AVBB-Werkgroep Media en Migranten* uit 1994. Ruim tien jaar later zijn ze nog steeds relevant.

1. *Vermeld nationaliteit, geboorteland, etnische afkomst, huidskleur, religie of cultuur alleen als deze informatie relevant is voor het bericht*
2. *Vermijd onverantwoorde veralgemeningen en polariseringen*
3. *Vermijd nodeeloos problematiseren en dramatiseren*
4. *Zorgvuldigheid, wederwoord en rechtzettingen*
5. *Extreem-rechts en racisme kritisch inkaderen*
6. *Een bericht is niet af als het geschreven is*
7. *Laat etnisch-culturele minderheden zelf aan het woord* (AVBB, 1994)

Graag wijzen we nog extra op de vierde aanbeveling aangaande zorgvuldigheid. Uit onze analyse blijkt dat het gebrek aan nauwkeurigheid, die soms aanwezig is in de berichtgeving over allochtonen en aanverwante thema's, tot heel wat ergernis leidt bij allochtonen. We beseffen dat journalisten vaak onder zware tijdsdruk werken, maar een nauwkeurige berichtgeving is onmisbaar voor de geloofwaardigheid van de media.

De bovenstaande richtlijnen pleiten niet voor een overdreven positieve beeldvorming, maar voor meer diversiteit in de media. Kranten en omroepen mogen allochtonen niet alleen opvoeren naar aanleiding van incidenten en zware samenlevingsproblemen, maar zouden hen kunnen integreren als volwaardige burgers in de berichtgeving over alledaagse zaken. Journalisten moeten zich bewust zijn van de impact van wat ze schrijven. Ook andere auteurs (Entman, 1990-1994; Schelfhout, 1998) wijzen op het belang van een divers beeld van allochtonen in de media.

Diversiteit als *state of mind* van journalisten is de enige mogelijke manier om tot een accurate beeldvorming te komen. Journalisten kunnen allochtone burgers in een normale context laten zien, en allochtone deskundigen raadplegen. Voor dit laatste kan men gebruik maken van de cd-rom *Gevestigde Waarden*, een lijst met allochtone deskundigen.

Beeldvorming is een probleem van de volledige programmatie van omroepen en media. Daarom mogen media zich niet enkel richten op berichtgeving. Ook fictie is belangrijk. Zoals Schelfhout (1998) stelt, mogen omroepen niet uitsluitend westerse films en soaps programmeren. Er is nood aan meer aandacht aan etnische minderheden in educatieve, culturele, entertainment-, muziek-, en sportprogramma's.

Omdat steeds meer programma's door onafhankelijke productiehuisen gemaakt worden, is het ook belangrijk dat de mediabedrijven tijdens onderhandelingen met deze productiehuisen drukken op het belang van diversiteit.

Multicultureel programma

Uit onze analyse blijkt duidelijk de vraag naar een multicultureel programma. Zo een programma zou een aantal invalshoeken kunnen belichten die nu zelden of nooit aan bod komen. Omroepen zouden hiermee tegemoet komen aan een informatiebehoefte van allochtonen die nu niet ingevuld wordt. Een multicultureel programma zou ook – voor een stuk – de negatieve beeldvorming kunnen rechtzetten.

Toch zijn wij eerder voorstanders van diversiteit als kenmerk van de volledige programmatie van omroepen. Wanneer we de voorstellen in verband met de invulling van een multicultureel programma uit de debatten bekijken, zien we dat het doelpubliek heel breed wordt beschouwd. De programma's moeten zich tot zowel allochtonen als autochtonen richten. De inhoud is bijgevolg ook divers. Zowel autochtonen als allochtonen moeten aan hun trekken komen. Daarom zien we minder in een multicultureel programma, en meer in een programmatie waarin diversiteit centraal staat. Dit impliceert dat de omroepen allochtonen een plaats geven als volwaardige burgers en kijkers.

Participatie

Allochtonen moeten een plaats krijgen in de media. Dit geldt niet enkel voor de programmatie van de omroepen en de selectie van onderwerpen. De media moeten ook spiegels zijn voor de maatschappij in hun personeelsbestand.

De deelnemers van de debatten verwachten dat de media actief zoeken naar allochtoon talent. Om dit te bereiken kunnen de media betaalde stages en opleidingen organiseren en interesse aanwakkeren door informatiedagen voor allochtone laatstejaarsscholieren in te richten, en allochtonen uit te nodigen als studiopubliek of panelleden van televisieprogramma's.

Het lijkt ons belangrijk op te merken dat bovengenoemde voorstellen niet enkel door de VRT in praktijk kunnen gebracht worden. Ook andere media kunnen, bijvoorbeeld, stages organiseren voor allochtonen. De VRT heeft de laatste jaren al verschillende stappen gezet. De omroep kan de genomen initiatieven evalueren, eventueel aanpassen en verder uitbouwen.

2.2. Overheid

De overheid zet zich af tegen discriminatie en voert een beleid waarin belang wordt gehecht aan de verschillende bevolkingsgroepen in Vlaanderen en België. Maar het blijft belangrijk om te werken aan gelijke kansen in het onderwijs en op de arbeidsmarkt. In haar overheids campagnes kan de overheid de aanwezigheid van allochtonen op een positieve manier benadrukken. Clycq (2003) maakt een vergelijking met campagnes zoals *'Ideale maten'* en de holebi-campagne *'Ja, en dan?'*.

Wij denken dat de overheid de financiering van allochtone verenigingen kan herbekijken. De verenigingen zouden dezelfde slagkracht moeten hebben als het Belgische middenveld. De verenigingen zouden kunnen aangemoedigd worden om bepaalde vaardigheden aan te leren, zoals de omgang met de media.

De overheid mag in haar mediabeleid diversiteit niet behandelen als iets dat alleen voor de VRT geldt. De openbare omroep kan niet in zijn eentje voor een accurate beeldvorming van

allochtonen zorgen. Een evenredige participatie op de werkvloer is evenmin uitsluitend een zaak van de openbare omroep. Ook andere media moeten worden aangespoord om de kaart van diversiteit te trekken.

Traditioneel wordt beeldvorming afgedaan als iets dat uitsluitend met berichtgeving te maken heeft. We willen er echter ook op wijzen dat ook andere programmacategorieën de beeldvorming kunnen beïnvloeden. Daarnaast worden steeds meer programma's door onafhankelijke productiehuisen gemaakt. Ook naar deze productiehuisen moet een beleid gevoerd worden.

Net zoals Clycq (2003) zijn wij van oordeel dat de overheid een extra inspanning kan leveren om de bestaande mogelijkheden om invloed uit te oefenen op de berichtgeving van en beeldvorming in de media beter bekend te maken. We willen hiermee verwijzen naar de verschillende raden die belast zijn met de controle van de inhoud van programma's. In het bijzonder, kan de Vlaamse Geschillenraad voor radio en televisie hierin een rol spelen. Zij heeft als taak om te waken over de niet-discriminatie van de verschillende ideologische en filosofische strekkingen op de omroepen.

Ook de Raad voor Journalistiek kan uitspraken doen, bijvoorbeeld op basis van de aanbevelingen voor de berichtgeving over allochtonen van de AVBB. Het probleem bij deze raden is echter dat de betrokkenen, de benadeelden, zelf een klacht moeten indienen. Daarom lijkt ons een overheids campagne voor een grotere bekendheid van deze raden geen overbodige zaak.

2.3. Allochtone verenigingen

De belangrijkste rol van allochtone verenigingen ligt bij het functioneren als aanspreekpunt en doorgeefluik. Mediawerkers kunnen zich tot de verenigingen richten als ze allochtonen zoeken. De cd-rom *Gevestigde Waarden* kan verder verspreid worden.

Daarnaast zijn de verenigingen ook vertegenwoordigers van de individuele allochtoon. Het is dan ook van groot belang dat de verenigingen zo goed mogelijk communiceren met hun achterban. Zij moeten ook hun achterban informeren en aansporen om initiatieven te nemen en zelf contact te zoeken met de media.

Verenigingen moeten zich voorbereiden op de komst van de media. De verenigingen kunnen aan mediatrainingcursussen deelnemen, of zelf inrichten. TrefMedia formuleert een aantal aanbevelingen op haar website:

1. *Denk goed na over boodschap en doelpubliek*
2. *Leer persberichten schrijven en stuur ze ook op*
3. *Zorg voor goede woordvoerders*
4. *Knoop relaties aan met enkele journalisten en voorzie hen regelmatig van nieuws*
5. *Leer bij over de media en hoe ze functioneren (<http://www.trefmedia.be>).*

Een mogelijke methode om de media te helpen de beeldvorming bij te sturen, is journalisten en programmamakers feedback geven. Enerzijds kunnen mediawerkers op die manier bijleren over hoe allochtonen bepaalde zaken ervaren, en anderzijds krijgen ze dan de kans om fouten recht te zetten.

Allochtone verenigingen zullen zich in de toekomst ook steeds meer naar productiehuisen moeten richten. Net zoals deze huisen de verenigingen als aanspreekpunt kunnen gebruiken.

2.4. Verder onderzoek

Tot slot formuleren we graag een aantal aanbevelingen voor verder onderzoek naar allochtonen en media. We starten met de nodige zelfkritiek.

Het lijkt ons nuttig om in de toekomst vooral onderzoek te doen aan de hand van primaire data. Op die manier heeft de onderzoeker meer controle op het proces van datagaring. Zoals eerder uitgebreid vermeld, gebeurde ons onderzoek op basis van verslagen van debatten. De verslagen werden opgemaakt door leden van het Forum en zijn wellicht nuttig voor de werking van de organisatie, maar als onderzoeksmateriaal voor een wetenschappelijke studie schieten de verslagen vaak te kort.

Daarnaast willen we ook ingaan op de formule van het debat, als informatiebron. Enerzijds is een debat interessant omdat autochtonen en allochtonen, en mediawerkers, deskundigen, beleidsmensen en vertegenwoordigers van de allochtone gemeenschap aan dezelfde tafel zitten, en van gedachten wisselen. Door de confrontatie van meningen van de verschillende groepen ontstaat een interessante discussie. Maar anderzijds, lijkt het er – volgens de verslagen – op dat mediawerkers en deskundigen meer het woord nemen dan allochtonen. Het kan niet de bedoeling zijn om onder autochtonen te discussiëren over de ondervertegenwoordiging van allochtonen.

Concreet lijkt het ons efficiënter om aan de hand focusgroepgesprekken en diepte-interviews onderzoeksmateriaal te verzamelen over de verwachtingen en percepties die leven in de relatie tussen allochtonen en media. Het voordeel van focusgroepgesprekken en diepte-interviews is dat de onderzoeker in deze onderzoeksmethodes meer controle heeft op het onderzoeksproces. Tijdens de focusgesprekken en diepte-interviews kan de onderzoeker ook dieper ingaan op een aantal zaken. In plaats van verschillende groepen tegenover elkaar te zetten, kan men ook de groepen afzonderlijk met uitspraken van elkaar confronteren.

Er is nood aan een recente inhoudsanalyse van de berichtgeving over allochtonen en aanverwante thema's in de Vlaamse media. Om uitspraken te doen over de beeldvorming van allochtonen baseren we ons vooral op onderzoek van d'Haenens uit 1996. Een recente inhoudsanalyse laat ons toe om de perceptie van respondenten in receptie-analyses te confronteren met de 'werkelijkheid'.

Een vraag die tijdens dit onderzoek dikwijls bij ons naar boven kwam, is of de opgezette projecten en initiatieven het beoogde effect hebben. Dit kan onderzocht worden door op verschillende tijdstippen inhouds- en receptieanalyses uit te voeren. Zo kan vastgesteld worden of er sprake is van vooruitgang in de beeldvorming en participatie van allochtonen in de media.

BIBLIOGRAFIE

- Brants, K. (1998). Beeldvorming en burgerschap. Media, migranten en de multiculturele samenleving. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 23(3), 220-232.
- Centrum voor gelijkheid van kansen en racismebestrijding. Geraadpleegd op 9 maart 2005 op het world wide web: <http://www.antiracisme.be>.
- Clycq, N.; Michielsens, M. & Timmerman, C. (2003). *Allochtonen en nieuwsgaring. Komen de Vlaamse nieuwsprogramma's tegemoet aan de behoeften van jongeren van Turkse of Marokkaanse origine*. Steunpunt gelijkekansenbeleid.
- Cottle, S. (Ed.) *Ethnic minorities and the media*. Buckingham: Open University Press.
- Crombez, B. (1996). *Media en allochtonen: een literatuurstudie*. In d'Haenens, L. & Saeys, F. (Eds.). *Media en multiculturalisme in Vlaanderen* (6-16). Gent: Academia Press.
- d'Haenens, L. (1996). Kritische succesfactoren van een 'multicultureel' programma-aanbod: resultaten van een workshop. In d'Haenens, L. & Saeys, F. (Eds.). *Media en multiculturalisme in Vlaanderen* (141-150). Gent: Academia Press.
- d'Haenens, L. & Saeys, F. (Eds.) (1996). *Media en multiculturalisme in Vlaanderen*. Gent: Academia Press.
- de Aguirre, P.; Riebbels, G.; Saeys, F. & Staes, L. (1996). Anders gekeken? Een exploratief onderzoek naar het mediagedrag van Turkse en Marokkaanse jongeren en volwassenen. In d'Haenens, L. & Saeys, F. (Eds.). *Media en multiculturalisme in Vlaanderen* (40-58). Gent: Academia Press.
- De Bens, E., De Clercq, M. & Paulussen, S. (2003, 27 mei). Dossier: De Vlaamse journalist. Het profiel van de Vlaamse beroepsjournalist (deel1). *De Journalist*, 26(59), 4-7.
- De Clercq, M. & Devroe, I. (2003). *Diversity in the newsroom. Women and immigrant journalists in Flanders*. Powerpointpresentatie conferentie Hawaii (2003, 5 juni).
- Deltour, P. & Staes, L. (2001, 16 januari). Dossier: Berichten over allochtonen. Titels, intro's en beelden blijven voornaamste pijnpunten. *De Journalist*, 24(8), 6-8.
- De Ridder, K. (2005). Europees netwerk stimuleert diversiteit in media. Buitenlandse initiatieven inspireren Vlaanderen. *Divers, Nieuwsbrief van het Vlaams Minderbedencentrum*, 6(1).
- De Sutter, W. & Saeys, F. (1996). Bezit en gebruik van audio-visuele media bij allochtone populaties. Een onderzoek uitgevoerd bij Gentse scholieren. In d'Haenens, L. & Saeys, F. (Eds.). *Media en multiculturalisme in Vlaanderen* (59-88). Gent: Academia Press.
- Devroe, I. & Saeys, F. (2002). Allochtonen en aanverwante thema's in de Vlaamse media. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 30(2): 56-76.
- Devroe, I. (2004). *'This is not who we are': Ethnic minority audiences and their perceptions of the media*. Paper presented at the Conference Dialogue 'Communication and Cultural Diversity' (Barcelona, 24-27 May 2004).

- Dines, G. & Humez, J. (Eds.)(1995). *Gender, race and class in media*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Dragt, E.; Heuvelman, A.; Lohmann, E. & de Jong, M. (2002). Media en etnische publieksgroepen in Nederland. Het aanbod en het gebruik van media. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 30(2): 5-25.
- El Mabrouk, F. (2001, 16 januari). Dossier: Berichten over allochtonen. Vreemde(n)mening. *De Journalist*, 24(8), 9.
- Entman, R.M. (1990). Modern racism and the images of blacks in local television news. *Critical Studies in Mass Communication*, 7(4), 332-346.
- Entman, R.M. (1994). Representation and reality in the portrayal of blacks on network television news. *Journalism Quarterly*, 71(3), 509-521.
- Fiske, J. (2000). White watch. In: Cottle, S. (Ed.) *Ethnic minorities and the media* (p. 50-66). Buckingham: Open University Press.
- Gandy, O.H.J. (1998). *Communication and race. A structural perspective*. London: Arnold.
- Gekleurde mensen komen niet aan de bak op tv. (2005, 12 januari). *De Tijd*.
- Gillespie, M. (1995). *Television, ethnicity and cultural change*. Routledge: London.
- Glaser, B.G. & Strauss, A.L. (1967). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. New York.
- Hall, S. (1995). The whites of their eyes. Racist ideologies and the media. In Dines, G. & Humez, J. (Eds.). *Gender, race and class in media* (18-22). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Husband, C. (2000). Media and the public sphere in multi-ethnic societies. In: Cottle, S. (Ed.) *Ethnic minorities and the media* (pp 199-214). Buckingham: Open University Press.
- Hüttner, H.; Renckstorf, K. & Wester, F. (Eds.)(2001). *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap*. Kluwer.
- Jensen, K.B. (1991). Introduction: the qualitative turn. In Jensen, K.B. & Jankowski, N.W. (Eds.). *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research* (p. 1-12). London: Routledge.
- Jensen, K.B. & Jankowski, N.W. (Eds)(1991). *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*. London: Routledge.
- Jensen, K.B. (2002). The qualitative research process. In Jensen, K.B. (Ed). *A handbook of media and communication research: qualitative en quantitative methodologies* (p. 233-253). London: Routledge.
- Jensen, K.B. (Ed)(2002). *A handbook of media and communication research: qualitative en quantitative methodologies*. London: Routledge.

- Linders, H. & Hijmans, E. (2001). Kwalitatief survey. In Hüttner, H.; Renckstorf, K. & Wester, F. (Eds.). *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap* (539-558). Kluwer.
- Naegels, Tom (2005, 19 maart). Molenbeek. *De Standaard*
- Marchi, Loredana (2005, 15 maart). Iemand nog een sterk verhaal over Molenbeek? *De Standaard*.
- Mira Media. Geraadpleegd op 7 maart 2005 op het world wide web: <http://www.miramedia.nl>.
- More diversity in the media. Geraadpleegd op 7 maart 2005 op het world wide web: <http://www.multiculturalnet>.
- “Moslim-extremisme is geen fabel” (2005, 12 maart). *De Standaard*.
- Online/More colour in the media. Geraadpleegd op 5 april 2005 op het world wide web: <http://www.olmcm.org/>.
- Ross, K. (2001). White media, black audience: diversity and dissonance on British television. In Ross, K. & Playdon, P. (Eds.). *Black marks: minority ethnic audiences and media* (3-16). Ashgate: Burlington.
- Ross, K. & Playdon, P. (Eds.)(2001). *Black marks: minority ethnic audiences and media*. Ashgate: Burlington.
- Schakenbos, E. & Marsman, G. (1988). *Migranten en media. Een literatuurstudie naar trends in het mediagebruik van etnische minderheden in Westeuropese landen*. Nijmegen: Masusa.
- Schelfhout, E. (1992). Media en migranten. *Bindteken*, 9(35), 14-25.
- Schelfhout, E. (1998). ‘Een onmiskenbaar zwak punt’. Bedenkingen over racisme in België, één jaar na het commissieverslag. In Schelfhout, E. & Verstraeten, H. (Eds.). *De rol van de media in de multiculturele samenleving* (207-224). VUBpress: Brussel.
- Schelfhout, E. & Verstraeten, H. (Eds.)(1998). *De rol van de media in de multiculturele samenleving*. Brussel: VUBpress.
- SORA (2001, maart). Attitudes towards minority groups in the European Union. A special analysis of the Eurobarometer 2000 survey. Vienna.
- Staes, L. (1994). *Aanbevelingen voor de berichtgeving over allochtonen*. Algemene Vereniging van Beroepsjournalisten in België.
- Staes, L. (1996). Berichtgeving over allochtonen en aanverwante thema’s. In d’Haenens, L. & Saeys, F. (Eds.). *Media en multiculturalisme in Vlaanderen* (90-107). Gent: Academia Press.
- Sterk, G.; Top, B. & Toppert, M. (Eds.)(2000). *Media en allochtonen: journalistiek in de multiculturele samenleving*. Den Haag: Sdu.
- TrefMedia (2005, maart). *Inhoudelijke rapport. TrefMedia, Trefpunt voor Media in Diversiteit*.
- Trefmedia. Geraadpleegd op 10 maart 2005 op het world wide web: <http://www.trefmedia.be>.

- Tsagarousianou, R. (2001). Ethnic minority media, community and identity: the case of London's South Asian and Greek-Cypriot communities. In Ross, K. & Playdon, P. (Eds.). *Black marks: minority ethnic audiences and media* (17-32). Ashgate: Burlington.
- Tuning into diversity. Geraadpleegd op 7 maart 2005 op het world wide web: <http://www.multicultural.net>.
- Van Dijk, T. (2000). New(s) racism: a discourse analytical approach. In: Cottle, S. (Ed.) *Ethnic minorities and the media* (p. 33-49). Buckingham: Open University Press.
- Van Donselaar, J. & Tanja, J. (2000). Bedoelde effecten en onvoorziene gevolgen. Extreem-rechts en racisme. In Sterk, G.; Top, B. & Toppert, M. (Eds.). *Media en allochtonen: journalistiek in de multiculturele samenleving*. Den Haag: Sdu.
- Vanlierde, A. (1999). *Onderzoek naar de aanwezigheid van allochtonen in de audiovisuele mediaproductie in Vlaanderen*. Niet-gepubliceerde scriptie, Gent, Vakgroep Communicatiewetenschappen.
- Verstraeten, H. (1998). Media, publieke sfeer en interculturele communicatie: enkele onderzoeksperspectieven. In Schelfhout, E. & Verstraeten, H. (Eds.). *De rol van de media in de multiculturele samenleving* (13-31). Brussel: VUBpress.
- Vlaams Minderhedencentrum. Geraadpleegd op 9 maart 2005 op het world wide web: <http://www.vmc.be>.
- VRT-Charter Diversiteit (2003, 26 april). <http://www.vrt.be/dena/index.html>
- VRT-jaarverslag (2003).
- Wester, F. (2000). Methodische aspecten van kwalitatief onderzoek. In Wester, F., Smaling, A., Mulder, L. (Eds.). *Praktijkgericht kwalitatief onderzoek* (p. 15-40). Bussum: Coutinho.
- Wester, F., Smaling, A., Mulder, L. (Eds)(2000). *Praktijkgericht kwalitatief onderzoek*. Bussum: Coutinho.
- Wester, F. (2001). Inhoudsanalyse als kwalitatief-interpreterende werkwijze. In Hüttner, H.; Renckstorf, K. & Wester, F. (Eds.). *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap* (609-649). Kluwer.
- Yüksel, V. (2001, 16 januari). Dossier: Berichten over allochtonen. Stem migranten over atypische onderwerpen. *De Journalist*, 24(8), 9.