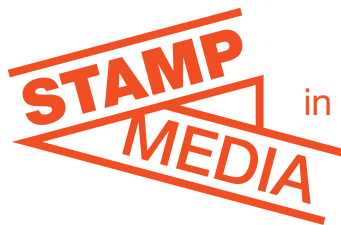


Julie De Smedt & Els Beyens

rePresent

Een
dialoogtraject
tussen **jongeren**
& **mediamakers**

Uitgevoerd door



in opdracht van **Mediawijs**

Inhoudsopgave

1. Dankwoord	3
2. Inleiding	4
3. Probleemstelling	5
4. Samenvatting	7
5. Methodologie	10
5.1. Steekproef	10
5.2. Verloop en methodologie	14
5.2.1. Kwantitatieve survey	14
5.2.2. Kwalitatief focusgroepgesprek	14
5.2.3. Dialooggesprek	15
6. Resultaten	17
6.1. Nieuwsgebruik	17
6.1.1. Gebruik van nieuwsdrager	17
6.1.2. Functie van nieuws en algemene interesse	22
6.1.3. Geloofwaardigheid	25
6.1.4. Effect en impact van nieuws	27
6.1.5. Betalen voor nieuws	29
6.2. Nieuwsinhoud	30
6.2.1. Thema's	30
6.2.2. Context en duiding	34
6.2.3. Accuraatheid	36
6.2.4. Objectiviteit en subjectiviteit	38
6.2.5. Balans en woord-wederwoord	41
6.2.6. Stereotypering en beeldvorming	42
6.2.7. Goed/positief en slecht/negatief nieuws	51
6.3. Nieuwsvorm	54
7. Conclusies en discussie	57
8. Aanbevelingen voor nieuwsredacties	61
9. Bijlagen	64
9.1. Kwantitatieve survey	64
9.2. Gespreksgids (focusgroepgesprekken)	69
9.3. Topiclijst (dialooggesprekken)	71

1. Dankwoord

Een woord van hartelijke dank aan àlle mensen die aan het project *rePresent* hebben meegewerkt. En dat zijn er veel. Het enthousiasme, de oprechte interesse en de constructieve ingesteldheid van alle betrokkenen maakten van *rePresent* een succes.

In de eerste plaats, dank aan de **208 jongeren** die het achterste van hun tong hebben laten zien. Dankzij jullie eerlijkheid en mondigheid kunnen we interessante adviezen en inzichten formuleren.

Dank aan de verschillende **jeugdwerkorganisaties** en hun begeleiders die het project de moeite waard vonden om er hun (vrije) tijd aan te besteden. Veel dank aan: Sant'Egidio, Adviescentrum Migratie Jongerenwerking, Platform Allochtone Jeugdwerkingen, de organisaties van de J100 (Kras Jeugdwerk, Jes Antwerpen, Uit de Marge, Formaat, Free Hands, ACM Jongerenwerking, Samen op Straat, PAJ, Scouts en Gidsen Vlaanderen en Chiro), Den Eglantier, Arktos, Kilalo, LEJO, ChillAmba's en Versiety Media.

Dank aan alle **scholen en leerkrachten** wiens leerlingen we drie lesuren mochten kapen. Dankzij jullie openheid en gastvrijheid konden we interessante gesprekken voeren met de jongeren. In het bijzonder danken we graag Koninklijk Atheneum Deurne, Koninklijk Atheneum Hoboken, Spectrumschool Campus Deurne, Sint-Agnesinstituut Hoboken, Lucernacollege Antwerpen, Koninklijk Atheneum Antwerpen, Stedelijk Lyceum Expo, Koninklijk Atheneum Malle, Schepersinstituut Deurne en Regina Mundi Genk.

Dank aan alle **mediamakers** die de journalistieke tijdsdruk even opzij schoven en de prioriteit gaven aan een diepgaand gesprek met jongeren. Bedankt Anneleen Ophoff, Wim Wilri, Elke Jacobs, Marijn Sillis, Jeroen De Preter, Sandra Maes, Johan Faes, Mira Hoeven, Sander Denayer, Michael Dilissen, Wouter De Boer en Kurt Wattez.

Dank aan de **leden van de expertengroep** die op belangrijke momenten inzichtrijke input en feedback hebben geformuleerd, zowel voor, tijdens als na het dialoogtraject.

Tot slot hartelijk dank aan de **lezer** die de moeite neemt om dit rapport met aandacht te bekijken en zich in het project *rePresent* te verdiepen.

2. Inleiding

Jongeren als bredere doelgroep worden regelmatig bevraagd over hun media- en nieuwsbeleving via verschillende onderzoeksprojecten. Een stem die in dit soort Vlaamse mediaonderzoeken echter niet representatief aan bod komt, is die van jongeren uit een stedelijke context en met een migratieachtergrond. Daarom wil *rePresent* specifiek luisteren naar deze groep.

Bestaat er een **kloof tussen journalisten en jongeren**? Uit gesprekken met veldwerkers blijkt dat jongeren, en in het bijzonder stedelijke jongeren met een migratieachtergrond, een grote afstand voelen tussen henzelf en de (Vlaamse) nieuwsmedia. De journalist zou geen voeling hebben met wat jongeren bezighoudt. Er zouden misverstanden bestaan over de beweegredenen van de media enerzijds, en de manier waarop jongeren denken anderzijds.

Hoe denken **jongeren** over de nieuwsberichtgeving in Vlaanderen? Wat vinden ze van de beeldvorming over hen in het nieuws? Welke thema's interesseren hen en welke helemaal niet?

Hoe kijken **professionele mediamakers** naar jongeren? Hoe komen zij tot de beeldvorming over jongeren in het nieuws? Hoe reageren journalisten op de meningen en ervaringen van jongeren?

RePresent bracht jongeren met een migratieachtergrond in direct contact met journalisten. Het project bestond uit een intensief **dialoogtraject tussen jongeren en professionele mediamakers**. Het doel van deze dialoog was om:

- Samen te achterhalen wat deze jongeren denken over hoe zichzelf en hun omgeving voorgesteld worden in de media.
- Samen te achterhalen hoe mediamakers tot deze beeldvorming komen.
- Samen handvatten te formuleren voor een zo goed mogelijke representatie en een zo correct mogelijke berichtgeving.
- Input te geven voor een vorming en adviezen voor andere en toekomstige mediamakers.

Aan *rePresent* namen **208 jongeren en 12 professionele mediamakers** deel. Op een **constructieve manier** kwamen ze tot een beter begrip en samen formuleerden ze suggesties voor mediamakers. Het project *rePresent* heeft een tweeledige output. De belangrijkste output van het project is een **vorming voor redacties**. Dit vormingsproduct is gebaseerd op adviezen die jongeren en mediamakers gezamenlijk over de representatie en berichtgeving formuleerden. Deze vorming is gericht op eind- en hoofdredacteuren en (toekomstige) individuele mediamakers. Vanuit de problemen en suggesties die jongeren aangaven, formuleren we aanbevelingen in de vorm van beeldmateriaal.

Daarnaast, als begeleidend document, is er dit **rapport dat alle informatie bevat over het onderzoek** waarop het vormingsproduct gebaseerd is. Het omschrijft de afbakening van de doelgroep, de methodologie, de resultaten en de belangrijkste conclusies en aanbevelingen. Van dit rapport wordt eveneens een beknopte versie uitgegeven als **publicatie**.

RePresent wordt uitgevoerd door StampMedia vzw, in samenwerking met Mediawijs.

StampMedia versterkt de stem van jongeren tussen 16 en 26 jaar. We dichten de inhoudelijke en vormelijk kloof tussen media en jongeren. We doen dit door jongeren en hun begeleiders mediawijs te maken en door nieuwsmedia en non-profitorganisaties jongerenwijs te maken. Als inclusieve en verbindende organisatie hebben we bijzondere aandacht voor de jongeren die het minst gehoord worden.

Mediawijs is het Vlaamse Kenniscentrum Mediawijsheid van de Vlaamse overheid en imec. Mediawijs helpt de inwoners van Vlaanderen en Brussel om bewust, actief, kritisch en creatief media te gebruiken om deel te nemen aan onze maatschappij.

3. Probleemstelling

De jongeren van vandaag zijn de volwassenen van morgen. Binnenkort maken jongeren deel uit van de dominante cultuur en worden ze grote nieuwsgebruikers. Dat denken en verwachten we toch. De laatste jaren nemen we enkele tendensen waar die deze verwachting in vraag stellen.

Ten eerste is er de sterk groeiende **multiculturaliteit in de samenleving**. De multiculturele samenleving is een realiteit maar wordt steeds meer divers, vooral in de stedelijke context. In Antwerpen en Brussel hebben twee op de drie jongeren een migratieachtergrond¹. De inwoners van grote steden hebben een eigen leefwereld, met verschillende ‘urban’ culturen, die verschilt van het traditionelere leven in kleine steden en gemeenten of op het platteland. Gaan stedelijke jongeren met een migratieachtergrond op dezelfde manier om met nieuws als jongeren zonder migratieachtergrond? Herkennen zij zich in de Vlaamse nieuwsmedia? Uit onderzoek blijkt dat het merendeel van de personen die het woord krijgen in het nieuws blank, volwassen en mannelijk is en een elitefunctie bekleedt². De media brengen dus een weinig divers beeld van de samenleving. En hoe divers is het Vlaamse journalistenkorps dat beslist wat nieuws is en wat niet? De gemiddelde journalist is een blanke man van 44 jaar. Slechts 5% van de Vlaamse journalisten heeft een migratieachtergrond³. Gelukkig zijn er verschillende media die het probleem erkennen en eraan werken, wat hier en daar vruchten afwerpt.

Een andere, niet te onderschatten tendens in dit opzicht is het sterk **gedigitaliseerde nieuwsaanbod en nieuwsgebruik**. Vroeger was een bepaalde papieren krant of een bepaalde nieuwszender voor de Vlaming hét venster op de wereld. Steeds meer nieuwsgebruikers consumeren nu op een sterk versnipperde manier nieuws via allerlei online kanalen⁴. Ook worden sociale media steeds meer gebruikt als een medium om op de hoogte te blijven van de actualiteit. Gebruikers komen steeds meer in aanraking met verdoken reclame, fake en niet-geverifieerd nieuws. Welke gevolgen hebben deze tendensen op de nieuwsinhoud en op het nieuwsgebruik?

We kunnen niet in een glazen bol kijken, maar we kunnen wel vragen aan de jongeren van vandaag hoe zij het huidige nieuws beleven. Als er onderzoek wordt gedaan naar het nieuwsgebruik en de nieuwsbeleving van jongeren, is de stem van de **jongere met een migratieachtergrond en uit een stedelijke context vaak ondervertegenwoordigd**. Net zoals dé media niet bestaan, bestaat dé jongere niet. Jongeren verschillen in geslacht, opleiding, achtergrond, interesses en voorkeuren. Diversiteit is heel divers. Maken jongeren met een migratieachtergrond gebruik van andere media? Hoe kijken zij tegen het Vlaamse nieuws aan? Hoe percipiëren zij de beeldvorming over jongeren en personen met een migratieachtergrond in de media? Welke suggesties geven de jongeren aan de journalistieke sector?

Nieuws en media vervullen een belangrijke maatschappelijke rol, voor onder andere informatievergaring en identiteitsvorming. Nieuwsmedia zijn voor velen het **venster op de wereld**: ze voorzien de burgers van informatie over wat er in de wereld en in hun omgeving gebeurt. Ook spelen de media een rol in de identiteitsvorming van burgers. Nieuws is voor velen een **spiegel**

¹ Lokale inburgeringsmonitor (2015). Lokale inburgeringsmonitor. Geraadpleegd van <http://regionalestatistieken.vlaanderen.be>

² De Smedt, J., Hooghe, M., & Walgrave, S. (2011). Jan met de Pet of Piet met de stropdas. Actoren in het Vlaamse televisienieuws. *Nieuwsmonitor*, 5. Vandenberghe, H., Dhaenens, L. & Van Gorp, B. Hoe divers is de Vlaamse pers? *Nieuwsmonitor*, 15. Beckers, K., Walgrave, S. (2015). Man in de straat: meer dan opvulling in het televisienieuws. *Nieuwsmonitor*, 24.

³ Van De Wal, K. R., Heinderyckx, F., De Vuyst, S., Libert, M., De Maeyer, J., De Dobbelaer, R., Le Cam, F., et al. (2013). *De Belgische journalist in 2013: een zelfportret*. Gent: Academia Press.

⁴ Lievens, J., Siongers, J., & Waege, H. (2015). Participatie in Vlaanderen 2014: highlights en samenvattingen. Geraadpleegd van http://www.steunpuntcultuur.be/images/publicaties2015/PaS14_boek_2_highlights_&_samenvattingen.pdf

van de maatschappij en geeft dus een beeld van de heersende cultuur en samenleving. Uit bestaand onderzoek blijkt dat burgers die de actualiteit via de nieuwsmedia volgen, doorgaans beter **geïnformeerd** zijn, meer sociaal **vertrouwen** hebben en actiever **betrokken** zijn in de maatschappij⁵. Het blijft dus belangrijk dat verschillende groepen in de samenleving zich in het nieuws kunnen herkennen, dat ze er zich niet tegen afzetten en er niet van vervreemden.

-
- 5 Curran, J., Iyengar, S., Brink Lund, A., & Salovaara-Moring, I. (2009). *Media System, Public Knowledge and Democracy: A Comparative Study*. *European Journal of Communication*, 24(1), 5–26. doi:10.1177/0267323108098943
- Schmitt-beck, R., & Wolsing, A. (2010). *European TV Environments and Citizens' Social trust: Evidence from Multilevel Analyses*. *Communications*, 35, 461–483. doi:10.1515/COMM.2010.024
- Esser, F., & de Vreese, C. H. (2007). *Comparing Young Voters' Political Engagement in the United States and Europe*. *American Behavioral Scientist*, 50(9), 1195– 1213. doi:10.1177/0002764207299364

4. Samenvatting

RePresent bestaat uit een intensief en constructief dialoogtraject tussen 208 jongeren en 12 professionele mediamakers. Het project *rePresent* geeft een stem aan stedelijke jongeren met een migratieachtergrond, een groep wiens mening niet vaak gevraagd wordt, en brengt hen in direct contact met mediamakers. Het doel van deze dialoog is om:

- Samen te achterhalen wat deze jongeren denken over hoe zichzelf en hun omgeving voorgesteld worden in de media.
- Samen te achterhalen hoe mediamakers tot deze beeldvorming komen.
- Samen handvatten te formuleren voor een zo goed mogelijke representatie en een zo correct mogelijke berichtgeving.
- Input te geven voor een vorming en adviezen voor andere en toekomstige mediamakers.

RePresent vertrekt vanuit enkele vragen en problematieken zoals: Bestaat er een kloof tussen journalisten en jongeren? Veranderen de multiculturele samenleving en het digitaliserende medialandschap de manier waarop jongeren nieuws beleven? Wat denken jongeren over de nieuwsberichtgeving in Vlaanderen? Hoe komen journalisten tot de beeldvorming in het nieuws?

HOE GAAN JONGEREN MET EEN MIGRATIEACHTERGROND OM MET NIEUWSMEDIA EN BEELDVORMING?

- Jongeren geven de voorkeur aan **online en sociale media** om op de hoogte te zijn van nieuws. Televisienieuws blijft als nieuwsbron nog overeind, maar andere traditionele formats zoals radionieuws en de papieren krant worden door hen nauwelijks geraadpleegd.
- Ze geven voor hun nieuwsgaring **de voorkeur aan online en sociale media**, want deze:
 - zijn handig en gemakkelijk in gebruik
 - brengen korter en bondiger nieuws
 - gebruiken verstaanbare taal
 - zijn gemakkelijk te delen
 - brengen het nieuws snel
 - tonen ook beeldmateriaal (foto, video)
- De helft van de jongeren vindt het eerder belangrijk tot heel belangrijk om **op de hoogte te zijn** van de actualiteit.
- Jongeren met een migratieachtergrond raadplegen niet enkel **binnenlandse** media (zoals HLN.be, VTM, VRT of de Gazet van Antwerpen) maar steunen voor hun nieuws vaak ook op **buitenlandse of internationale media** zoals nieuws uit het land van herkomst, Al Jazeera enzovoort.
- Veel jongeren hebben **weinig interesse** in het nieuws en vinden het saai.
- Jongeren verklaren hun geringe interesse in nieuws onder andere aan de **complexiteit** van het nieuws, zowel qua taalgebruik als qua thema's. Jongeren vinden dat ze achtergrondkennis missen om het nieuws goed te kunnen volgen.
- Het **geloof** van jongeren in nieuwsmedia hangt sterk af van het nieuwsmedium en het nieuwsformat.

- Jongeren geloven dat de (nieuws)media een **sterke impact** hebben op zichzelf en op het brede publiek.
- De media hebben volgens de jongeren een grote **verantwoordelijkheid** in de maatschappij.
- Jongeren zijn gewend aan **gratis** nieuws. Dat is voor hen een vanzelfsprekendheid.
- Jongeren hebben een sterke interesse in **maatschappelijke thema's** die dichtbij hun leefwereld staan, zoals integratie, onderwijs en gezondheid.
- **Thema's die niet te complex zijn** zoals criminaliteit, verkeersongevallen en rampen, krijgen ook veel aandacht.
- Sommige **thema's en gebeurtenissen**, zoals politiek, oorlog of aanslagen, **domineren het nieuws** volgens hen te sterk.
- Algemeen vinden jongeren dat er bij nieuwsfeiten te **weinig context** of achtergrondinformatie gegeven wordt.
- Jongeren zijn heel **gevoelig voor fouten** in het nieuws. De accurateheid van het nieuws hangt volgens hen ook sterk af van het nieuwsmedium.
- Jongeren geven aan dat journalisten **subjectief** zouden zijn, in hun selectie van details, focus en interpretatie.
- Jongeren zijn gevoelig voor **ongebalanceerde berichtgeving**, voor nieuws dat slechts vanuit één invalshoek verteld wordt.
- Jongeren en personen met een migratieachtergrond krijgen volgens hen **nauwelijks een stem** in de nieuwsberichtgeving. Als ze aan bod komen, is dat **vaak in een negatieve context** (thema's en beeldvorming).
- Jongeren vinden dat Vlaamse nieuwsmedia soms onterecht **veralgemenen** naar een ganse gemeenschap.
- Volgens jongeren zouden journalisten sommige **stereotype denkbeelden** over de islam creëren of in stand houden.
- Jongeren ervaren **negatieve gevoelens** door een ongenueanceerde beeldvorming. Ze voelen zich gevisieerd, ze zijn boos en zijn het beu. Die ongenueanceerde beeldvorming is volgens hen te wijten aan een **gebrek aan kennis** over en weinig contact met andere culturen en religies. Dit is zowel het geval bij de media als het brede publiek.
- Volgens jongeren zijn journalisten van **Vlaamse nieuwsredacties** grotendeels 'blank' en van Belgische oorsprong, die door een westerse bril naar de wereld kijken en nieuws maken.
- Jongeren vinden dat er **weinig balans** is tussen goed/positief en slecht/negatief nieuws in de berichtgeving.
- Sommige jongeren stellen vast dat **positief nieuws** eerder als fait divers wordt beschouwd: nieuws dat maar een kleine impact op de maatschappij heeft of toch op die manier in beeld wordt gebracht.
- Ook al vinden jongeren dat de nieuwsmedia voornamelijk berichten over slecht nieuws, toch geven ze ook toe dat ze zelf eerder **aangetrokken zijn door slecht of negatief nieuws**.
- Waar de jongeren eerder een probleem ondervinden, is dat het nieuws vaak **negatief geframed**

wordt. Ze hebben nood aan oplossingen en hoopvolle signalen bij slecht of negatief nieuws.

- Het merendeel van de jongeren is van mening dat nieuwsberichten vaak **te lang** zijn.
- **Beeldmateriaal** zoals foto's of filmpjes trekt hun aandacht.
- Naast de lengte van een nieuwsbericht en de aanwezigheid van beeld zijn **titels** een manier om de aandacht van jongeren te trekken.

WELKE SUGGESTIES GEVEN DE JONGEREN AAN NIEUWSREDACTIES?

- Vele jongeren hebben nood aan **nieuws op maat** van jongeren: zowel qua taalgebruik, als qua format en thema's.
- Nieuwsmedia zouden meer aandacht mogen schenken aan thema's die **dichtbij de leefwereld van jongeren** staan.
- Sommige jongeren hebben nood aan een **ruimer verhaal** rond een nieuwsfeit.
- Jongeren willen meer **balans** in denkkaders en meningen, met woord en wederwoord binnen één nieuwsbericht.
- Jongeren willen binnen één nieuwsbericht meer **balans** in goed/positief en slecht/negatief nieuws.
- Journalisten mogen volgens de respondenten **niet te snel conclusies trekken**, veralgemenen naar een ganse gemeenschap of verbanden leggen die nog niet bevestigd zijn.
- Het is belangrijk volgens jongeren dat personen met een migratieachtergrond niet enkel om hun mening wordt gevraagd als het gaat over hun land van herkomst of hun religie. Ze moeten ook aan bod komen als het over **alledaagse onderwerpen** gaat.
- Journalisten moeten volgens jongeren voorzichtig omspringen met het vermelden of tonen van **persoonsgegevens**.
- Journalisten mogen volgens jongeren meer moeite doen en meer tijd voorzien om **contacten** te leggen met moeilijk te bereiken groepen.
- Het **journalistenkorps** zou jongere en diverse journalisten kunnen aantrekken en aannemen, zodat er op redacties meer diversiteit is in leeftijd en achtergrond.
- Sommige jongeren suggereren om meer **kortere nieuwsberichten** aan te bieden in plaats van een aantal lange artikels.
- Meer **beeldmateriaal** (vooral bij krantenartikels) zou het nieuws aantrekkelijker maken.

Aanbevelingen voor nieuwsredacties:

1. Normaliseer diversiteit.
2. Bouw je netwerk uit.
3. Spreek met jongeren in plaats van over jongeren.
4. Integreer nuance en balans in ieder nieuwssitem.
5. Voorzie gratis duidingsitems online.
6. Hou het kort, visueel en verstaanbaar.
7. Stop met benoemen: vermeld origine enkel wanneer het relevant is.
8. Bied oplossingen aan.

5. Methodologie

5.1 STEEKPROEF

De focus van het project *rePresent* zijn jongeren uit een stedelijke context en met een migratieachtergrond. In totaal werden er **208 jongeren** bevraagd via de school of jeugdwerking. In totaal namen **tien scholen** en **tien jeugdwerkorganisaties** deel aan het project. Een groep met jongeren uit een jeugdwerkorganisatie telde gemiddeld 6 jongeren. Een groep jongeren in schoolverband telde gemiddeld 9 jongeren.

We richtten onze focus op de stad **Antwerpen** als stedelijke context. Via een clustersteekproef selecteerden we de klasgroepen, verspreid over de verschillende districten. Klasgroepen uit volgende districten van Antwerpen werden geselecteerd: Antwerpen, Berchem, Borgerhout, Deurne, Hoboken en Merksem. Enkel de districten Ekeren, Wilrijk en Berendrecht-Zandvliet-Lillo werden niet opgenomen omdat deze districten minder divers zijn wat de migratieachtergrond van de inwoners betreft⁶. Ook voor de jeugdwerkingsgroepen zorgden we voor een geografische spreiding over de stad Antwerpen.

Waarom focussen we op Antwerpen, en ook niet op bijvoorbeeld Brussel, Gent of een andere Vlaamse stad? We trachten in dit project vat te krijgen op de meningen en ervaringen van jongeren uit een stedelijke context. Maar de ene stad is de andere niet. Zelfs binnen een stad, op het niveau van de wijken, zijn er sterke verschillen. We verkozen daarom uitspraken te doen over een afgebakende geografische context, eerder dan (te) breed te gaan en de focus te verliezen. Aangezien StampMedia in Antwerpen gevestigd is, hebben we daar reeds een sterk netwerk opgebouwd, zowel bij scholen als bij jeugdwerkorganisaties.

Tabel 1: Overzicht van de scholen, jeugdwerkorganisaties en mediamakers die hebben deelgenomen aan *rePresent*

DATUM	NAAM ORGANISATIE	MEDIAMAKER	GROEP
27/7/2016	Sant'Egidio	Anneleen Ophoff	Jeugdwerking
4/8/2016	AMC	Wim Wilri	Jeugdwerking
23/8/2016	PAJ	Marijn Sillis	Jeugdwerking
7/9 - 5/10/2016	J100	Wim Wilri	Jeugdwerking
15 - 22/9/2016	Koninklijk Atheneum Malle*	Elke Jacobs	School
15 - 22/9/2016	Stedelijk Lyceum Expo	Marijn Sillis	School
19 - 26/9/2016	Koninklijk Atheneum Hoboken	Jeroen De Preter	School
19 - 26/9/2016	Lucernacollege Antwerpen	Anneleen Ophoff	School
23 - 30/9/2016	Regina Mundi Genk*	Sandra Maes	School
23/9/2016	Koninklijk Atheneum Antwerpen	Elke Jacobs	School
29/9 - 5/10/2016	Koninklijk Atheneum Deurne	Anneleen Ophoff	School
29/9 - 4/10/2016	Scheppersinstituut Deurne	Johan Faes	School
7 - 14/10/2016	Spectrumschool Campus Deurne	Johan Faes	School
12/10/2016	Den Eglantier	Kris Custers	Jeugdwerking
13/10/2016	Arktos	Sander Denayer	Jeugdwerking
19 - 24/10/2016	Sint-Agnesinstituut Hoboken	Mira Hoeven	School
3/12/2016	Kilalo	Michael Dilissen	Jeugdwerking
13/12/2016	LEJO	Kurt Wattez	Jeugdwerking
14/12/2016	Chill'Ambas*	Sandra Maes	Jeugdwerking
20/12/2016	Versiet Media	Wouter De Boer	Jeugdwerking

⁶ Stadsmonitor Antwerpen (2017). Diversiteit [Dataset]. Geraadpleegd van <https://stadincijfers.antwerpen.be/databank/>

Dit project richt de focus op jongeren uit Antwerpen, maar ook enkele jongeren uit enerzijds een niet-stedelijke context (school uit Malle) en anderzijds enkele jongeren uit een andere stedelijke context dan Antwerpen (school en jeugdwerking uit Genk) hebben aan het project deelgenomen. Dit geeft ons de mogelijkheid om (kwalitatief) na te gaan of er verschillen zijn in de beleving van nieuws tussen de jongerengroepen.

In totaal bereikten we 208 jongeren met het project *rePresent*, waarbij we 202 geldig ingevulde surveys ontvingen. Een aantal van de jongeren vulden enkel de survey in ($n = 49$). De overige jongeren doorliepen het volledige traject (survey, focusgroepgesprek en dialooggesprek met journalist). Verder in dit rapport geven we enkel de cijfers weer over de jongeren uit de stad Antwerpen die het volledige traject doorliepen ($n = 126$ respondenten). Het nieuwsgebruik en de nieuwsbeleving van de jongeren uit Malle en Genk ($n = 27$) brengen we dus niet mee in rekening (in Tabel 1 aangeduid met een *).

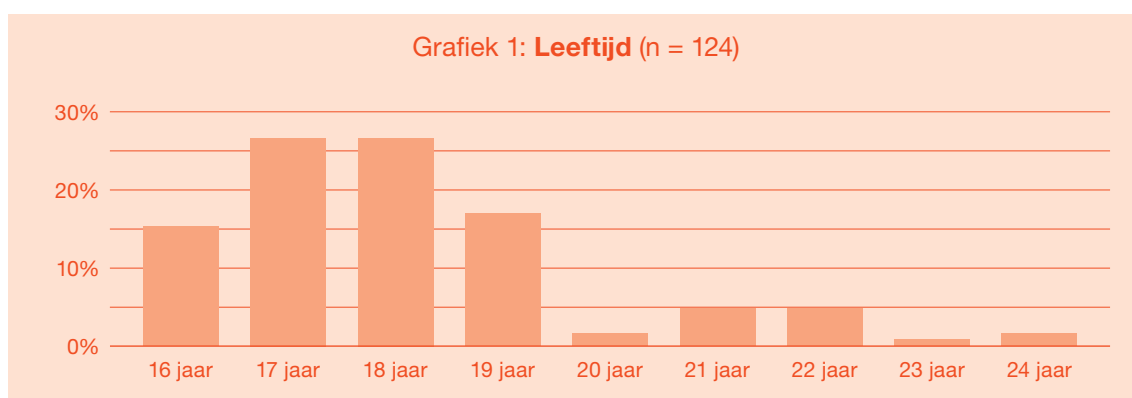
De gesprekken vonden plaats in de maanden **juli tot en met december 2016**.

Het traject bestond uit drie fases. Ter voorbereiding op het dialooggesprek werd een voorbereidend focusgroepgesprek met de jongeren gehouden. De resultaten van deze focusgroepgesprekken werden geanalyseerd en teruggekoppeld naar de mediamakers. Vervolgens werd aan de hand van de resultaten een vragenlijst opgesteld voor het dialooggesprek tussen de jongeren en de mediamakers. Bij ongeveer de helft van de groepen werden de gesprekken om praktische redenen gebundeld op één gespreksmoment.

De gesprekken liepen over een periode van zes maanden. De bevindingen uit dit project zijn dus een momentopname. Ongetwijfeld zal het nieuwsgebruik van jongeren in de komende jaren nog verder evolueren. De bevindingen over de nieuwsbeleving en -interesse zullen waarschijnlijk minder snel gedateerd zijn.

We streefden naar een evenredige vertegenwoordiging van **vrouwen en mannen** in de steekproef. Er werden 61 vrouwen (48%) en 65 mannen (52%) bevroegd.

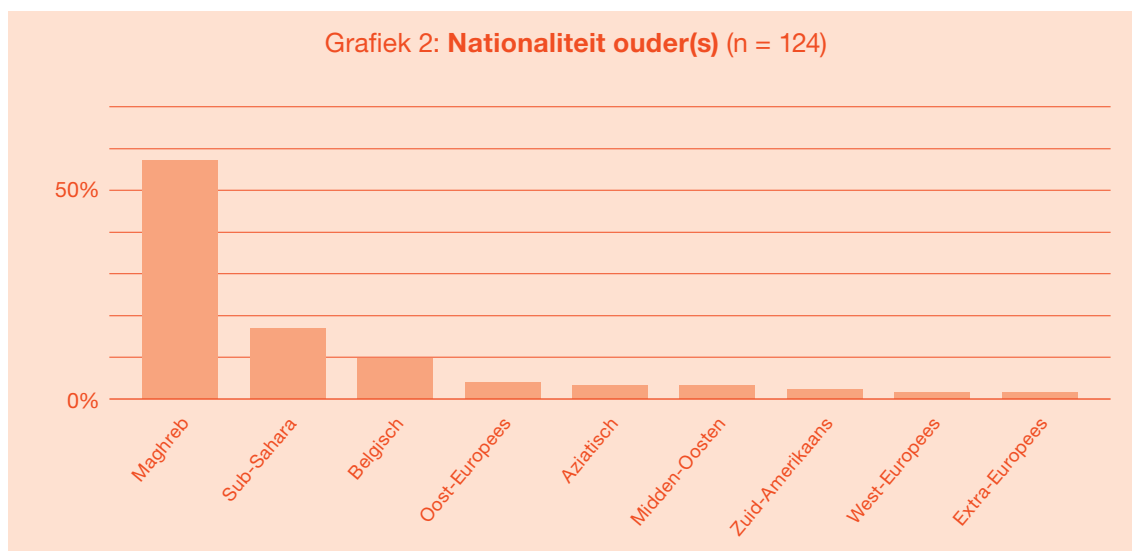
De leeftijd van de respondenten hadden we aan het begin van het project vastgelegd op **16 tot 19 jaar**. **Grafiek 1** geeft weer dat deze leeftijdsgroep het ruimst aan bod komt in de steekproef. Ook kwamen enkele jongeren ouder dan 19 jaar in de steekproef aan bod. Dit komt door het feit dat er in een klas verschillende leeftijden aan bod komen (niet elke jongere 'zit op zijn jaar') en dat jeugdwerkingen geen strikte beperkingen opleggen op vlak van leeftijd⁷.



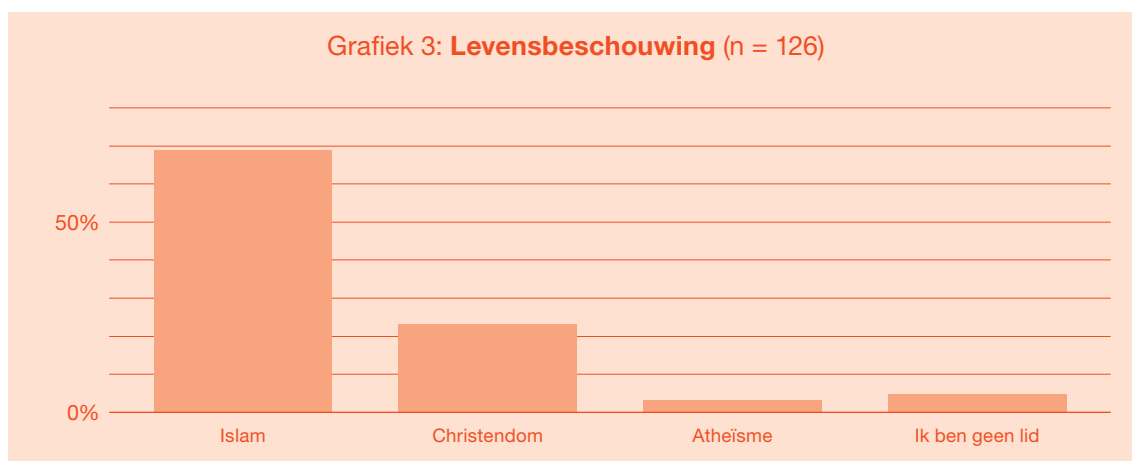
⁷ In de rapportering van de resultaten houden we rekening met alle respondenten, ongeacht de leeftijd ($n = 126$). Enkel als we de resultaten vergelijken met andere datasets (zie later), beperken we ons wel tot de leeftijdsgroep 16-19 jaar ($n = 106$) opdat er geen vertekening optreedt in de resultaten.

De n -waarde bedraagt 124 en niet 126 respondenten, want 2 respondenten hebben hun leeftijd in de survey niet aangegeven.

In de samenstelling van de gespreksgroepen werd rekening gehouden met **migratieachtergrond**. Als één of beide ouders van een jongere uit de steekproef een migratieachtergrond heeft, bijvoorbeeld uit Oost-Europa, behoort die jongere tot de groep 'Oost-Europees' in **Grafiek 2**. Uit de grafiek blijkt dat 57% van de respondenten minstens één ouder heeft die geboren is in de Maghreb regio (Turkije, Marokko, ...). Van de respondenten is 17% van Sub-Sahara herkomst. Een percentage van 10% heeft ouders die in België geboren zijn. Andere achtergronden komen minder dan 5% aan bod⁸.



De levensbeschouwing van alle respondenten is onder te verdelen in vier categorieën (zie **Grafiek 3**). Een grote groep jongeren (69%) is moslim en 23% is christelijk. Een klein aandeel (3%) noemt zichzelf atheïstisch en 5% zegt geen lid te zijn van een kerk, religie of levensbeschouwing.



⁸ De n-waarde bedraagt 124 en niet 126 respondenten, want 2 respondenten hebben de nationaliteit van de ouders in de survey niet aangegeven.

Grafiek 4 geeft de verdeling weer van de spreektaal die de respondenten met hun ouders spreken. Meer dan de helft van de jongeren uit de steekproef spreken thuis altijd of meestal een andere taal dan het Nederlands. Daarentegen spreekt 23% altijd of meestal Nederlands. De overige groep (23%) spreekt soms Nederlands en soms een andere taal⁹.



We hebben gestreefd naar een **zo representatief mogelijke steekproef** (naar geografie, geslacht en leeftijd) maar willen voorzichtig zijn in onze uitspraken over dé jongere met een migratieachtergrond. De bevindingen geven inzichten in de nieuwsbeleving van een moeilijk te bereiken en weinig bestudeerde doelgroep en kunnen complementair zijn aan ander onderzoek zoals de [Participatiesurvey](#), de [SVR-studie](#), de [Digimeter](#) en [Apestaartjaren](#).

⁹ De n-waarde bedraagt 124 en niet 126 respondenten, want 2 respondenten hebben de spreektaal niet aangegeven in de survey.

5.2 VERLOOP EN METHODOLOGIE

Het dialoogtraject kende een vast verloop, dat alle bevroagde groepen hebben doorlopen.

1. **Kwantitatieve survey:** Ten eerste vulden 208 jongeren individueel een survey in. Het invullen ervan duurde 10 à 15 minuten.
2. **Kwalitatief focusgroepgesprek:** Ten tweede voerden we met 153 jongeren (zonder mediamaker) een focusgroepgesprek gedurende circa 75 minuten.
3. **Dialooggesprek:** Ten derde volgde een gesprek met een mediamaker dat circa 60 minuten duurde. Omwille van praktische redenen viel het dialooggesprek voor sommige groepen op dezelfde datum als de survey en het focusgroepgesprek.

Het onderzoeksgedeelte van het project *rePresent* berust dus op een mixed model: een kwalitatief focusgroepgesprek wordt aangevuld met een kwantitatieve bevraging.

5.2.1 Kwantitatieve survey

In de (korte) survey peilen we naar het **media- en nieuwsgebruik** van de respondenten. Hoe vaak en via welke media blijven ze op de hoogte van de actualiteit? Hoe belangrijk is het voor hen om op de hoogte te zijn van nieuws? Welke thema's interesseren hen? (Zie Bijlage 1 voor de volledige survey).

De survey wordt net voor de focusgesprekken uitgedeeld aan de respondenten. De survey heeft een drieledig doel. Ten eerste maakt de vragenlijst het mogelijk om **socio-demografische gegevens** (leeftijd, geslacht, opleiding, achtergrond, etc.) en **kwantitatieve data** te verzamelen die via een focusgroepgesprek moeilijk te kwantificeren zijn. Daarnaast kunnen we via een vergelijking met twee andere surveys (waarover hieronder meer) achterhalen in hoeverre het media- en nieuwsgebruik van onze **respondenten verschilt met die van de gemiddelde jongere in Vlaanderen**. Ten slotte werd de inhoud van de vragen gebruikt als **beginpunt voor het focusgroepgesprek** dat erop volgt.

De kwantitatieve data worden vergeleken met de data van [Apestaartjaren](#) (3.300 jongeren uit Vlaanderen) en de [Participatiesurvey](#) (3.138 respondenten tussen 15-86 jaar uit Vlaanderen). De meeste vragen uit de survey zijn gebaseerd op beide surveys waardoor we een goede vergelijking kunnen maken. Hierdoor kunnen we uitspraken doen over het mediagebruik van Antwerpse stedelijke jongeren en in hoeverre dat verschilt met het mediagebruik van jongeren uit andere (kleinere) steden en gemeenten.

De data worden in het statistisch programma SPSS verwerkt en geanalyseerd.

5.2.2 Kwalitatief focusgroepgesprek

Het focusgroepgesprek peilt naar de **motivaties, evaluaties en beeldvorming** over jongeren in de nieuwsberichtgeving in Vlaanderen. Wat is de motivatie van jongeren om bepaalde berichtgeving te volgen? Hoe evalueren jongeren de inhoud en de vorm van het nieuws in diverse media? In hoeverre herkennen de respondenten zich in de media en vinden ze dat ze aan bod komen? Hoe vinden ze de beeldvorming in de media over jongeren en van personen met een migratieachtergrond? (Zie Bijlage 2 voor de gespreksgids met open vragen).

Deze kwalitatieve gespreksmethode heeft voor- en nadelen. De methode maakt het mogelijk om meningen en ervaringen over **gevoelige of moeilijke onderwerpen** zoals beeldvorming en stereotypering toch ter sprake te brengen. Deze methode impliceert echter **subjectiviteit** van de antwoorden: het zijn persoonlijke ervaringen, indrukken en meningen en geen objectieve observaties.

De vragen uit de gespreksgids dienen als een leidraad voor de interviewer die de vragen kan aanpassen aan de context van elk gesprek. Onderzoeker [Julie De Smedt](#) en projectcoördinator [Els Beyens](#) zijn telkens aanwezig op de gesprekken. Julie De Smedt leidt de focusgroepgesprekken en stelt de vragen. In enkele gevallen leidt Els Beyens de focusgroepgesprekken, als Julie De Smedt verhinderd is. De gesprekken worden opgenomen en achteraf volledig getranscribeerd en gecodeerd. Hiervoor wordt gewerkt met het programma **QSR Nvivo**, software voor kwalitatieve analyse van tekstuele informatie.

5.2.3 Dialooggesprek

De focusgroepgesprekken, zoals besproken in 5.2.2, worden enkel met de jongeren gevoerd, zonder mediamaker. Op die manier kunnen we deze bevindingen als ‘zuiver’ beschouwen, omdat de aanwezigheid en autoriteit van een journalist geen invloed heeft op het resultaat van de gesprekken. Na het voorbereidend focusgroepgesprek vindt telkens een dialooggesprek plaats, waar een journalist zich bij de groep voegt. **Het dialooggesprek is een kwalitatief gesprek tussen een mediamaker en een groep jongeren.**

Om te komen tot wederzijds begrip en gedeelde inzichten, gaan we concreet aan de slag. Via verschillende oefeningen krijgen de jongeren eerst inzichten in **nieuwscriteria** die mediamakers hanteren. Ze maken kennis met de **doelgroepen** waarvoor media nieuws maken en worden bewust gemaakt van het feit dat nieuws gemaakt wordt vanuit een bepaalde **invalshoek**. De mediamaker treedt hierbij op als **ervaringsdeskundige**. Nadien is er ruimte om elkaar open vragen te stellen.

Een dialooggesprek (deelnemers: jongeren + mediamakers) duurt ongeveer één uur, en vindt plaats na het focusgroepgesprek (deelnemers: jongeren). Een dialooggesprek verloopt ongeveer als volgt:

1. Welkom + kennismaking

De jongeren en de mediamaker stellen zich kort aan elkaar voor. Het verloop en doel van het gesprek worden uitgelegd. Hierbij kan de mediamaker kort zijn/haar dagelijkse praktijk als journalist toelichten. Waar werkt hij/zij? Wat is de specialiteit van de journalist? Hoe verloopt een gemiddelde dag? Als de mediamaker hierbij materiaal heeft om te illustreren, kan dat getoond worden (bijvoorbeeld artikels, videoreportages,...).

2. Sorteeroefeningen

De jongeren en mediamaker krijgen een lijst met 15 nieuwsfeiten. (Zie Bijlage 3 voor de lijst). In een eerste oefening rangschikken ze de feiten volgens hun eigen interesses. Welke topics vinden ze belangrijk of interessant, en welke niet? In een tweede oefening rangschikken ze dezelfde feiten, maar dan volgens de interesse van een specifieke doelgroep, namelijk die van het medium waarvoor de mediamaker werkt. Welke nieuwsfeiten zou de specifieke doelgroep belangrijk of interessant vinden? Op deze manier krijgen jongeren inzicht in doelgroepen en in de werking van nieuwscriteria. Ook de mediamaker licht zijn of haar keuze als journalist toe: Wat is nieuws en wat is geen nieuws? Waarom zijn bepaalde nieuwsfeiten interessant voor de doelgroep van een bepaald medium?

3. Reflectie + afronding

De jongeren krijgen de kans om te reflecteren over de gemaakte oefeningen en om vragen te stellen die vanuit het eerdere focusgesprek zijn blijven hangen. De mediamaker wordt voor het dialooggesprek telkens gebriefd over de belangrijkste thema's en gevoeligheden uit het focusgroepgesprek. De dialoog tussen de jongeren en de mediamaker primeert doorheen het gesprek. Het vormt zowel een kans voor jongeren om meer te weten te komen over de werking van nieuws, als een kans voor de journalist om de leefwereld van jongeren te ontdekken. We moedigen dus zowel de jongeren als de journalist aan om elkaar vragen te stellen. Voorbeelden van vragen die aan bod kwamen: Hoe komen journalisten tot de be-

richtgeving? Hoe selecteren journalisten nieuwsfeiten? Waarom komen bepaalde groepen uit de bevolking minder of negatiever aan bod in de berichtgeving? Welke onderwerpen vinden jongeren interessant? Mocht je zelf journalist zijn, hoe zou jij meer jongeren aan bod laten komen?

De gebruikte gespreksmethodiek heeft **voor- en nadelen**. De concrete oefeningen zorgen voor een **leidraad** van het gesprek. Bovendien willen we met de oefeningen **samenwerking en dialoog** stimuleren en beschuldigingen langs beide kanten vermijden. Toch moeten we ook rekening houden met het feit dat de mediamaker tijdens de dialooggesprekken als een soort **autoriteitsfiguur** wordt aanzien, door zijn of haar rol als **ervaringsdeskundige**. Doorheen de gesprekken hebben we in de gaten gehouden dat de jongeren voldoende aan het woord kwamen.

Verschillende **mediamakers** namen deel aan de dialooggesprekken. Sommigen onder hen woonden één gesprek bij, anderen voerden meerdere gesprekken. We hielden rekening met een verdeling over de verschillende mediatypes heen. Zo waren zowel de openbare als de commerciële omroep vertegenwoordigd, zowel traditionele als online media, nationaal en regionaal, en dit voor zowel print, radio, online als televisie. **Tabel 2** geeft een overzicht van de betrokken mediamakers en de media waarvoor zij werken:

Tabel 2: Overzicht van de mediamakers die hebben deelgenomen aan rePresent

Mediamaker	Medium
Anneleen Ophoff	VRT
Wim Wilri	ATV
Elke Jacobs	VRT
Marijn Sillis	Freelance
Jeroen De Preter	Knack
Sandra Maes	Freelance
Johan Faes	De Standaard
Mira Hoeven	Newsmonkey
Sander Denayer	Het Laatste Nieuws
Michael Dilissen	VRT
Wouter De Boer	VTM
Kurt Wattez	VTM

6. Resultaten

De resultaten worden beschreven in drie onderdelen. Een eerste onderdeel bekijkt het **nieuwsgebruik** van de bevroagde jongeren. Welke media en dragers gebruiken jongeren om nieuws tot zich te krijgen? In hoeverre geloven ze wat er in het nieuws aan bod komt? Vinden zij dat het nieuws veel impact heeft op henzelf en op anderen? Een tweede onderdeel gaat over de **nieuwsinhoud**. Welke thema's vinden jongeren interessant? Herkennen de jongeren zich in het nieuws? Wat vinden ze van de beeldvorming van jongeren en van personen met een migratieachtergrond? Hoe vinden ze de balans tussen positief en negatief nieuws, of tussen objectiviteit en subjectiviteit? Een laatste onderdeel behandelt meningen en ervaringen over de **nieuwsvorm**. Wat vinden jongeren van de lay-out van nieuwsberichten? Wat trekt hun aandacht precies?

De bevindingen uit het **kwantitatieve luik (surveys)**, het **kwalitatieve luik (focusgroepgesprekken)**, en de **dialooggesprekken** rapporteren we niet afzonderlijk, maar doorheen de drie onderdelen. We clusteren de bevindingen naar thematiek, en niet naar de methode. De ene keer geven de resultaten dus kwantitatieve cijfers weer in de vorm van grafieken, de andere keer nemen de resultaten de vorm van citaten aan (meningen, ervaringen, verklaringen).

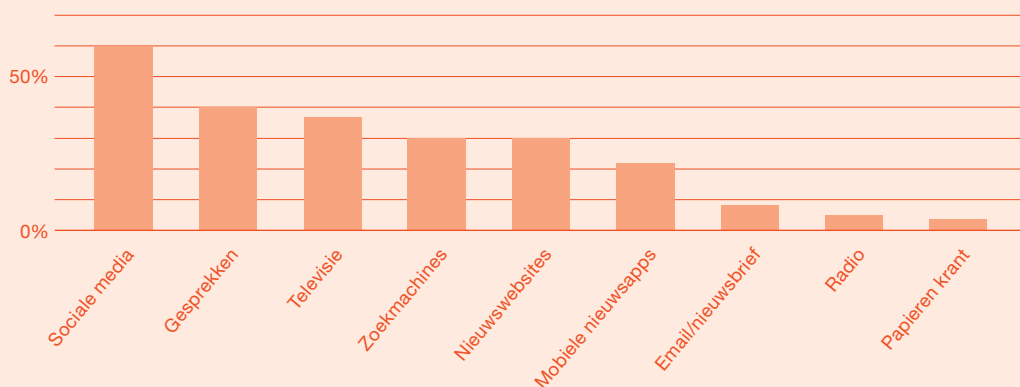
6.1 NIEUWSGEBRUIK

6.1.1 Gebruik van nieuwsdrager

BEVINDINGEN UIT DE SURVEY

Via welke kanalen blijven jongeren op de hoogte van informatie en nieuws? **Grafiek 5** geeft een overzicht van de mediatypes die jongeren minstens één keer per dag raadplegen. Helemaal bovenaan in de lijst van de meest geraadpleegde nieuwsdragers staan **sociale media**. Maar liefst 60% van de jongeren wordt dagelijks op de hoogte gehouden van de actualiteit via sociale media zoals Facebook en Snapchat. In het kwalitatieve deel (zie de quotes hieronder) geven de jongeren zelf meer context en duiding hierover.

Grafiek 5: Hoe vaak blijf je via onderstaande kanalen op de hoogte van informatie en nieuws? (minstens één keer per dag; n = 126)



lets minder dan de helft van de jongeren wordt op de hoogte gehouden van informatie en nieuws via **gesprekken** met familie, vrienden en op school (40%). Als er iets gebeurt dat relevant of interessant is, wordt erover gepraat en gediscussieerd. **Televisie** als nieuwsbron, dat in ander onderzoek meestal prominent op nummer 1 staat, staat bij de Antwerpse jongeren op de derde plaats met 37%. Een op drie kijkt dagelijks naar televisie om op de hoogte te zijn van de actualiteit. Andere traditionele media zoals de **radio** en de **papieren krant** worden door de jongeren uit een stedelijke context nauwelijks nog geraadpleegd. Een aandeel van 5% luistert minstens één keer per dag naar het radionieuws. Slechts 4% van de jongeren raadpleegt dagelijks een papieren krant. Online nieuws lijkt dus voor jongeren de traditionele media vrijwel volledig te vervangen.

In de kwantitatieve survey hebben we vier vragen gesteld die de **politieke kennis** van de respondenten nagaan. Via deze vragen kunnen we nagaan of er een verschil is in gebruik van nieuwsmedia naargelang de politieke kennis van jongeren. Uit de resultaten (niet in grafiek) valt op dat jongeren die meer politieke kennis hebben, een 'voller' mediarepertoire hebben, dus meer verschillende nieuwsmedia raadplegen. Ze bekijken meer nieuwswebsites (54% ten opzichte van 21% van de jongeren die minder politieke kennis hebben), kijken meer naar televisienieuws (60% ten opzichte van 28%), raadplegen vaker sociale media voor hun nieuwsgaring (80% ten opzichte van 52%) en voeren meer gesprekken over de actualiteit (49% ten opzichte van 36%).

Welke mediazenders en -merken raadplegen de jongeren? Bij de **televisiezenders** is het nieuws van VTM veruit het populairste. Als jongeren nieuws via televisie volgen, is dat vooral via VTM. Daarna volgt het nieuws van Eén (VRT). Ook buitenlandse televisiezenders worden bekeken, vaak in familieverband. De lokale Antwerpse zender ATV raadplegen ze ook geregeld als nieuwsbron.

Ongeveer één jongere op drie (30%) raadpleegt dagelijks het nieuws via **websites van nieuwsmedia**. HLN.be is veruit de meest geraadpleegde website voor de jongeren. Daarna volgen de websites van (in afnemende volgorde) de Gazet van Antwerpen, De Standaard, De Morgen, deredactie.be (VRT), Het Nieuwsblad, VTM, buitenlandse nieuwsmedia en De Tijd. Bij **nieuwsapps** (via de smartphone) wordt HLN.be ook aangehaald als de meest geraadpleegde bron.

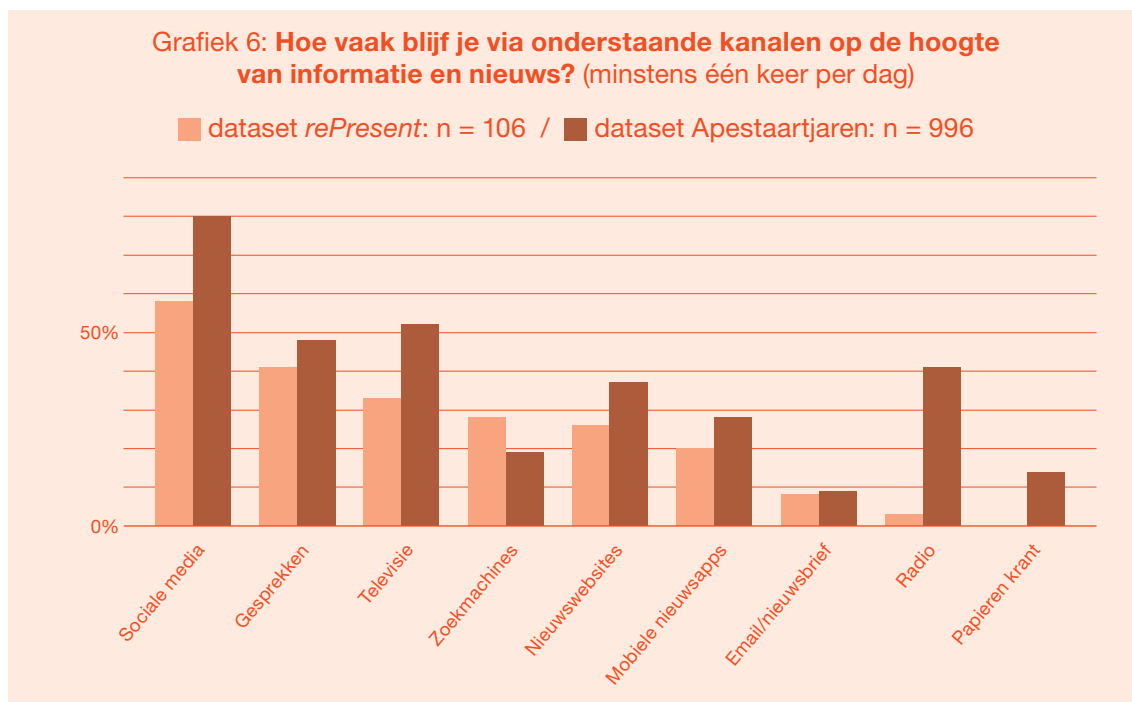
Het **radionieuws** van MNM is het meest populair bij de jongeren, gevolgd door (in afnemende volgorde) het nieuws van Studio Brussel, Q-Music en Radio Stad. Als jongeren een **papieren krant** ter hand nemen, is dat het vaakst Gazet van Antwerpen en Het Laatste Nieuws. Daarna volgen De Standaard, Metro, Het Nieuwsblad, De Morgen en De Zondag.

Als we deze resultaten **vergelijken** met de data van [Apestaartjaren](#) (andere dataset), zien we een redelijk groot verschil (zie [Grafiek 6](#)).

De **gemiddelde jongere uit Vlaanderen** (regionale context) tussen 16 en 19 jaar gebruikt meer verschillende nieuwsmedia dan de jongeren met een migratieachtergrond uit de stad Antwerpen (stedelijke context). In het gebruik van traditionele media zijn de verschillen het grootst. 14% van de jongeren in Vlaanderen tussen 16 en 19 jaar raadpleegt dagelijks de papieren krant. Daartegenover is er geen enkele jongere tussen 16 en 19 jaar uit onze steekproef die dagelijks een papieren krant leest¹⁰. Nieuws via de radio wordt door de gemiddelde jongere uit Vlaanderen nog dagelijks (41%) beluisterd, ten opzichte van 3% door de stedelijke, Antwerpse jongeren. Ook televisienieuws wordt door de Antwerpse jongere minder bekeken: dagelijks 33% ten opzichte van 52% door de gemiddelde jongere uit Vlaanderen. We stellen minder grote verschillen vast bij de online media zoals nieuwswebsites en nieuwsapps. Ook voeren beide groepen ongeveer even vaak gesprekken over de actualiteit. We kunnen geen sluitende uitspraken doen over wel-

¹⁰ De percentages uit deze alinea (vergelijking met de data van Apestaartjaren) verschillen lichtjes met Grafiek 5. Grafiek 5 houdt rekening met alle jongeren uit onze steekproef (tussen 16 en 24 jaar). De vergelijking met Apestaartjaren houdt enkel rekening met de 16- tot 19-jarigen uit onze steekproef om een zuivere vergelijking te kunnen maken.

ke factoren deze verschillen kunnen verklaren. Wel kunnen we voorzichtig stellen dat de context waarin de jongeren wonen (dorpscontext tegenover stedelijke context) en de achtergrond van de jongeren ('oude' Vlaming tegenover 'nieuwe' Vlaming) waarschijnlijk een rol spelen.



BEVINDINGEN UIT DE FOCUSGROEPGESPREKKEN

Over het algemeen geven jongeren de **voorkeur aan digitale nieuwsdragers en online nieuwsvormen**. Dan denken we aan sociale media, nieuwswebsites en nieuwsapps die jongeren via hun smartphone, tablet of computer kunnen raadplegen. Jongeren vinden het **handig, snel en gemakkelijk** om nieuws op die manier tot zich te krijgen. Ook geven jongeren aan dat er via die nieuwsdragers en -vormen voldoende **beeldmateriaal** (foto en video) is.

Als je zo in de metro zit en je wilt een krant lezen, ik ben nogal ruw, dat scheurt altijd. Ik heb liever mijn gsm. Hup: scrol, scrol...

Ik heb een paar keer een krant gekocht en dat is moeilijk om aan te beginnen. Bij een app krijg je snel informatie, dan moet je niet te lang wachten, je weet in grote lijnen wat er gebeurt.

Dat is meer uitgebreid op krant, op televisie, en op gsm is dat korter en bondig. Dat is gemakkelijker voor ons.

Op een app vind ik het altijd oké, dat is heel weinig [tekst]. Je kan ook meer naar de foto's kijken, dan naar één foto alleen en soms heb je zelfs videobeelden, dat is vrij goed.

MNM heeft van die korte filmpjes met nieuws. Ninjanieuws. Dan moet je even twee seconden opletten en dan is het al gedaan. Dan weet je ook wel wat je moet weten. Dan moet je ook niet zo liggen lezen of zo.

Op een app krijg je meestal videobeelden en dat is plezanter om naar te kijken. En gemakkelijker om te onthouden.

Online en digitaal nieuws is volgens hen ook gemakkelijk te delen en ze kunnen zelf nieuwsonderwerpen selecteren die hen interesseren. Jongeren bepalen graag zelf, op actieve manier, welk nieuws ze tot zich krijgen en welke ze verder verspreiden. Met andere woorden: ze willen hun nieuwsgebruik zelf in handen houden. Jongeren consumeren minder het nieuws op een passieve, lineaire manier zoals oudere leeftijdsgroepen, maar eerder op een actieve manier door nieuwsinhoud actief en (on)bewust te selecteren, te verspreiden, te delen enzovoort.

[over nieuws op sociale media] Als dat interessant genoeg is dan wordt dat gedeeld en dan zie je echt dat dat interessant is. Als je gewoon [televisie]nieuws wilt kijken, zo halfuur praten en ge kent er niks van. Maar als ge iets op Facebook ziet, zie je ineens: 'dit interesseert mij'.

[over nieuws op sociale media] Dat verspreidt ook gemakkelijk. Ik bedoel: stel dat hij iets heeft gevonden en hij deelt dat met mij en ik deel dat door. Dat kan eeuwig doorgaan. Je kan zoiets viraal laten maken.

Online is dat zo mooi, zo mooi apart. Dan kunt ge kiezen wat ge leest. Maar in een krant of op tv is dat dan allemaal samen. Dus ge kunt niet kiezen wat ge leest of ziet.

Daarom gaan de jongeren meer op Facebook kijken dan op het nieuws zelf, snap je. Want ze weten van: op Facebook krijg ik alleen maar hetgeen ik leuk vind, wat dat mij interesseert.

Jongeren geven aan dat online nieuws via een app of een website veel sneller en recenter nieuws kan brengen dan bijvoorbeeld een papieren krant of nieuws op televisie.

Een site is wel handig met dat het echt iedere keer om het halfuur of zo wordt aangepast.

Enkele jongeren geven aan dat ze **liever een papieren krant** lezen.

Ik denk een krant is beter voor mij. Dat is zoals een boek, dat is beter om echt dat boek te hebben dan op je smartphone dat boek te lezen.

Ik heb sowieso al een zwak voor krantenpapier, ik vind dat heel leuk.

Uit **Grafiek 5** (pagina 17) blijkt dat 37% van de jongeren dagelijks naar het **televisienieuws** kijkt. Als ze het televisienieuws bekijken, is dat meestal thuis, **in familieverband**. De jongeren met een migratieachtergrond steunen vaak op buitenlandse nieuwszenders, vanuit hun land van oorsprong.

Bij mij is dat gewoon omdat mijn vader vaak naar het nieuws kijkt op televisie. En dat staat dan aan en dan kijk ik mee.

Wanneer mijn ouders tv kijken, kijk ik met hen mee. Vaak is dat VTM en VRT, maar eigenlijk alles wel. Soms ook nog Arabisch.

Vooralspaanse televisie via mijn ouders. Die vertellen wat ze zien, of soms kijk ik daar ook naar.

Via **sociale media** krijgen de jongeren ook **op indirecte manier nieuws tot zich**. Op sociale media mengen persoonlijke berichten van vrienden zich met nieuwsberichten. Als jongeren als ontspanning scrollen door hun berichten, komen ze ook in aanraking met nieuwsberichten.

Snapchat. Met die nieuwe Update krijg je daar soms een beetje nieuws van de krant. En dat is ook wel handig want je zit dan zo te kijken naar je vrienden en dan zie je: 'oh, dat is wel interessant' en je leest dat en dan blijf je gewoon lezen.

Ik vind Facebook handig eigenlijk, omdat je daar eigenlijk alles kunt posten, ook fake berichten natuurlijk. Wie heeft Facebook nu niet? Wie heeft er nu geen account bij Facebook? Dus daarom dat ik het ook handig vind omdat je gewoon via je eigen ontspanning naar iets interessant kunt gaan.

Facebook, dat je ziet dat iemand iets geliket heeft en dan lees je dat eventjes maar meestal zijn het niet zo heel nuttige dingen. Maar op de een of andere manier krijg je wel nieuws tot u.

Een jongere haalt **burgerjournalistiek** aan als pluspunt van de sociale media. Sociale media kunnen als medium gebruikt worden om gebeurtenissen zichtbaar te maken waarover anders moeilijk of niet bericht kan worden.

Soms is Facebook ook goed he. Bijvoorbeeld in Afghanistan, daar zijn altijd veel problemen en daar zijn veel arme mensen en die kunnen niet altijd naar journalisten of naar iemand bellen of de journalist kan ook niet naar daar komen. Maar die mensen kunnen heel makkelijk naar Facebook want iedereen zit op Facebook. Iedereen kan direct schrijven en iedereen kan direct kijken of horen: daar is iets gebeurd. Vroeger veel problemen maar niemand heeft iets gehoord hé.

BEVINDINGEN UIT DE DIALOOGGESPREKKEN: REACTIES VAN MEDIAMAKERS

Mediamakers **beseffen** dat jongeren het nieuws grotendeels online en via sociale media raadplegen. Redacties zijn op zoek naar een geschikt evenwicht tussen de online en offline versie van een nieuwsitem.

Het is niet dat we dat nog niet wisten natuurlijk. We zijn ook veel meer aan het investeren in online natuurlijk. Maar het is wel, sommige dingen die gedijen beter op papier, omdat je meer tijd moet nemen om ze te lezen. De lange onderzoeksjournalistiek, die kan je niet in vijf zinnen kwijt online, want dan mis je eigenlijk waar het over gaat.

Ik hoor het hier ook dat jullie vooral online zoeken of kijken als er iets gebeurt en dan via Facebook ook. Nu, dat is iets waarop dat wij heel sterk proberen in te zetten om dat online wat te vergroten. Ook op Facebook, dingen die wij brengen of als er nieuwsberichten zijn, om die daarop te zetten ook, zodat we ook jongeren bereiken.

We zijn daar heel erg aan het zoeken: moeten we nu meer inzetten op online? De nieuwsberichten daar aanbieden? Maar dat is dan meestal een andere vorm, dat moet wat korter, wat sneller ook dan op tv. Dus dat is een moeilijke.

6.1.2 Functie van nieuws en algemene interesse

BEVINDINGEN UIT DE SURVEY

Vinden jongeren het belangrijk om het nieuws te volgen? Uit **Grafiek 7** blijkt dat de **helft van de jongeren** (48%) het **eerder belangrijk tot heel belangrijk** vindt om op de hoogte te zijn van de actualiteit. Een groot deel (39%) staat er neutraal tegenover (dus vindt het niet onbelangrijk, of niet belangrijk). Een klein percentage (12%) vindt het eerder niet belangrijk tot helemaal niet belangrijk. Een groot deel van de jongeren is dus geïnteresseerd in de actualiteit. Er zijn geen opvallende verschillen tussen mannelijke en vrouwelijke respondenten. Ook verschillen de resultaten niet sterk naargelang de spreektaal die de jongeren thuis spreken. Wel blijkt duidelijk uit de resultaten dat ASO-leerlingen de actualiteit belangrijker vinden dan BSO-leerlingen. Ook jongeren die meer politieke kennis hebben, vinden het eerder belangrijk tot heel belangrijk (77%) om op de hoogte te zijn dan jongeren met minder politieke kennis (37%). Dit verschil is significant, wat wil zeggen dat het een echt, systematisch verschil is, en niet berust op toeval¹¹.

Als we deze resultaten vergelijken met de data uit de Participatiesurvey (andere dataset), zien we een redelijk groot verschil. Minder dan de helft van de stedelijke jongeren uit onze bevraging (45%) vindt het belangrijk om op de hoogte te zijn van de actualiteit, in tegenstelling tot maar liefst drie op vier (74%) van de gemiddelde jongere uit Vlaanderen (16- tot 19-jarigen) die het belangrijk vindt. De jongeren uit onze bevraging blijken dus minder dan de gemiddelde jongere uit Vlaanderen geïnteresseerd te zijn in de actualiteit.



BEVINDINGEN UIT DE FOCUSGROEPGESPREKKEN

Ook in de focusgroepgesprekken werden de jongeren bevraged over hun algemene interesse in nieuws. Vele jongeren geven aan dat ze graag **op de hoogte willen zijn van wat er in de wereld en in hun omgeving gebeurt**. Als er iets gebeurt, willen ze kunnen meepraten en discussiëren, op school, met vrienden of familie. Voor de jongeren is dit een belangrijke functie van het nieuws.

Ik wil weten wat er zich allemaal afspeelt in de samenleving. Als ik lang niet kijk, voel ik me alsof ik niet meekan.

¹¹ Berekend op basis van de ANOVA test.

Ik vind dat je een beetje van alles op de hoogte moet zijn, ook al is dat een beetje saai.

Ik wil op de hoogte zijn van wat er gebeurt. Als dat ergens op straat of in de klas naar boven wordt gehaald, wil ik mee kunnen praten.

Daar dient nieuws toch ook voor. Ge gaat toch geen sprookjes ofzo zitten lezen. Ge moet lezen wat er aan de hand is in de wereld.

Toch zijn vele jongeren **weinig geïnteresseerd** in het nieuws en vinden ze dat het **saai** is.

Ik kijk niet graag naar het nieuws, omdat ik me liever bezighoud met de dingen die rondom mij gebeuren.

Het moet interessanter worden. Het is saai.

Jongeren verklaren hun geringe interesse in nieuws onder andere aan het **moeilijk taalgebruik**. De moeilijkheidsgraad van de taal verschilt volgens hen naargelang nieuwsmedium en thema.

Ik vind dat het nieuws [op televisie] minder toegankelijk is voor jongeren omdat dat moeilijkere woorden zijn.

VTM is altijd beter. Eerst de taal, Nederlands. Die spreekt echt goed en begrijp ik beter.

Er is een verschil tussen HLN en De Morgen, of er is een andere krant. Da's echt heel ingewikkeld geschreven. Ik kies liever HLN want die gebruiken meer, makkelijkere woorden die ik kan verstaan.

[over De Morgen en De Standaard] Niet altijd gemakkelijk qua tekst, maar... ze doen hun best.

[over Metro] Het is een krant die eigenlijk ook gemakkelijk is om Nederlands te leren. Dat zijn meestal korte teksten, foto's en dat wordt goed uitgelegd.

Ik denk dat dat afhangt van het onderwerp. Bijvoorbeeld economie en politiek en zo. Daar worden sowieso moeilijkere woorden gebruikt. En daarom interesseert het mij vaak ook niet.

Jongeren vinden het nieuws vaak te moeilijk en complex, zowel wat het taalgebruik als de inhoud betreft. Ze verklaren dit zelf door het **gebrek aan achtergrondkennis van jongeren**.

Ik denk als je zo die dingen moet lezen, dat je dan eerst al over veel achtergrondinformatie moet beschikken om dat goed te begrijpen. En dat wij dat waarschijnlijk niet hebben, dus dan is dat eigenlijk echt onduidelijk voor ons.

Voor de meeste economische kranten moet je een minimale basis van economie hebben want zij gebruiken ook altijd termen die je pas ergens in het middelbaar of hogeschool of universiteit pas begint te zien en te begrijpen.

De jongeren verklaren hun geringe interesse in of gebruik van nieuws ook aan een **gebrek aan tijd of motivatie van henzelf**. Het is voor de meesten geen prioriteit om op regelmatige en intensieve basis de actualiteit te volgen.

Ik weet wel dat ik soms denk van 'wow, daar weet ik echt niks van' of 'daar moet ik eens meer gaan over opzoeken'. Maar soms hebben wij gewoon geen tijd om ons bezig te houden met andere dingen.

Ik denk, om echt geïnformeerd te zijn, dat je ook echt wel een inspanning moet doen.

Bijvoorbeeld elke dag naar tv kijken en geabonneerd zijn op kranten. Dat is veel moeilijker dan gewoon eens af en toe je gsm te openen en: 'ah oké, er staat een artikel'. Dat is een grote inspanning.

Wanneer ik de school in stap, dan spreekt iedereen [over] hetzelfde ding, en dan weet ik van: 'ja, oké'. Dan moet ik niet naar HLN gaan. Ik hoor dat wel hier.

Onderwijs kan een belangrijke actor zijn in het aanleren van **mediawijsheid** en in **het opwekken van de interesse voor nieuws**. Een jongere formuleert het zo:

Op school een les over het nieuws. Zo een uur per week ofzo. Dat wij daarover praten, nieuwe dingen leren daarover. Dat zou misschien beter zijn.

SUGGESTIES VAN JONGEREN VOOR NIEUWSREDACTIES

Vele jongeren hebben nood aan **nieuws op maat van jongeren**. In de gesprekken kwam vaak naar boven dat ze het jeugdjournaal Karrewiet (VRT) een heel goed nieuwsmedium vinden. Ze vinden dat er een nieuwsmedium voor jongeren zou moeten bestaan dat bijvoorbeeld het midden houdt tussen Karrewiet en de bestaande nieuwsmedia 'voor volwassenen'. Of een 'jongerenversie' en een 'volwassenenversie' van een krantenartikel.

Eigenlijk vind ik dat er zo te weinig nieuws is voor jongeren. Dat er niet echt zoiets is, een zender om nieuws te kijken. Je kan Karrewiet kijken.

Het nieuws is... Vooral volwassenen gaan dat bekijken en lezen, dus... Als er nu meer jongeren dat zouden lezen, zou ik het wel eerlijker vinden dat wij er ook meer in komen te staan. Maar wij lezen dat allemaal redelijk weinig. Daarom hebben we misschien ook zo'n middenkrant tussen Karrewiet en Het Laatste Nieuws nodig.

Misschien in het geheel een ander jeugdnieuws maken. Je hebt wel Ketnet en zo, maar je hebt niks ertussenin. Iets tussen Karrewiet en het gewone nieuws. Echt iets op maat van jongeren.

Ik denk als ze een categorie maken voor jongeren. En voor ouderen. Zodat wij niet zolang moeten kijken voordat er iets interessant komt. Een soort kort nieuws voor jongeren? Precies zoals op Karrewiet.

[over een krantenartikel] Een jongerenversie en een volwassen versie.

BEVINDINGEN UIT DE DIALOOGGESPREKKEN: REACTIES VAN MEDIAMAKERS

Een mediamaker werpt op dat de **eenvoud van het taalgebruik** niet ten koste mag gaan van **journalistieke kwaliteit**.

Dat is moeilijk hé. Enerzijds wil je begrepen worden, maar anderzijds wil je niet dat alles naar hetzelfde niveau zakt.

6.1.3 Geloofwaardigheid

De geloofwaardigheid van nieuwsmedia werd niet bevraagd in het kwantitatieve deel. We rapporteren bijgevolg enkel over bevindingen uit de kwalitatieve gesprekken.

BEVINDINGEN UIT DE FOCUSGROEPGESPREKKEN

Jongeren geloven niet alles wat er in het nieuws aan bod komt. Er zijn jongeren die vlakaf wantrouwig zijn. Er zijn er die gezond kritisch zijn. Jongeren stellen zich soms vragen bij wat aan bod komt en de manier waarop iets aan bod komt in het nieuws.

Ik ga er nooit volledig vanuit dat dat de waarheid is. Je moet gewoon kritisch zijn.

Als je het nieuws ziet, moet je het ook vanuit andere perspectieven gaan bekijken en niet enkel vanuit dat oogpunt. Ik stel me ook altijd zelf de vraag: is dat mogelijk, wat er zich daar afspeelt?

Dat zijn feiten, dat zijn dingen waarover jij niet kunt liegen. Maar over Syrië? Ik vraag mij soms af, hoe weten zij, hoe komen ze dat te weten, wat dat daar allemaal gebeurt? Meestal sturen ze daar wel journalisten naartoe, maar...

Nieuws dat je krijgt via Facebook vind ik geen 100% zeker maar die andere kanalen zijn bijna hetzelfde. Het nieuws dat komt van de kanalen is beter dan van Facebook. Want daar wordt een beetje op gecontroleerd maar is ook geen 100%.

Een aantal **jongeren met een migratieachtergrond** staan **wantrouwig** ten opzichte van Vlaamse nieuwsmedia omdat ze, **door hun achtergrond en kennis uit land van oorsprong**, fouten ontdekken in het Vlaamse nieuws. Sommige jongeren hebben bepaalde kennis of achtergrond, die de gemiddelde Vlaamse journalist niet heeft, bijvoorbeeld kennis van een taal of van de verschillende kanten van een conflict. Als er bijvoorbeeld een foutje sluip in het nieuws, is het voor hen gemakkelijk om het te wantrouwen.

Dat was zo een keer met die staatsgreep met Erdogan enzo. Er is veel haat vanuit het Westen voor Erdogan. Dan waren ze Turks aan het praten en de vertaling eronder klopte volledig niet met wat de man zei eigenlijk. Want ze vernoemden een naam die de man niet één keer had uitgesproken. Dus dat was even iets zo van: 'nu snap ik waarom er zoveel haat is, want ze krijgen nog niet eens de helft van het verhaal, of het was helemaal verdraaid'. Toen had ik echt zoiets van: 'oké, dit valt niet te vertrouwen'.

Bel een tolk, en als je dan pech hebt dat iemand anti is, dan zal die anders vertalen. Ook al is dat één woordje, dat éne woordje kan een groot verschil maken.

Er zijn ook jongeren die **blind geloven** wat ze in het nieuws te zien en te horen krijgen. Ze stellen zich geen vragen en gaan ervan uit dat het nieuws de waarheid vertelt.

Ik geloof wel altijd alles. Ik ben ook te goedgelovig daarvoor. Ja, ik denk niet dat ik soms dingen in twijfel trek. Dat is zo van: 'Ah ja, dat zal dan wel'. Anders zetten ze dat er toch niet op?

Ik zie het nieuws op Facebook en ik zie dat alles juist is. Ik zie dat nieuws en ik zie het met mijn eigen ogen.

De geloofwaardigheid die jongeren hechten aan het nieuws is sterk **afhankelijk van de drager van het nieuws en het nieuwsformat**.

Het nieuws op de tv wel en in de krant ook, maar op internet en zo... Daar kom je soms wat tegen. HLN-nieuws, daar staat zoveel zever tussen... of dingen die totaal niet kloppen. Of dan staat er zo'n taalfout in en dan heb je al zoiets van: 'Nee, dat kan niet kloppen.'

Nieuws op televisie geeft de indruk dat het meer waarheidsgetrouw is en online is er veel meer sensatie.

[over live verslaggeving en getuigen] Als je bijvoorbeeld naar het buitenlands nieuws kijkt bij VTM, dan zie je dat die personen daar echt staan. Die kunnen niet terug naar het hoofdkantoor om te melden van: dit is er gebeurd. Nee, die moeten daar blijven staan en die moeten echt alles meegeven. Dat is meer objectief. En ze vertellen ook sneller de waarheid. Dan weet je ook 100%, ah oké. En zij hebben meestal naast hun ook al iemand klaar, een getuige die alles heeft meegemaakt en alles heeft gezien en die effectief vertelt van: dat is er gebeurd.

Ik kijk ook soms nieuws van Facebook, maar dat geloof ik niet want Facebook is, iedereen kan zelf iets maken of iets schrijven. Iedereen kan zelf iets zeggen. Ik weet dan niet of dat waar is.

Als oplossing voor het wantrouwen en ongeloof dat jongeren hechten aan bepaalde nieuwsinhoud en nieuwstypes, geven sommige jongeren aan dat ze zelf **verschillende bronnen kunnen checken** om te achterhalen of bepaalde nieuwsfeiten al dan niet geloofwaardig zijn.

Gewoon elke nieuwszender bekijken, heel het nieuws. En dan kan je bepalen van welke is geloofwaardig, welke is niet echt overdreven met leugens. In sommige zitten veel leugens.

Andere bronnen, meerdere bronnen vergelijken.

SUGGESTIES VAN JONGEREN VOOR NIEUWSREDACTIES

Verschillende jongeren halen aan dat het nieuws geloofwaardiger zou zijn, mochten de **quotes** van geïnterviewden **letterlijk** gebracht worden in plaats van als parafrasering of interpretatie van de journalist.

Hoe meer dat dat letterlijk wordt overgebracht, hoe meer het nieuws serieuzer gaat worden. Niks veranderen aan de vragen. Bijvoorbeeld, ik geef een antwoord of een mening over een bepaald onderwerp. En die [de journalist] gaat niks bijwerken ofzo, gewoon letterlijk wat dat ik heb gezegd.

Als jij iets hoort, doet dat dan letterlijk. A blijft A. En ni A B.

BEVINDINGEN UIT DE DIALOOGGESPREKKEN: REACTIES VAN MEDIAMAKERS

Verschillende jongeren drukten tijdens de dialooggesprekken hun wantrouwen tegenover journalisten en media uit. De journalisten gaven echter aan dat hun geloofwaardigheid als journalist **cruciaal** is.

Je geloofwaardigheid is, zeker voor het soort media waar ik voor werk, wel het belangrijkste wat je hebt. Als je niet geloofwaardig bent, dan kan je inpakken en dan is je carrière voorbij.

6.1.4 Effect en impact van nieuws

Het effect en de impact van nieuws werd niet opgenomen in de survey. We rapporteren hieronder dus enkel over de resultaten van de focusgroepgesprekken.

BEVINDINGEN UIT DE FOCUSGROEPGESPREKKEN

Jongeren zijn van mening dat media en nieuws een **machtige actor** zijn in de samenleving. De media hebben een sterke impact op jongeren, vooral omdat ze nog **beïnvloedbaar** zijn, en gemakkelijk conclusies trekken.

De media, dat is echt een heel sterk ding geworden in de wereld. Als jij tegen de media zou vechten, dan vecht jij tegen de wereld.

[over invloed van de media] Vooral op jongeren. Omdat we veel meer beïnvloedbaar zijn.

Als we zoiets lezen, zo een artikel of zo, dan denken we ineens dat we direct alles weten over die situatie terwijl we waarschijnlijk niet eens 20% weten en begrijpen. Dus dat is ook wel gevaarlijk.

Wij trekken te veel conclusies als we iets zien of iets horen.

Het bekijken van nieuws **wekt vaak negatieve gevoelens op** bij de respondenten. Ze voelen zich angstig, depressief, geïrriteerd en gestresseerd. Het maakt hen slecht gehumeurd en het houdt hen wakker 's nachts.

Zoals met die aanslagen en terreur. Dat brengt sowieso bij iedereen toch wel wat angst bij. Ook bij onszelf als allochtoon of als moslim. Dan ga je toch wel, als er een man helemaal in een kled en met een hele lange baard... Ook al weet je dat dat helemaal geen link heeft met mekaar. Door wat er in beeld komt in de media, ga je sowieso die angst opwekken bij iedereen. Dat heeft een hele grote invloed. Sowieso.

Ik heb dat [het televisienieuws] een tijdje gevolgd, maar ik werd er een beetje depressief van. Ik pak dat te veel mee. Daarmee, ik heb dat losgelaten, ik heb dat expres niet meer gevolgd. Omdat ik depressief werd.

Veel oorlog, veel slechte dingen. En ik word eigenlijk heel slechtgezind als ik dat allemaal zie. Dus eigenlijk vermijd ik dat soort nieuws, want dan geraak ik echt geïrriteerd en gestrest door alle slechte dingen die gebeuren in de wereld.

Die jezidi-meisjes, 9 jaar, verkracht... Wollah, ik kan niet slapen. Ik kan dan zelfs niet eten. Ik lig dan tot twee uur erna in de zetel, gewoon te denken: wat is dit? Ik kan dat niet. Ik wil er niet meer over weten. Je kan er toch niets aan doen.

Ja, we zijn negatief, maar dat komt omdat we keiveel negatieve dingen zien.

Dat beïnvloedt mij zelfs. Ik zeg tegen mijn vrienden: 'hé, loopt ni zo verdacht. Doe uw pet af. Dat ze duidelijk uw hoofd zien. En lach.'

Jongeren vinden niet enkel dat de (nieuws)media een **sterke impact** hebben op hun eigen leven, maar ook op die van anderen, op die van het **brede publiek**. De impact van de mediaberichtgeving en -beeldvorming van de islam en moslims komt in dit opzicht vaak aan bod. Jongeren geloven sterk in de media als een injectienaald: het publiek is als een spons, het neemt alle informatie in het nieuws gemakkelijk op.

Belgische mensen die denken allemaal... ze hebben schrik van allochtonen hé. Echt waar hé. Dat komt van tv en van andere. Ja dat is. Dat vind ik echt verschrikkelijk.

Als die bijvoorbeeld alleen over de islam praten, dan gaan andere mensen islam meer haten. Ja, want die geloven dat echt.

De islam is niet iets wat hier is ontstaan, het komt van ergens anders. Ik begrijp wel dat het voor de Belgen die hier wonen iets nieuws is. Oké, tegenwoordig hoort iedereen wel van de islam, maar ik bedoel: in het begin. In het begin heb je er vragen bij, je hebt er geen kennis over. Als je dan naar het nieuws kijkt en je krijgt zo'n informatie binnen en je gaat niet op zoek naar andere, juiste informatie, dan kan het wel dat je dat bijvoorbeeld verkeerd gaat interpreteren en alles gewoon klakkeloos gaat overnemen. Of het nu juist of fout is. Want je weet er niks over.

Als je als, zeg maar, pure Belg nooit in contact komt met moslims en altijd negatieve dingen over moslims ziet, dan is het ook normaal en logisch dat je zo over moslims gaat beginnen denken. Dus ik vind wel dat het aan de media ligt.

Jongeren vinden dat de media een belangrijke **maatschappelijke rol** spelen. Omdat de media volgens hen zo almachtig zijn, hebben zij een grote verantwoordelijkheid en kunnen zij ook effectief iets veranderen.

Media heeft een heel belangrijke rol en zou eigenlijk wat meer verantwoordelijkheid moeten nemen.

Journalisten, dat kan iets veranderen.

Ik denk dat dat heel bepalend is. Dat is ook een eer denk ik, voor de media, dat zij zo bepalend een verandering kunnen brengen. Maar ze maken daar nog niet echt gebruik van.

6.1.5 Betalen voor nieuws

De betalingsbereidheid bij jongeren voor nieuws werd niet bevraagd in het kwantitatieve luik. Hieronder volgen de resultaten uit de kwalitatieve gesprekken.

BEVINDINGEN UIT DE FOCUSGROEPGESPREKKEN

Het is overduidelijk: jongeren zijn **gewend aan gratis nieuws**. Het is voor hen een vanzelfsprekendheid. Op de vragen 'heb je ooit betaald voor nieuws?' en 'zou je er ooit voor betalen?' reageerden de meeste jongeren eerder lacherig. Ze vinden dat nieuws gratis moet zijn omdat het maatschappelijk zo belangrijk is.

Alles is toch bereikbaar op het internet. Ja, alles is gratis. Waarom zou je dan nog betalen? Wij betalen wifi en tv, dus... Allez, de krant kopen, ge moet dat daarna bij het karton gooien en dat is veel werk. Ge kunt dat allemaal online bekijken. En dat is ook slecht voor het milieu als je dat koopt.

Je hebt soms van die artikels, als je die opent, dat je dat interessant vindt en als je het hele artikel wilt lezen: 'Download de app.' Dan denk ik: 'Ja, nee hè.'

Je hebt het recht om te weten wat er allemaal gebeurt en als je ervoor moet betalen om te weten wat er gebeurt, ja dan hoeft het niet voor mij.

Nieuws moet normaal gezien gratis zijn.

Sommige jongeren weten en begrijpen tegelijkertijd ook wel dat **kwalitatief nieuws of onderzoeksjournalistiek betalend** is.

Als het een grote impact heeft op kwaliteit, dan zou ik er waarschijnlijk nog wel eens over denken.

[over betalende artikels online] Dat zijn meestal de interessantste artikels.

Ik begrijp ergens dat je dat moet betalen, maar het zou wel handig zijn als dat gratis is.

BEVINDINGEN UIT DE DIALOOGGESPREKKEN: REACTIES VAN MEDIAMAKERS

Een journalist reageert dat online artikels korter zijn en minder prijsgeven, zodat de **papieren versie ook commercieel interessant** blijft.

Tegenwoordig moeten wij beide dingen doen. Tijdens het schrijven van een artikel, gooit de journalist soms al een kortere versie online. Dat parallel circuit, het is belangrijk dat je ze alle twee hebt, maar ze vreten mekaar ook een beetje op natuurlijk. Want je mag niet alles prijsgeven online, want dan wil niemand de krant nog kopen. En als ik jullie hoor, dan wordt het wel steeds moeilijker om de krant verkocht te krijgen.

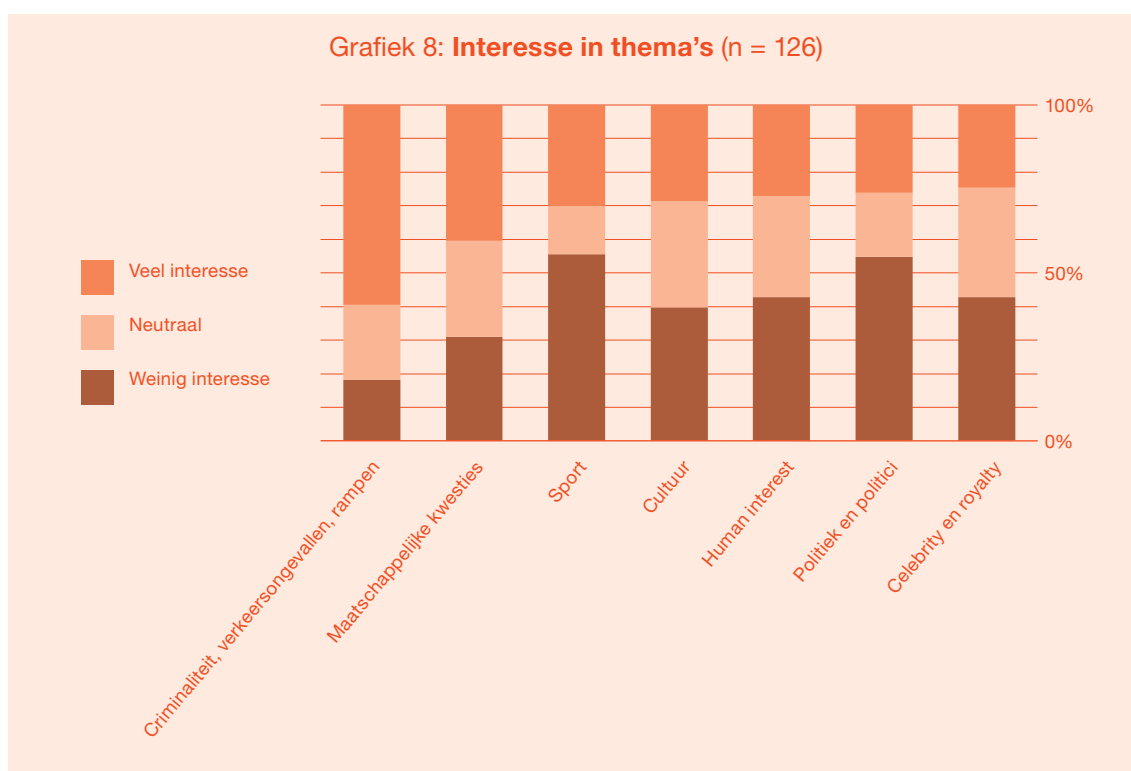
6.2 NIEUWSINHOUD

6.2.1 Thema's

BEVINDINGEN UIT DE SURVEY

Aan welke thema's in het nieuws geven de jongeren de voorkeur? **Grafiek 8** geeft een overzicht van verschillende thema's. Deze thema's zijn van links naar rechts gerangschikt volgens sterkte van interesse. De jongeren uit Antwerpen met een migratieachtergrond zijn het sterkst geïnteresseerd (60%) in nieuws over **criminaliteit, verkeersongevallen en rampen**. Vier op de tien jongeren hebben een grote interesse in **maatschappelijke thema's** zoals milieu, economie, integratie, onderwijs en gezondheid. Jongeren zijn veel minder geïnteresseerd in celebrity- en royaltynieuws (25%) en politiek (26%). Er zijn enkele opvallende verschillen tussen de **vrouwen en de mannen** uit onze steekproef. Vrouwen zijn significant meer geïnteresseerd in maatschappelijke kwesties. Mannen hebben dan weer significant meer interesse in sportnieuws¹². Jongeren die meer **politieke kennis** hebben zijn over het algemeen in meer thema's geïnteresseerd dan jongeren die minder politieke kennis hebben. Vooral als het gaat om maatschappelijke en politieke kwesties¹³.

Als we de 16- tot 19-jarigen uit de stad Antwerpen vergelijken met de gemiddelde jongere in Vlaanderen (dataset: Participatiesurvey), valt op dat de interesse in thema's heel gelijklopend is. Als er al verschillen zijn, dan heeft de gemiddelde jongere uit onze steekproef iets minder dan de gemiddelde jongere uit Vlaanderen interesse in criminaliteit, sport, en in de 'zachtere' thema's zoals cultuur, human interest en celebritynieuws¹⁴.



¹² Berekend op basis van de ANOVA test.

¹³ Berekend op basis van de ANOVA test.

¹⁴ Kleine verschillen, maar ze zijn wel significant. Berekend op basis van de ANOVA test.

BEVINDINGEN UIT DE FOCUSGROEPGESPREKKEN

Jongeren zijn geïnteresseerd in **thema's die fysiek of mentaal dichtbij hun leefwereld staan**. Nieuws dat hen raakt en waarbij ze zich aangesproken voelen. Voor de ene jongere betekent dat nieuws uit België en de directe omgeving, voor de andere betekent dat nieuws over, bijvoorbeeld, religie.

Iets wat je gewoon persoonlijk raakt.

Ik ben meer geïnteresseerd in wat er in onze maatschappij gebeurt. Ik houd me meer bezig met: welke invloed heeft dat op mij? En op mijn leven? En op onze samenleving?

Bij mij gaat het vooral om wat er bijvoorbeeld hier in België gebeurt. Dus: maatschappelijk gezien, waar ze mee bezig zijn. Bijvoorbeeld met dat boerkinverbod, wat er dan rond wordt gedaan vind ik heel interessant. Of gewoon politieke partijen die over hun visie praten. Dan vergelijk ik dat graag met de realiteit, met wat ze écht aan het realiseren zijn. Ik probeer te zien van: wat komen ze hier eigenlijk brengen? Wat komen ze verkopen? Dus het gaat bij mij meer om echt hier in België.

Ik vind het belangrijker wat er in België is gebeurd, want jij woont hier he. Ik ben nu zelf Albanees, maar ik kijk niet naar Albanees nieuws. Allez, ik heb dat zelfs niet.

Ik ben meer voor misdaden en zo, de IS-dingen, dat vond ik nu wel interessant, want ge voelt dat ook. Ja, ge voelt u aangesproken, daarom gaat ge dat ook meer volgen en zo, van wat die zeggen over ons. Dat wel, maar ander nieuws... Ik was echt het nieuws aan het volgen één week lang na die aanslagen. Ik wilde echt weten wat er allemaal gebeurd is, ik was zelfs bang op die moment.

Uit de survey blijkt dat 55% van de jongeren weinig interesse heeft in politiek. Ook uit de focusgroepgesprekken zien we dat het merendeel van de jongeren **niet geïnteresseerd is in politiek nieuws**. Ze vinden politiek ingewikkeld, saai en ver van hun bed.

Politiek. Dat is echt saai. Dat is altijd hetzelfde en er verandert nooit iets. Ja hé, ze doen alsof er even verandering is, maar...

Het gaat vaak over politiek en zo. Politiek is niet voor mij.

Politiek interesseert me niet echt zo veel, maar dan zou ik liever sport kijken.

Enkele jongeren voelen zich wel aangetrokken tot politiek nieuws. Het gaat er vooral om welke facetten van politiek aan bod komen. Als de **politieke berichtgeving gaat over onderwijs of jongeren**, thema's die dus dichtbij de jongeren staan, hebben ze er wel meer oor naar. Ook wordt enkele keren de **politiek uit de Verenigde Staten** aangehaald als interessant of belangrijk. De focusgroepgesprekken hebben plaatsgevonden in de periode juli tot en met december 2016, middenin de verkiezingscampagne in de VS, dus dit kan hebben geleid tot een (tijdelijke, vertekende) hogere interesse in de Amerikaanse politiek.

Dat hangt er echt vanaf wat er in de politiek wordt besproken. Als het over onderwijs gaat of over jongeren ofzo.

Sommige politiek is wel belangrijk. Bijvoorbeeld in de VS zo die presidentsverkiezingen, ik wil daar wel iets over weten. En ook hier in België om te weten wie is de koning, of wie wordt de koning of de nieuwe burgemeester.

Die van Amerika is wel interessant. Die schelden mekaar uit en dat is echt grappig.

Ook **economie** is een thema dat vaak wordt beschouwd als complex en saai. Al geven enkele jongeren aan dat ze er wel een sterke interesse voor voelen.

Voor mij is het economie. Ik ben namelijk heel erg geïnteresseerd in de economie. Ik wil misschien ook nog wel iets verder gaan doen in de economie. En ik ben altijd al zo'n persoon geweest die altijd nog steeds op zoek is naar iets meer. Denk bijvoorbeeld aan beleggingen, bedrijven die worden overgekocht.

De thema's **oorlog en vrede** wekken vaak tegengestelde reacties op. De ene gaat bewust op zoek naar nieuws over oorlog, de andere mijdt deze thema's net.

Oorlog in het algemeen. Alles wat er overal gebeurt. Bijvoorbeeld die aanslagen, die bekijk ik eigenlijk wel altijd. Want dat is een onderwerp, dat is iets waar jij over kunt spreken met iemand. Iedereen vindt er iets anders van.

Alles rond vluchtelingenproblemen interesseert mij redelijk hard.

Oorlog, hè. Dat mijdt ik juist. Ik ga alles volgen, behalve dat. Als ik zo alweer zie van die jezidi... Maar je móet ernaar kijken. Je moet weten wat er gebeurt.

Thema's die jongeren minder interessant vinden, zoals politiek en economie, zijn vaak thema's die zij als **moeilijk en complex** ervaren.

Politiek, economie, al die dingen. Ik snap daar niks van.

Veel is over politiek. En ik ga mij echt niet moe maken met dat, zenne. Gij krijgt er alleen maar hoofdpijn van. Ik versta dat toch niet, wat dat die doen.

Een groot deel van de jongeren vindt dat **bepaalde thema's en gebeurtenissen (te) vaak in het nieuws aan bod komen**, zoals politiek, oorlog en aanslagen. Ze worden bepaalde onderwerpen beu en geraken daardoor gedesinteresseerd.

Zoals bij IS. Dat is een maand lang op het nieuws, daarna hoor je een tijdje niets meer. Wanneer er een ding gebeurt, terug een hele maand over dat. Sommige onderwerpen brengen ze te lang naar voor in het nieuws.

Meestal is dat wel hetzelfde ongeveer. De laatste tijd met die aanslagen en zo, dat was echt overal. Ik wist wel wat er aan de hand was.

Als je alleen maar hetzelfde krijgt, dan heb je daar geen interesse meer in.

SUGGESTIES VAN JONGEREN VOOR NIEUWSREDACTIES

Nieuwsmedia zouden voor veel jongeren **meer aandacht** mogen schenken **aan thema's die dichtbij hun leefwereld staan**. Dan denken ze bijvoorbeeld aan nieuws over initiatieven die door jongeren worden genomen, over de plaats van jongeren in de maatschappij, of over onderwijs en drugs.

Algemeen dingen die jongeren meer aantrekken. Initiatieven van jongeren meer aan bod laten komen, die jongeren ook meer doen. Bijvoorbeeld startups die iemand heeft opgericht.

Initiatieven die door jongeren zelf worden genomen, projecten waar ze mee opstarten enzovoort. Dat moet allemaal in de media komen want dat wordt zelden getoond. Echt laten zien waar de jongeren mee bezig zijn.

Wat hun bijdrage is aan de maatschappij. Dan gaan jongeren ook meer kijken. Hun talenten. Wat zijn de talenten van de jongeren? Wat is hun plaats in de maatschappij? Zo'n dingen moeten in de media komen. Niet altijd een schietpartij of ...

Wat er op scholen gebeurt en nieuwe regels op school en wat er toegelaten wordt. Ook over rijbewijs en zo'n dingen. En ook over studentenjobs.

In het nieuws komen vooral heel belangrijke of heel grote gebeurtenissen. Er zijn wel andere programma's die bijvoorbeeld naar festivals gaan of naar andere gebeurtenissen over gewoon het dagdagelijkse leven. Maar het nieuws zelf, de grootste nieuwsprogramma's, houden ze zich niet bezig met zulke dingen. En dat is eigenlijk een beetje jammer.

En over drugs, meer informatie.

Nieuws wordt door de meeste jongeren als complex ervaren. Als journalisten **bepaalde thema's eenvoudiger zouden voorstellen, of beter zouden duiden**, zouden jongeren meer geneigd zijn om deze thema's te volgen.

Politiek minder ingewikkeld. Dat interesseert me ook gewoon niet, omdat het zo ingewikkeld wordt uitgelegd.

Andere thema's, maar ook dezelfde belangrijke thema's. Maar ja, makkelijker gebracht. Zoals ze in Karrewiet doen eigenlijk. Ja, je kan moeilijk iets gaan verzinnen, maar toch... dat het makkelijker wordt uitgelegd.

Het is gewoon moeilijk om voor jongeren iets te volgen als ge dat niet volledig snapt. Dat is ook wel een probleem in de media, dat dat gewoon niet aangepast is aan jongerentaal. Gewoon begrijpbaar maken. Niet alleen maar voor jongeren maar ook gewoon voor iedereen. Als ik bijvoorbeeld iets lees over de meerwaardetaks. Ik lees dat artikel en ik weet nog altijd niet wat de meerwaardetaks is, dan denk ik ook altijd van ja... dat er een probleem is. Maar wat is nu het probleem?

Sommige jongeren zijn sterk geïnteresseerd in nieuws uit het buitenland en vinden dat dat in het Vlaams nieuws beter kan. Een suggestie van enkele jongeren is bijvoorbeeld om **meer buitenlands nieuws** te brengen. Andere jongeren halen ook de duidende en contextgerichte rol van **buitenlandcorrespondenten** aan.

Het spijtge hier bij ons is dat er enkel als er iets negatiefs gebeurt in een land, dat we er dan pas zijn. Dat vind ik stom, want stel je voor, er is bijvoorbeeld iets met Rusland en we volgen dat al voordat er iets slecht gebeurt, dan kunnen we ook inzien hoe dat het daarvoor was. Als er iets slecht is gebeurd zonder dat zij weten wat er daarvoor is gebeurd, ja dan kunnen we wel zeggen: 'oh dat is erg'. Maar...

Meer buitenland want ik vind België meer saai eigenlijk.

BEVINDINGEN UIT DE DIALOOGGESPREKKEN: REACTIES VAN MEDIAMAKERS

Sommige mediamakers geven aan dat de omstandigheden waarin de (traditionele) media werken, niet altijd gunstig zijn om jongeren aan te spreken, o.a. door het **tijdsgebrek** en de komst van **online en sociale media**. Daardoor is de connectie met de leefwereld van de jongeren niet altijd gemakkelijk te maken.

Het probleem op dit moment is dat de meeste journalisten nog hun stoel niet meer mogen verlaten wegens tijdsdruk.

Jullie zijn een heel moeilijke doelgroep, dat is eigenlijk altijd al geweest. Omdat jongeren altijd een eigen cultuur hebben die verschilt van de volwassen wereld. Maar nu is dat nog een keer erger omdat jullie jullie op totaal andere platformen bewegen dan de klassieke media en de klassieke media zijn een beetje traag in deze.

Een journalist geeft toe dat **politiek** misschien **te prominent** in het nieuws aan bod komt.

Als jullie krant denken of zeggen, dan in één adem hoor ik daar politiek bij. Ja, wij zetten dat misschien wel te veel vooraan dan.

6.2.2 Context en duiding

Context en duiding werd niet bevraagd in de survey. We bevroegen de jongeren enkel in de focusgroepgesprekken naar achtergrondinformatie in het nieuws.

BEVINDINGEN UIT DE FOCUSGROEPGESPREKKEN

Een groot deel van de jongeren hecht veel belang aan context en duiding van de nieuwsfeiten. Ze willen niet enkel op de hoogte worden gehouden dat er gebeurtenissen plaatsvinden (feiten), maar ze willen ook begrijpen waarom gebeurtenissen plaatsvinden of feiten gepleegd zijn. Ze vinden dat er vaak te **weinig achtergrondinformatie** wordt gegeven. Ook de snelheid waaraan journalisten moeten werken, wordt aangehaald als een negatieve invloed op de kwaliteit en contextualisering van het nieuws.

Ze zeggen nooit echt serieus waarom. Waarom iets gebeurd is.

Dit is er gebeurd, dat is gebeurd en geen of weinig achtergrondinformatie. Dat vind ik een slechte zaak. Er gebeuren dingen en je moet dat maar gelijk begrijpen. En soms begrijp je dan de context niet wat er is gebeurd.

De media pakken meestal gewoon het ding waarvan de mensen 'wow!' zeggen. En alle rest, alle problemen misschien dat die persoon heeft gehad, dat de aanleiding was tot wat er is gebeurd, ontbreekt gewoon altijd.

Dat is het probleem bij de media: als er iets gebeurt, ze hebben nog niemand bevraagd van wat er precies gebeurd is. Nee, direct hop: die kijken, die schrijven snel op en die vertrekken direct naar de redactie. En bam, direct extra nieuwsuitzending. Terwijl ze helemaal geen informatie hebben, ze weten amper wat er is gebeurd, hoeveel doden dat er zijn gevallen. Ze zeggen gewoon iets, direct hop. Zonder onderzoek te doen.

Die horen: die heeft 'allah akbar' geroepen. Ah klaar, dat is een moslim. Dus ze zoeken niet uit wat zijn achtergrond is en zo.

Vaak worden andere (vooral sociale) **media geraadpleegd om meer informatie te vergaren** over gebeurtenissen die op het televisienieuws minder uitgebreid aan bod komen. Sociale media vullen als het ware het gat op als er te weinig context wordt gegeven in traditionele media.

Als het mij echt wel interesseert dan ga ik dat opzoeken om te weten wat er echt is gebeurd.

Er is niet altijd genoeg beeld, of genoeg details op tv. Ik haal het dan wel van Facebook als je aan het scrollen bent, dan ziet ge dan wel iets dat nieuws is dan op tv.

Op Facebook zie je bijvoorbeeld een artikel rond bomaanslagen of zo. Maar dan zie je ook artikels bijvoorbeeld rond islamieten die dan wel laten zien van: wij doen geen bomaanslagen, wij zijn ook slachtoffers, wij zijn ook aangevallen op dat moment. Op het nieuws zelf zie je gewoon 54 doden, maar vertellen ze niet dat er ook islamieten tussen zitten, dat een vrouw met een kind ook... Op Facebook zie je ook meer de kant van de aanslagen zelf, zie je dan bijvoorbeeld degene die de aanslagen doen, dat ze gaan onderzoeken: zijn dat wel echte islamieten? Zijn ze van kleins af aan zo opgegroeid? Hebben ze de juiste normen en waarden meegekregen?

Ik vind nieuwssites zoals Twitter bijvoorbeeld een heel goed medium omdat je dan ook getuigenissen van mensen kunt volgen en het volk ook meer hoort in plaats van enkel de media. En kun je ook een ander beeld krijgen van gebeurtenissen.

SUGGESTIES VAN JONGEREN VOOR NIEUWSREDACTIES

Sommige jongeren hebben nood aan een **ruimer verhaal rond een nieuwsfeit**. Omdat jongeren niet actief het nieuws volgen, willen ze gemakkelijk kunnen inpikken. Dit zou mogelijk kunnen zijn als nieuwsmedia basisinformatie rond een nieuwsfeit meegeven in een nieuwsbericht: 'alle' feiten geven, meer details geven. Een jongere geeft aan dat er twee versies van een artikel kunnen gebracht worden: een kort en bondig artikel met de belangrijkste feiten, en een uitgebreider artikel met duiding en meer details.

Geen stuk van het verhaal achterlaten. Gewoon alles zeggen. Dus alle feiten geven.

Meer in detail gaan. Ik vind dat meer journalisten meer in detail moeten gaan.

Ik zou twee versies van hetzelfde artikel maken: een korte en een lange versie. Bijvoorbeeld op een app zou het mogelijk kunnen zijn. Dan klik je eerst op een korte en je leest dat bijvoorbeeld. Dan wil je veel meer achtergrond en dan klik je op een bepaald artikel, de langere versie. Dat zou misschien een oplossing zijn.

Gewoon de basis meekrijgen. Nu word je gegooid in wat er nu is, maar je hebt totaal geen idee van wat eigenlijk... van het gebeuren errond allemaal. En welke partij voor wat staat. Ik heb daar echt geen idee van.

Jongeren hebben nood aan **antwoorden op de waaromvraag**.

Bijvoorbeeld: islam dat, dit dat, Marokkaan dat, Noord-Afrikaan dat,... Of als je bijvoorbeeld het ene geeft: aanslag, oké, als dat een islamiet is, oké, maar geef dan meer uitleg waarom heeft hij dat gedaan? Is dat de echte reden dat hij dat vanuit zijn geloof heeft gedaan?

BEVINDINGEN UIT DE DIALOOGGESPREKKEN: REACTIES VAN MEDIAMAKERS

Veel van de jongeren vragen ook om meer **context en duiding**. De mediamakers in de gesprekken maakten daarbij duidelijk dat er een onderscheid is tussen nieuws- en duidingsprogramma's.

Als je naar het nieuws kijkt, dat duurt een half uur, drie kwartier. Daar zitten misschien 30 verschillende onderwerpen in, die allemaal maar 1,5 tot 2 minuten aan bod komen. En dat is het probleem, vind ik zelf ook, bij een klassieke nieuwsuitzending. Dat is een opsomming van de feiten: dat, dat en dat is er gebeurd. Maar als je er dan meer over wil weten, dan kan je bij dat nieuws niets komen doen.

[over duidingsprogramma's] Het zijn inderdaad iets saaier programma's. Bij zulke programma's staat men veel langer stil bij het nieuws en gaat men ook meer naar de drijfveren, achtergrondverhalen zoeken in vergelijking met het snellere VTM nieuws bijvoorbeeld.

Je kan niet bij elk feit gaan achterhalen van: wat is de reden? Wat was het probleem bijvoorbeeld met die mensen? Waarom is die overval gepleegd? Hadden die bijvoorbeeld geld nodig voor – ik weet niet – medicatie voor hun kind of hun vriend of hun ouders? Dat verhaal komt meestal niet aan bod omdat we gewoon stoppen van: oké, ze zijn opgepakt of ze zijn vrijgelaten of ze worden doorverwezen naar de rechtbank. Daar stopt het verhaal meestal. Er zijn wel journalisten die dingen opvolgen, maar dat gaat nooit echt in de diepte gaan van: wat is hier nu het maatschappelijk probleem? Waarom zijn er zoveel overvallen?

6.2.3 Accuraatheid

De accuraatheid van nieuws werd niet bevraagd in het kwantitatieve luik. Hieronder volgen de resultaten uit de focusgroepgesprekken.

BEVINDINGEN UIT DE FOCUSGROEPGESPREKKEN

Jongeren zijn heel **gevoelig voor fouten** in het nieuws. Ze vinden dat het nieuws vaak fouten en 'leugens' bevat. De ontdekking van één fout, of een verhaal 'van horen zeggen' is voor jongeren vaak al voldoende om wantrouwig te staan ten opzichte van de media. Ook hier **hangt** de accuraatheid van het nieuws **sterk af van het nieuwsmedium**.

Er zijn heel veel leugens. Veel leugens.

Ik lees heel vaak HLN, maar – dat hoor je heel vaak – het is niet allemaal juist wat daarop staat. Maar toch lees ik het.

Er zijn ook wel heel goeie tussen. Er zijn wel verhalen die kloppen, maar er zijn ook veel verhalen waarvan ik zeg 'pfff'.

Ik heb zo dingen meegemaakt. Dat komt zo in de krant, ik stond er zelf bij en de helft klopt niet. Als ze niet weten wat er is gebeurd dan denken ze van 'we gaan er gewoon iets bijplaatsen'. Iets boeiends bijplaatsen.

Ik vind het soms erg dat ze foto's gebruiken dat er eigenlijk totaal niet mee te maken heeft of dat hij niet zelf getrokken heeft. Mijn leerkracht heeft zo een voorbeeld gegeven over een foto van jongeren en die zaten op het gras tijdens een uitstap en die keken een beetje somber. Die foto werd dan gebruikt voor 20 artikels over jongeren in de jeugd-gevangenis. Terwijl die gewoon op een uitstap waren, die waren moe en die waren gewoon aan het zitten. Ik denk wel dat dat zo vaak gebeurt in media en nieuwssites.

Jongeren linken accuraatheid ook soms aan de **commerciële kant van de media**. Ze zeggen dat journalisten soms nieuws maken in functie van hun kijkers- of lezerspubliek. Een andere stelt dat **snellheid primeert** op de accuraatheid van de berichtgeving.

En wat er in Nice is gebeurd, met die vrachtwagen. Ze zijn direct gaan zoeken: van waar komt dat? En dan zijn ze erachter gekomen: 'ah ja, in de islam zeggen ze dat je mensen kunt vermoorden met een voertuig, met een auto of...'. Ze gaan zoeken, zeg maar. Dan halen ze dat boven: het heeft sowieso iets te maken met de islam. Terwijl

nadien is gebleken dat dat helemaal niet zo is. Ze maken ervan wat mensen willen horen.

Daar gaat het voor hen precies alleen maar om: lezers, kijkcijfers, zo snel mogelijk het nieuws uitzenden, maakt niet uit wat nu klopt, gewoon bam, zodat wij het eerste zijn. Zodat de mensen zeggen: die zender brengt het snelste nieuws. Dat is het grootste probleem bij de media.

Als oplossing voor het probleem van accuraatheid geven de jongeren aan dat de geïnterviewde de journalist kan vragen om **het stuk na te kijken**. Op die manier is het ook de verantwoordelijkheid van de geïnterviewde om eventuele fouten in de berichtgeving recht te zetten.

Als ge zelf wordt geïnterviewd, dan gaat ge ook wel vragen om dat na te lezen hé. Als ge dat vraagt, dan kan dat ook wel een oplossing zijn.

BEVINDINGEN UIT DE DIALOOGGESPREKKEN: REACTIES VAN MEDIAMAKERS

Fouten maken is voor een journalist heel **erg**, en sommige journalisten geven aan dat het vinden of overdrijven van nieuwsfeiten **niet gangbaar** is.

Het ergste wat kan gebeuren, is dat je fouten zegt in je reportage.

Ik heb dat zelf nog nooit meegemaakt dat bij ons journalisten verhalen zouden uitvinden of overdrijven.

Ik denk niet dat een journalist daar persoonlijk behoefte aan heeft om dingen erger te maken.

Mediamakers zeggen dat het **controleren van informatie veel tijd** in beslag neemt, en soms primeert het commercieel belang. Soms is de druk te hoog of is er te weinig tijd, zodat het nieuws zonder dubbelcheck gebracht wordt.

Daar steek je heel veel tijd in. Uw bronnen moeten betrouwbaar zijn. Dikwijls, iemand vertelt je iets, en je moet nadenken: heeft die zelf een bedoeling? Je moet altijd opletten: waarom zegt iemand iets tegen u? Dan moet je heel alert zijn en goed nadenken dat je geen fouten maakt.

Je wil natuurlijk twee, drie bronnen die het verhaal bevestigen, maar soms geraak je daar ook niet aan en is het nieuws zo belangrijk dat je het bijna moet brengen.

Om te beginnen, journalisten zijn mensen. En iedereen maakt fouten. Mensen maken fouten, je moet dat zoveel mogelijk proberen te vermijden. Maar daar komt ook nog bij dat je medium moet verkopen en dus je hebt een baas die ook naar de cijfers kijkt en denkt: wij moeten een krant verkopen of veel mensen moeten ons journaal zien.

6.2.4 Objectiviteit en subjectiviteit

Objectiviteit en subjectiviteit van nieuws werd niet bevraagd in het kwantitatieve luik. Hieronder volgen de resultaten uit de kwalitatieve gesprekken.

BEVINDINGEN UIT DE FOCUSGROEPGESPREKKEN

Wat zijn de meningen en ervaringen van de jongeren als het gaat om de objectiviteit of subjectiviteit van het nieuws? Jongeren vinden over het algemeen dat het **nieuws niet objectief** is. Journalisten zijn subjectief in hun selectie van feiten en details (wat breng ik wel of niet?), in hun focus (welke invalshoek gebruik ik?) en in hun interpretatie (hoe kunnen we dit begrijpen?). Sommige jongeren geven aan dat journalisten subjectief zijn in functie van de kijker of lezer, andere zeggen dat journalisten subjectief zijn in functie van hun eigen opvattingen.

Er wordt enkel gebracht wat de kijker interesseert. Dus ik vind nieuws niet zo objectief.

Iedereen verbergt een bepaald detail en geeft een ander feit heel fel, zeg maar heel uitgebreid. Dus dan zie je dat ze een beetje, dat ze niet heel het beeld geven, maar gewoon een stuk dat ze zelf willen doorgeven.

Dan zie ik duidelijk dat, ook al geven ze hetzelfde nieuws, en geven ze het een beetje anders, en ze leggen ook de nadrukken anders en dan kun je eigenlijk een beetje zien dat ze zelf ook geïnteresseerd zijn om een bepaalde visie te geven. En dat vind ik een beetje spijtig, want eigenlijk moeten media gewoon geven wat er is en niet dwingen om een bepaalde mening te hebben. Dat vind ik een beetje jammer dat het zo is gebeurd.

Ik heb het gevoel dat Vlaams nieuws niet neutraal is. Ik heb het gevoel dat dat altijd vertrekt vanuit een politieke overtuiging. Want elke keer als moslim kijk ik naar het nieuws en voel ik mij beledigd. Terwijl het nieuws normaal voor iedereen zou moeten kunnen zijn om vanuit daar dan een standpunt te trekken, maar het standpunt wordt vaak gewoon in uw handen geduwd.

Stel u voor: die persoon zegt iets aan die journalist en die schrijft dat op. Maar die zegt niet letterlijk wat dat hij doet, hij schrijft het gewoon in zijn eigen woorden, snel snel. Snap je? Die maakt van A B. En dan verandert die zo het nieuws. Dat vind ik spijtig.

Jongeren zijn zich over het algemeen bewust van het feit dat de nieuwsberichtgeving een resultaat is van een **selectie die de journalist maakt** en dat het nieuws geconstrueerd wordt. Als de respondenten over dit onderwerp praten, is dat vaak met een eerder wantrouwige, negatieve ondertoon. Journalisten vertellen volgens de respondenten niet alles. Journalisten selecteren bepaalde elementen, en houden een deel van de feiten achter.

Ze vertellen nooit alles op het nieuws. Ze zeggen gewoon een deel, we weten niet het hele verhaal.

Ze vertellen nooit het hele verhaal. Ah jawel, alleen wat wij mogen weten. Als ze vinden dat dat niet interessant genoeg is dan zetten ze dat niet in de media.

Die laten dan gewoon maar één klein ding zien, maar daar zijn duizend dingen dan achter. Zeker met politiek. Sowieso.

Zolang voor journalist nieuws maken, winst maken is zal het niet volledig zijn, zodra het gaat over informatie overbrengen en de waarheid overbrengen, dan zal het volledig zijn.

Een jongere beseft dat **journalisten niet altijd van alle feiten op de hoogte** zijn, en dus ook niet alles kunnen brengen.

Ik weet niet of dat bewust is, of VTM of ander Belgische media dingen bewust achterhouden. Ik denk dat dat eerder is van gewoon niet weten. Je probeert zoveel mogelijk nieuws naar de Belgische bevolking te brengen, maar wat je niet hebt, kan je niet brengen.

De Vlaamse media zouden naar de wereld kijken door een westerse bril. Verschillende jongeren zijn van mening dat het Vlaamse nieuws **te weinig oog heeft voor nieuws uit andere landen**. Dit ligt voor sommige respondenten heel gevoelig.

Wij zien meestal alleen wat er bij de buurlanden gebeurt. Wat er bijvoorbeeld in Afrika gebeurt zien wij niet.

Heb je ooit al iets gehoord van China? Oké, misschien gebeurt daar niets ergs, maar... Er gebeurt precies niks daar. Ik heb er nog nooit iets van gehoord.

Wát brengen ze in het nieuws? Wat Israël allemaal doet, niks! Wij zien nooit iets... Het is altijd Palestina, Palestina, Palestina. Wij weten dat er iets helemaal anders gebeurt daar.

Gisteren was ik het nieuws van VTM aan het zien en dat was zo met de gruwel in Turkije. Letterlijk, ik lieg niet, dat was drie seconden hé: 'ja, er zijn 54 doden in Turkije, volgende'. En dan was er letterlijk een minuut lang iets rond die bus [in België]. Niemand was doodge gevallen, er waren wel lichtgewonden, dat is wel erg natuurlijk. Maar zo kan je zien wat ze eruit pakken en wat niet. Want ze weten: Koerden zijn ook wel islamieten, maar ze hebben zowel hun eigen regels maar ze zijn nog steeds islamieten. Ze willen dat wel aankaarten, want: 'hey, we hebben het toch gezegd?'. Maar ze willen daar niet zo de spotlight op zetten.

Ik merk ook dat de media zo meer medelijden probeert te wekken als er bijvoorbeeld aanslagen in het Westen zijn gebeurd dan in derdewereldlanden. Precies of zij zijn beter ofzo. Alsof dat veel erger is. Zoals in Frankrijk, Parijs en zo. Dat was twee dagen lang alleen maar daarover, terwijl als er in Syrië iets gebeurt of in Turkije, dan is het gewoon: 'Turkije: aanslag'.

Wat er daar is gebeurd, is dagelijkse kost in bijvoorbeeld Turkije, maar ge hoort daar echt niks niks van. Dan zeggen ze 'ja, maar daar was er al oorlog'. Ja, en dan? Dat zijn nog steeds mensenlevens en elk mensenleven is evenveel waard. Niemand is beter dan een ander, gewoon omdat ge in het Westen leeft, hé.

Bijvoorbeeld: bij grote crisissen zoals in Syrië. Dat wordt bijvoorbeeld drie maanden lang in het nieuws gebracht en daarna wordt dat precies weggemoffeld. Zoals je ziet: die Afrikaanse landen... die crisissen zijn blijkbaar plotseling verdwenen. In mijn ogen denk ik niet dat dat zo is eigenlijk.

Sommige jongeren oordelen dat journalisten bepaald nieuws achterhouden om **de bevolking te beschermen**. Soms is het beter dat het brede publiek niet van alles op de hoogte is.

Meestal is er wel genoeg achtergrondinformatie maar bijvoorbeeld met gevoelige onderwerpen zeggen ze niet alles. Maar dat begrijp ik ook. Men wil zorgen voor de veiligheid van de burgers. En ik denk dat dat wel normaal is.

Sommige jongeren beseffen dat journalisten **moeilijk 100% objectief nieuws** kunnen brengen omdat **journalistiek mensenwerk** is.

Een journalist is ook maar een mens en die heeft ook zijn mening. Als ik [als journalist] één iemand ga interviewen, ergens zal ik in dat artikel iets van mijn gevoelens zeggen of weet ik veel zal ik erin steken. Dus eigenlijk is dat wel normaal.

Ik denk dat ieder persoon zijn eigen artikel maakt. Dit is mijn opinie en volgens mij gaat het zo. Mensen die dat lezen, geloven jou dan. Eigenlijk zouden ze alleen nog maar objectief moeten zijn.

Ook de keuze van **beeldmateriaal** kan subjectiviteit inhouden. Foto's zijn een kleine selectie of een vertekening van de werkelijkheid, menen sommige jongeren.

Op een foto kan je nog steeds laten zien wat je wil laten zien. Dat is zoals dat je lacht op een selfie, terwijl je in het echt kei depressief bent. Begrijp je? Niemand weet dat je je eigenlijk niet goed voelt.

Je kan een foto op verschillende manieren bekijken. Je weet nooit wat er zich achter die foto afspeelt.

Het is heel opvallend met Erdogan bijvoorbeeld. Ik ben totaal geen aanhanger van hem, maar toch merk ik altijd dat de foto van hem zo'n heel enge foto is waarbij hij heel boos kijkt en waarbij ge echt zo zou zeggen: 'ja, dat is een dictator gewoon'. Ik zeg dat als iemand die niet van hem houdt, maar als ik echt objectief moet zijn, dan is dat heel vaak zo.

SUGGESTIES VAN JONGEREN VOOR NIEUWSREDACTIES

Omdat vele jongeren via het nieuws op de hoogte gehouden willen worden van 'de waarheid', willen ze liefst **zo objectief mogelijk nieuws** tot zich krijgen. Ze zijn meer geïnteresseerd en hechten **meer geloof aan feiten dan aan meningen** en opvattingen van de journalist of nieuwsactoren.

Je moet niet kijken wat het standpunt is, je moet gewoon vertellen wat er is gebeurd.

Je mag geen mening geven, nieuws is geen mening. Je moet gewoon laten zien wat er is gebeurd. Dat is het probleem, iedereen geeft zijn mening. Dat is juist fout. Je moet gewoon laten zien wat er is gebeurd, klaar.

Je moet de waarheid vertellen. Je moet de feiten laten zien.

Ik zou het informatief en zakelijk houden.

Een jongere vindt dat journalisten de maatschappelijke rol hebben om **mensen te wijzen op belangrijk nieuws**, en daarom hun nieuwspubliek mogen overtuigen.

Ik zou toch proberen om iets meer neutraal proberen te zijn en ook overtuigender voorkomen. Eigenlijk zou de informatie die ik heb wel neutraal houden, maar de manier waarop ik dat geef zou eigenlijk beter, meer zijn dan neutraal. Een beetje overtuigen van: kijk, het is belangrijk voor u om dit te weten en vooral voor de jongeren. Dat werkt zo meestal ook. Ik denk dat dit bij iedereen thuis zo is. Je moeder moet dan een aantal keer iets herhalen totdat je dat doet of dat je dat volgt, zeg maar.

BEVINDINGEN UIT DE DIALOOGGESPREKKEN: REACTIES VAN MEDIAMAKERS

Veel jongeren vragen om meer objectiviteit en verlangen van een journalist dat hij of zij de waarheid brengt. De medi makers geven in de gesprekken echter aan dat **de objectieve waarheid niet bestaat**. Als journalist kan je enkel zo goed mogelijk de relevante informatie geven zodat het publiek zelf kan oordelen en interpreteren.

Je hoort allerlei verschillende versies van de feiten en dan is het aan mij of aan ons om daar de waarheid zagezegd... Die is er niet hé, dat is altijd een interpretatie. Maar om daar een soort van middenweg in te zoeken van: wat is er hier nu waar en wat is er hier nu niet waar?

Ik ben ervan overtuigd dat in misschien 90-99% van de reportages die we maken, je er al van moet uitgaan dat de waarheid niet bestaat.

Er is geen waarheid ofzo, en dat is als journalist heel moeilijk. Die zegt dat en die zegt dat, maar wat is het nu eigenlijk? Ik zal ze allebei hun zegje laten doen en ik zal er zoveel mogelijk randinformatie over meegeven, zodat de kijkers zelf hun oordeel kunnen vellen. Wij gaan nooit zeggen: 'Trump is een slechte president'. Dat kunnen wij niet maken.

Alles dat je schrijft, is in zekere mate subjectief, want jij schrijft het. Jij interpreteert hetgeen er gebeurt. Maar dat zeg je er ook eerlijk bij. En als je er twee, drie verschillende bronnen in kan brengen, dan heb je pro en contra stemmen, dus dan houd je dat in evenwicht.

Ik geloof dat je als journalist altijd subjectief bent. Per definitie. Om een voorbeeld te geven: als ik op straat met een cameraploeg zou wandelen en ik zou zeggen: ik ga die een vraag stellen en die, en bij die persoon denk ik er zelfs niet aan. Dat op zich is al subjectief, dat je net die ene persoon verheft en die andere niet.

6.2.5 Balans en woord-wederwoord

BEVINDINGEN UIT DE FOCUSGROEPGESPREKKEN

Jongeren zijn **gevoelig voor nieuws dat slechts vanuit één invalshoek verteld wordt**.

Hoe objectiever ze zijn, hoe beter. Ik heb bijvoorbeeld het gevoel dat bij Eén en Terzake en zo, dat zij eigenlijk veel objectiever zijn. Ze zeggen de feiten en ze zeggen vaak wat de andere kant heeft gezegd: naar 't schijnt is er ook dat en dat en dat gezegd.

Ik vind VTM meestal eenzijdig. Een verhaal heeft altijd twee kanten, maar ze laten maar één kant zien.

SUGGESTIES VAN JONGEREN VOOR NIEUWSREDACTIES

Jongeren willen nieuwsberichtgeving die in **balans** is, met **woord en wederwoord binnen één nieuwsbericht**. Ze willen liever de verschillende kanten en opvattingen van een verhaal kennen dan slechts één mening te horen. Ook hier: omdat voor de meeste jongeren nieuwsgaring geen actieve bezigheid is, willen ze, wanneer ze het nieuws raadplegen, ineens op de hoogte zijn van alle kanten en meningen van het verhaal.

Misschien meer de verschillende partijen aan bod laten komen? Niet altijd focussen op één partij, maar dan verschillende verhalen langs verschillende kanten aanhoren.

Verzamel mensen van verschillende nationaliteiten met verschillende ideeën en voer daar een gesprek mee, maar ga niet bij één iemand interviewen en daar dan een verslag over maken.

BEVINDINGEN UIT DE DIALOOGGESPREKKEN: REACTIES VAN MEDIAMAKERS

Sommige medi makers zijn ervan overtuigd dat jongeren bepaalde vooroordelen hebben ten opzichte van de media. Een aantal journalisten wijten dit aan het **bepaalde mediagebruik van de jongeren**. Door zich beter te informeren en verschillende soorten media te raadplegen, kunnen de jongeren volgens de medi makers een genuanceerder beeld krijgen.

Zou ook je eigen beeld niet genuanceerder worden als je meer media probeert? Als je bijvoorbeeld De Morgen en De Standaard af en toe eens zou lezen, en niet alleen Het Laatste Nieuws? Dan ga je misschien zien dat niet iedereen zo is en dat er echt wel moeite wordt gedaan om iedereen erbij te betrekken.

Er zijn ook vooroordelen ten opzichte van media, die misschien minder bevooroordeeld zijn dan jullie nu denken, omdat je het eigenlijk alleen maar passief beleeft.

Een journalist geeft toe dat het principe van woord-wederwoord niet altijd gehanteerd wordt, en dat door **tijdsgebrek**.

In een ideale wereld zou het logisch zijn als je bericht over: 'zoveel jongeren opgepakt voor het dealen van wiet'. Dan zou je er eigenlijk perfect kunnen bijzeggen: 'maar, een beetje verderop om de hoek is een organisatie bezig die preventief...'. Dat zou eigenlijk beter zijn hé, dan heb je een veel evenwichtiger stuk. En ik vind dat zelf ook en ik maak exact dezelfde fout door het niet te doen. En ik ga u zeggen waarom. Ik heb een deadline dat ik daarover moet berichten, waardoor je eigenlijk heel weinig tijd hebt.

6.2.6 Stereotypering en beeldvorming

Stereotypering en beeldvorming werden niet bevraagd in de survey maar besloeg een groot deel van de focusgroepgesprekken. We bevroegen de jongeren over identificatie en perceptie van het nieuws: herkennen jongeren zich in het aanbod van de media? Hoe betrokken voelen jongeren zich daarbij? Komen ze voldoende en realistisch aan bod in het nieuws?

We splitsen de resultaten op in beeldvorming over jongeren in het algemeen enerzijds en jongeren met een migratieachtergrond anderzijds.

➔ Jongeren algemeen

BEVINDINGEN UIT DE FOCUSGROEPGESPREKKEN:

De meeste jongeren vinden dat ze **nauwelijks aan bod** komen in de nieuwsberichtgeving en dat journalisten nauwelijks om hun mening vragen. Ze wijzen op het feit dat zij de volwassenen van de toekomst zijn en dat ze daarom wel meer aan bod zouden moeten komen.

Om eerlijk te zijn, ik zie soms helemaal geen jongeren op tv verschijnen, noch positief noch negatief. Dus nee, ik voel me niet echt vertegenwoordigd.

Als je gewoon puur algemeen gaat kijken, komen jongeren zelfs amper aan bod. Onze mening telt ook niet. Daarom zijn we ook deze groep gestart. Het is gewoon alsof wij niet tellen. Het gaat over wat zij vinden, terwijl wij de toekomst zijn. Ik vind dat ze ook naar ons moeten luisteren.

Wij moeten ook ons mening uiten hé, niet alleen de mensen, de oudere generatie. Meeste meningen van ons die zijn interessant en die kunnen ook voor de maatschappij iets betekenen, maar die komen niet aan bod. Wij moeten over tien jaar leven in deze omgeving, niet zij. Zij zijn dan op pensioen in hun zetel aan het zitten en wij leven in deze maatschappij.

Als jongeren aan bod komen, zou dat vaak in de context van **negatief nieuws** zijn zoals misdaad, geweld en hangjongeren. Ze vinden dat journalisten geen oor hebben naar constructieve zaken die jongeren realiseren.

Als er iets over jongeren gezegd wordt, is het ofwel inbraak, rellen, uitgescholden of bedreigingen. In plaats van: jongere helpt een vrouw oversteken. Dat vind ik wel spijtig.

Die praten meestal over straatjongeren, wanneer we toch aan bod komen. Maar ze weten niet dat er ook jongeren zijn die zich bezighouden met dit bijvoorbeeld, met die vereniging. Dat weten ze allemaal niet en ze zoeken dat ook niet op.

Volgens verschillende respondenten is de **framing en de toon** van nieuws waarin jongeren aan bod komen vaak **negatief**. Journalisten zouden meer geneigd zijn om negatief nieuws te brengen over jongeren dan positief nieuws.

Ik denk wel dat de positieve dingen die jongeren doen minder aan bod komen. Maar als er dan wel bijvoorbeeld rellen zijn, dat dat wel zeker in het nieuws zou komen. Maar als er iets positief is, dat ze er minder aandacht aan gaan schenken.

Een jongere geeft aan dat journalisten de **extremen** in het nieuws brengen, zowel positieve als negatieve extremen.

Ik denk soms dat ze te extreem zijn. Dat ze heel extreem nieuws naar boven brengen over jongeren. Ofwel is dat heel positief, soms zelfs ongelooflijk positief, ofwel is het heel negatief over jongeren.

Jongeren geven zelf enkele **verklaringen voor het feit dat ze weinig in het nieuws aan bod komen**. Jongeren zouden minder nieuws bekijken en daarom een minder belangrijk doelpubliek zijn voor journalisten. Enkele jongeren geven aan dat jongeren minder interessant zijn om in het nieuws te komen omdat ze nog geen deel uitmaken van de actief werkende bevolking, en wispelturiger en minder mondig zijn dan volwassenen.

Niet veel jongeren kijken naar nieuws. Ik denk dat de media dat ook weet. Daarom dat die ook weinig doen voor jongeren.

Ik ben eerlijk gezegd niet zo interessant om in de media te komen. Je moet echt met projecten bezig zijn om in de media te kunnen geraken.

Jongeren zijn gewoon niet interessant in het nieuws.

Jongeren weten niet altijd hoe en wat ze moeten zeggen en zo. Ouderen weten dat soms wel beter.

Ik denk dat je als jongere heel snel van mening kunt veranderen. Je weet niet wat je wilt, je weet niet wat je denkt, als volwassene weet je al het ene.

SUGGESTIES VAN JONGEREN VOOR NIEUWSREDACTIES

Er wordt vaker over jongeren dan met jongeren gepraat. De respondenten denken dat jongeren frequenter en op een positievere manier in het nieuws aan bod zouden komen als **journalisten vaker naar jongeren zouden toestappen en om hun mening zouden vragen**. Journalisten mogen volgens hen meer moeite doen en meer tijd voorzien om effectief contacten te leggen.

De journalisten moeten minder bang zijn om naar de jongeren toe te stappen of naar bepaalde wijken toe te stappen. Ja, meer in contact komen.

De media moet ook zoeken hé. De media kijken alleen maar naar straatjongeren.

Meer naar de jongeren toegaan op scholen en zo. Dan krijgen die ook meer meningen.

Ik vind gewoon, journalisten moeten tijd hebben. Die moeten zo veel mogelijk mensen interviewen.

Die columns vind ik heel handig. Dat ze meer het woord geven aan die jongeren die toch nog degelijk iets te zeggen hebben.

Het journalistenkorps zou meer **jongere journalisten** kunnen aantrekken en aannemen, zodat er op redacties meer diversiteit is in leeftijd.

Ik kan misschien iemand jonger zien op het nieuws. Kan blank zijn, dat kan een Chinees zijn, maakt niet uit. Maar misschien het feit dat die gewoon al jong is, of gewoon al jonger is, gaat mij wel meer aanmoedigen om daarnaar te kijken. Omdat die misschien beter begrijpt wat ik wil of wat ik wil horen of wat ik wil lezen. Ik denk dat dat gewoon nog altijd zo ouderwets en oud volk is...

BEVINDINGEN UIT DE DIALOOGGESPREKKEN: REACTIES VAN MEDIAMAKERS

Een aantal mediamakers gaf aan dat ze dankzij het dialooggesprek met de neus op de feiten worden gedrukt, het was voor de meesten een eye-opener. Ze zien zich genooddaakt (verder) na te denken over de manier waarop zij jongeren representeren.

Ik vond het heel fijn om te doen, beetje een wake-upcall voor ons ook.

Superinteressant, vooral om te zien hoe diep en hoe breed dat de kloof is tussen wat wij maken als journalisten en de leefwereld van die gasten van 17, 18.

Wij zijn er ook constant mee bezig van: hoe worden bepaalde groepen gerepresenteerd? Dat is niet dat wij ons daar niet bewust van zijn, maar we kunnen nog veel beter denk ik.

Wij zijn wel bezig met wat dat jullie erover denken en voelen, dat vind ik heel erg. Maar ik denk dat we niet altijd even bewust zijn van de impact daarvan.

Ik denk dat er werk aan de winkel is voor ons. Want anders verliezen wij de aansluiting compleet.

➔ Personen met een migratieachtergrond

BEVINDINGEN UIT DE FOCUSGROEPGESPREKKEN:

Wat vinden jongeren van en hoe gaan zij om met de beeldvorming over personen met een migratieachtergrond in het nieuws? Voelen ze zich gerepresenteerd in de Vlaamse nieuwsmedia? Een groot deel van de jongeren ondervindt dat **personen met een migratieachtergrond nauwelijks een stem** krijgen in het nieuws. Als ze aan bod komen, is dat vaak in een **negatieve context**.

Teveel blank. Sorry maar... precies 95-85% van de personen die worden geïnterviewd zijn toevallig Belg Belg, en de rest zijn wij.

We hebben een maatschappij met een diversiteit dus je kan niet meer elks op uw eilandje uw eigen ding doen, dat gaat niet meer. Er moet wel een samenwerking zijn. En momenteel is het een heel blank nieuws.

Ik ben Belg. Maar als ik soms naar tv kijk, dan denk ik van: oké, ik ben precies toch geen Belg want er zijn alleen maar blanke mensen.

Ik denk ook dat de reden dat er weinig jongeren zijn die iets met media willen doen, is, omdat ze gewoon niemand zien op tv van onze huidskleur. Echt niemand, dus...

Ik zie bijna nooit allochtonen in het nieuws. Heel zelden. En als ze er op komen, dan meestal rond negatieve zaken. Maar nooit echt een positieve zaak. Ik zeg maar iets, bijvoorbeeld: 'hoe zie jij België over zoveel jaren?'.

Als er een Marokkaan, Afrikaan iets goed doet, komt dat nog aan bod, maar heel weinig.

Verscheidende respondenten oordelen dat Vlaamse nieuwsmedia **veralgemenen naar een hele gemeenschap** als het nieuws bericht over een negatieve gebeurtenis met een betrokken moslim, of met een persoon met een migratieachtergrond.

Eigenlijk is de islam niet veel anders als de katholieken en zo hè. Ge hebt ook katholieken die slecht zijn, die stelen en die mensen vermoorden. Maar daarover zeggen die niet veel. Maar als dat een moslim is, dan is iedereen slecht. Dan is heel, dan zijn alle moslims slecht. Maar als dat een katholieke is of een jood, dan is dat alleen maar die persoon dat slecht is.

Als je een hele bevolkingsgroep gaat veralgemenen door die paar rotte appels die in die groep zitten, dan vind ik je niet echt op niveau.

Wat ik ook raar vind? Eén persoon doet iets negatiefs en dat komt in de krant en alle Marokkanen worden daarop aangesproken. Alle Marokkanen hebben dat opeens gedaan, terwijl één persoon dat heeft gedaan. Als dat bij een Belg is, dan is dat gewoon die ene persoon.

Over de islam wordt heel veel negatief nieuws verteld. Soms denk ik dat is niet echt zo. Ik ben ook moslim, maar ik doe niks. Bijvoorbeeld IS, Islamitische Staat, vind ik jammer. Nu lijkt het net of iedere moslim daarbij hoort. Ik zou wel eigenlijk willen laten zien dat wij IS ook niks vinden. Er zijn namelijk heel veel mensen die er niks van weten, die er geen les in krijgen.

Journalisten zouden sommige **stereotiepe denkbeelden over de islam** creëren of in stand houden, bijvoorbeeld het Offerfeest onmiddellijk linken aan onverdoofd slachten, of een misdaad van een moslim onmiddellijk linken aan terreur.

Ze laten zo precies zien alsof onze feesten heel erg zijn tegenover de dieren. Ik vind dat een beetje hypocriet, omdat bijvoorbeeld de joden ook schapen slachten. Dat wordt dan niet gezegd natuurlijk, want alleen onze godsdienst doet dat. Dat vind ik een beetje hypocriet dat ze het zo laten zien.

Als er bijvoorbeeld een christen iemand vermoordt, waarom zeggen ze dan niet over hem dat hij een extremist is? Dat is gewoon een zot die een kind heeft vermoord die psychische problemen heeft. Zoals Kim de Gelder, in die crèche. Plotseling is het van: dat is een persoon met psychische problemen. Als het een moslim was, gingen ze helemaal iets anders zeggen.

Veel respondenten ervaren **negatieve gevoelens bij de beeldvorming** in de Vlaamse media. Ze voelen zich aangesproken en beledigd, zijn het beu en boos, en het heeft ook een effect op hoe ze naar zichzelf kijken. Voor moslimjongeren is religie vaak een belangrijk deel van hun leven en heeft het een positieve connotatie. Het is deel van hun cultuur en identiteit. Maar de beeldvorming in de media is vaak negatief of ongenueanceerd, waardoor ze negatieve gevoelens ervaren en zich geïsoleerd voelen.

Ik denk, nu echt op dit moment, van 'laat mij met rust'. Echt waar van 'stop er gewoon mee'. Geïsoleerd gewoon. Ge wordt gewoon boos, ik weet niet, dat is normaal. Er is altijd wel een artikel over islam of over Zuid-Afrikanen of over de Marokkanen en soms denkt ge van 'hey jongens, is er niks anders om te bespreken?'. En dan zijn er soms ook zo mensen, Belgen. Bijvoorbeeld mijn buurvrouw, die leest echt zo elke dag haar krantje. En dat kan zijn dat die dat echt gelooft hé. Er zijn zo veel Marokkanen die goed zijn, maar ze pakken altijd de slechten in het nieuws.

Als er iets gebeurt, bomaanval bijvoorbeeld, dat is een Belg die bombardeert. Dan zeggen ze: dat is zeker een moslim. Dat vind ik echt erg, sorry ze. Ik voel mij aangesproken. Vooroordelen. Maar die hebben geen bewijs, die moeten niet zeggen van: dat is zeker een moslim, dat woord, 'zeker'. Dat spreekt al genoeg, dat die een racist is. Winkeldiefstal, het was zeker een allochtoon.

Wij lijden er ook onder. Wij krijgen er ook een slecht beeld over, terwijl we goed genoeg weten dat dat niet waar is. Dat de islam er zelf niets mee te maken heeft. Het ergste is ook dat we er niks aan kunnen doen.

Ik volg eigenlijk ook niet echt het Vlaamse nieuws. Ik volg meer het buitenlandse nieuws, zoals RT en RTL en van die dingen. Omdat, als ge naar dit hier kijkt, voel ik mij constant beledigd, snap je? Ik voel me constant beledigd.

Verschillende respondenten zijn in het bijzonder gevoelig voor de **framing van de berichtgeving** over religieuze kwesties en over personen met een migratieachtergrond. De manier waarop nieuwsberichten gebracht worden is dus vaak een heikel punt. Het gaat dan bijvoorbeeld over de nieuwsberichtgeving over het **Offerfeest**:

Het gaat over het Offerfeest en kijk hoe die dat schaap vastheeft. Dat is zo precies van 'kijk goed naar de foto, dat dier wordt mishandeld'. Ge kunt er een andere foto bijzetten hé? Een schaapje in de wei ofzo. Of een schotel van hoe het schaap geserveerd wordt ofzo. Maar nee, een schaap moet vastgehouden worden door twee mannen, want het Offerfeest is morgen. Dat is kei slecht voor iemand die daar niks over weet.

Zoals bijvoorbeeld met dit artikel 'onverdoofd slachten'. Dat zag eruit zoals een bloedbad, elk beeld. Maar voor ons is dat even gezellig zoals Kerstmis bij jullie, maar dat zou ge niet op het nieuws zien.

Vorig jaar hadden ze dat wel goed gedaan vind ik. Op VTM hadden ze gezegd dat het een dag is waarop moslims samenkomen met familie, vrienden en burens... dat wij dat

samen vieren. En toen hadden ze ook op het einde gezegd: 'Geniet van jullie Offerfeest.' Maar dit jaar was het een ander verhaal.

De media zouden ook bepaalde **nieuwsfeiten framen in wij-zijverhoudingen**: nieuwsmedia zouden 'ingroups' en 'outgroups' creëren of in stand houden.

Hier kan de media leiden tot 'wij' en 'jullie'. Dat maakt gewoon de wereld kapot.

De media zorgt ervoor dat mensen zo gaan denken, dat er zo veel IS-aanhangers zijn. Want die zorgen ervoor dat er zo twee groepen zijn. Wij-zij-maatschappij. En daardoor gaan mensen denken 'ah, misschien is dat wel zo, misschien hebben die wel gelijk en moet ik mij daarbij aansluiten'.

Wanneer vermelden journalisten de nationaliteit of achtergrond van personen wel en wanneer niet? Volgens verschillende respondenten **vermelden journalisten de nationaliteit** (bijvoorbeeld Belg) **of achtergrond** (bijvoorbeeld Marokkaans) naargelang de context van een nieuwsfeit. Sommige respondenten zijn van mening dat journalisten die keuze laten afhangen van commerciële belangen.

Weet je wat ik spijtig vind? Als iets slechts gebeurt, dan is het een moslim. Maar als er iets goed gebeurt, dan is het een Belg. Zoals bijvoorbeeld Fellaini. Een Belgische speler heeft een goal gescoord. Snap je? Als er iets goed gebeurt, dan is het een Belg, als iets slecht gebeurt, dan is het een Marokkaan of een moslim.

Ze weten wel hoe het kan. Ze weten het goed genoeg. Ze weten wat mensen lokt en wat dat mensen niet lokt. Het feit dat ze op het ene moment zeggen dat dat een Belg is en op andere moment een moslim, dan weten ze goed genoeg wat dat ze aan het doen zijn. Ze zijn gewoon aan het spelen met de cijfers.

De beeldvorming over personen met een migratieachtergrond in de media stemt dus volgens de respondenten over het algemeen niet overeen met de werkelijkheid. Zij verklaren dat onder andere door het feit dat de media en het brede publiek **weinig kennis hebben over andere culturen en religies**. Ook is er volgens hen **weinig contact tussen de culturen** die in België samenleven.

Ik vind ook dat er kennis ontbreekt qua geloof. Bijvoorbeeld, het is niet de schuld van België maar er is weinig kennis en er is weinig tijd om kennis op te doen.

Ge hebt veel mensen die eigenlijk niet in contact komen met die andere culturen. Als je dan enkel het beeld krijgt van de media, dan vormt ge ook uw mening door de media, neemt ge die gewoon klakkeloos over.

De oudere generatie, dat zijn vooral Belgen. En de jongere generatie is vooral multi-cultureel. Dus die komen niet echt in contact met de nieuwe cultuur. Ik denk dat ze daar al een vooroordeel hebben over ons, dan is het nog moeilijker om een goed beeld te hebben.

Ze halen het helemaal uit de context. Je kan niet één vers uit de Koran halen en het zo gaan interpreteren. Dat gaat niet. Je moet dat in de historische context plaatsen, je moet dat in zijn geheel bekijken. Dat is wat de media ook verkeerd doet.

Een andere verklaring die de jongeren geven voor de problematische beeldvorming is de **weinig diverse redactiesamenstelling van Vlaamse nieuwsmedia**. Journalisten van Vlaamse nieuwsredacties zijn grotendeels 'blank' en van Belgische oorsprong, die naar de wereld kijken en nieuws maken door een westerse bril. Daardoor zouden ze niet altijd de reflex hebben om ook de mening van andere betrokken gemeenschappen aan bod te laten komen. Of bestaat er het risico dat de journalisten zaken foutief interpreteren.

Ik denk dat het nieuws ook zo eenzijdig is, omdat wij er gewoon niet aan meewerken. Ik denk dat de meeste werknemers van bijvoorbeeld VTM puur Belgen zijn die geen origine van andere landen hebben.

Ik denk dat je als Belgische met een Marokkaanse achtergrond wel een beetje anders gaat denken en misschien meer van beide verhalen zou laten zien. Ik weet het niet... Misschien doen die mensen dat niet eens bewust, hè. Dat ze dat gewoon onbewust, vlakaf op een verkeerde manier interpreteren en dat dan zo doorgeven.

SUGGESTIES VAN JONGEREN VOOR NIEUWSREDACTIES

Journalisten mogen volgens de respondenten **niet te snel conclusies trekken, veralgemenen** naar een gemeenschap in zijn geheel of **verbanden leggen die nog niet bevestigd zijn**.

Er mag wel negatief nieuws zijn, maar geef het juiste nieuws. Niet van: je was moslim, ah, klaar: extremist.

Al zeker niet veralgemenen. Weten wat het probleem was eigenlijk. Niet gewoon insinueren ofzo. Uitzoeken waarom doen die dat. Er moet een reden zijn.

Dat wij niet met IS in verband worden gebracht, want wij hebben daar eigenlijk echt niks mee te maken. Dat ze niet zo: 'Dé moslims...'. Nee, IS deed dat, niet wij.

Als je bijvoorbeeld het ene geeft: aanslag. Oké. Als dat een islamiet is: oké. Maar geef dan meer uitleg waarom heeft hij dat gedaan? Is dat de echte reden dat hij dat vanuit zijn geloof heeft gedaan?

Ik vind dat ze islam gewoon als religie moeten beschouwen en niet als IS.

Het nieuws mag **personen met een migratieachtergrond niet enkel in verband brengen met negatieve zaken**. Het is belangrijk dat ook positieve zaken over hen het nieuws halen en dat er met respect bericht wordt.

Ik vind ook dat het altijd jongeren zijn van 16, 17 en 18 die naar Syrië vertrekken. Ik vind ook dat ze af en toe moslimjongeren die gaan studeren mogen laten zien. Ik zie ook vaak op de Gazet van Antwerpen dat de jongeren, de Marokkaanse jongeren, iets goeds doen maar daar wordt niet op geklikt, dat is niet interessant.

Gewoon ook onze positieve kanten laten zien. Niet alleen de negatieve. Moslims organiseren ook heel veel dingen voor jongeren, dat ze samenkomen. In Borgerhout heb je er heel veel... dat ze zeggen hoe de islam eigenlijk echt is. Er gebeuren van die workshops en zo. Dan zeggen ze ook van IS, dat dat nergens staat. Dan geven ze goede argumenten. Of in de moskee, tijdens lezingen bij de vrijdagpreek wordt dat ook vaak gezegd. Dat zou ik dan in het nieuws zetten, eerder dan het negatieve.

[Over berichtgeving over het Offerfeest] Gewoon respect hebben. Tegenover iedereen zijn eigen cultuur en geloof. Wij doen dat ook tegenover hen, dus dat moet wederzijds zijn als het ons feest is.

Bijvoorbeeld, er zijn twee moslimjongeren die worden geïnterviewd. Ze kunnen goed met kinderen omgaan en die doen jeugdwerking. Bij artikels schrijven ze nu: er zijn ook goede moslims, maar ze moeten het omdraaien. Eigenlijk is dat van: 'moslims zijn toch goed, maar er zijn ook slechte bij'. Nu leggen ze meer de focus op de slechten.

Journalisten zouden **meer de stem mogen laten horen van moslims of personen met een migratieachtergrond**, vooral bij nieuws waarin de religie of gemeenschap negatiever in beeld komt.

Er gebeuren ook vaak protesten, heel vaak hebben moslims in België geprotesteerd ook tegen IS en zo, maar ik heb dat maar weinig in het nieuws gezien. Ja, ga moslims interviewen ofzo die daartegen zijn. Ga hun verhaal horen. Wat vinden zij daarvan? En laat dat dan op het nieuws zien. Dat is helemaal niet het geval nu.

Komt er in het artikel iemand van de moslingemeenschap aan het woord? Nee, alleen die van de N-VA. Van dierenwelzijn. En dat is het. Dan heb je maar één mening. Ja, dan heb je één standpunt, maar naar ons wordt er niet geluisterd. Ik vind: je mag je standpunt hebben. Dat is geen probleem. Iedereen zijn mening, maar dan moet die van ons ook een beetje gerespecteerd worden. En ook op het nieuws komen. Want dat komt nooit op het nieuws.

Als je bijvoorbeeld een artikel wil schrijven over bijvoorbeeld die hele Zwarte Pieten-problematiek, dan kan je niet alleen Janneke en Mieke gaan interviewen. Je moet ook gaan zien hoe andere gemeenschappen zich daardoor aangesproken voelen.

Het tenminste niet van één kant bekijken zoals de meeste westerse media het doen.

Het is belangrijk voor de beeldvorming dat personen met een migratieachtergrond niet enkel om hun mening wordt gevraagd als het gaat over hun land van oorsprong of hun religie. Het is belangrijk dat ze ook aan bod gelaten worden **bij alledaagse onderwerpen**.

Wij zijn moslim. Inderdaad, wij geloven dat. Maar wij bestaan ook uit heel veel andere facetten. Vraag ons ook voor andere dingen. Milieuvervuiling. Ik houd mij daar ook mee bezig, hè.

Je hebt zo als nieuws: jongerennieuwskanaal Muslim. Zoiets vind ik heel leuk. Dat wordt op verschillende manieren benaderd, er komen dan ook dingen die met jouw identiteit te maken hebben waar je u dichterbij bij voelt.

Journalisten moeten volgens veel jongeren **voorzichtig omspringen met het vermelden of tonen van persoonsgegevens** zoals naam, uiterlijk of het land van herkomst.

Gewoon geen naam bij geven. En als ze een foto plaatsen gewoon die ook niet laten zien. Als ze dan een donkere huid zien dan is het direct...

Nationaliteit, ik zou dat niet vermelden. Belg of Marokkaan, dat boeit toch niet?

Ik vind dat we ons meer zouden moeten concentreren op wat die persoon gedaan heeft in plaats van zijn religie erbij te vermelden.

Alles anoniem laten. Ik vind, bijvoorbeeld, er is een diefstal gepleegd, dan moeten zij dat anoniem laten en niet zeggen van, 'het was weer...' of 'we denken dat het een Marokkaan is'. Totdat dat echt op papier staat, dat dat een allochtoon is, dan moogt gij dat zetten, ik zou zeggen, het staat echt vast. Maar niet van, we denken dat het een allochtoon is want hij heeft een donkere huid. Een Belg kan ook naar de zonnebank gaan.

Het **gebruik van bepaalde terminologie** kan op zich al discriminerend overkomen en wij-zij-verhoudingen creëren.

Gewoon al de woorden 'allochtoon', 'autochtoon' en dit en dat, ik vind dat allemaal belachelijk.

Dat wordt altijd gelinkt. Moslimextremisme.

Nieuwsredacties mogen volgens de jongeren **meer divers** zijn en **meer kennis over andere culturen en religies** in huis hebben.

Meer kennis opdoen over bepaalde onderwerpen. Bijvoorbeeld als je over de islam gaat praten, dan moet je weten wat de islam is. Dat je niet zomaar dingen gaat vertellen. Die hebben niet veel kennis maar die praten erover.

Als er iets is met moslims, dat je dan een moslim stuurt naar daar.

Ze zouden bijvoorbeeld in een journalistenkorps een moslim kunnen aannemen. Het is hetzelfde bij politieagenten hé.

Als ge mensen hebt van verschillende etnische achtergronden kan je makkelijker mensen aanspreken. Gewoon omdat er al, ja, de Marokkanen misschien denken: ah, er is ne Marokkaan op tv, wat heeft die te vertellen? Dan gaat die er misschien meer naar kijken, dan heeft die misschien wat meer aanmoediging om misschien wel naar het nieuws te gaan kijken.

Dat was dit jaar of vorig jaar als ik mij niet vergis, hebben ze bijvoorbeeld zo iemand gezet van Rwandese afkomst denk ik. Aster, ik ben zijn achternaam vergeten. Wij dachten zo van: finally, dat is diversiteit. Maar ik vind dat ook wel een beetje hypocriet als ge gewoon iemand met een kleurtje zet, en daar stopt het. Om te zeggen van: 'kijk, wij zijn divers'. Maar ééntje is niet genoeg, ik vind dat er meer zou moeten komen.

BEVINDINGEN UIT DE DIALOOGGESPREKKEN: REACTIES VAN MEDIAMAKERS

De medi makers geven zelf aan dat er **onvoldoende diversiteit** is op de redacties waar zij werkzaam zijn. Hoewel ze zich hier wel bewust van zijn, hebben ze er niet altijd een verklaring voor. Bij sommigen begint er verandering op gang te komen.

Wij zitten met 100 mensen op de redactie en er zitten veel te weinig allochtonen tussen, dat is zo. Dat is moeilijk om dat op gang te krijgen.

Toen ik begon op de nieuwsdienst 15 jaar geleden, was ik één van de weinige vrouwen daar. Het waren allemaal oudere mannen. Alleen oude, blanke mannen, om maar iets te zeggen. Als je vandaag de dag bij ons op de redactie rondloopt, heb je meisjes met een hoofddoek.

Het profiel van de blanke, mannelijke journalist van middelbare leeftijd heeft ook gevolgen voor de berichtgeving in het nieuws. Het **netwerk** van de journalist is immers deels bepalend voor wie er in het nieuws aan bod komt.

Journalisten zijn nog altijd zoals ik: blond, blank, niet-gelovig of christelijk, zonder bijvoorbeeld migratieachtergrond, dus mijn netwerk gaat ook al... Ik ben heel open-minded, maar ik ken in Mechelen eigenlijk niet zoveel jonge gasten zoals jullie, om eerlijk te zijn. Dus mijn netwerk, dat gaan ook mensen zijn die oer-Vlaams, blank en hoogopgeleid zijn. Als die mij tips geven, gaat dat ook ander nieuws zijn dan als jij mij een tip geeft, of hij geeft mij een tip.

Oudere journalisten hebben ook weinig jongeren in hun eigen netwerk zitten. Dus waar ga je die dan vinden?

Hoe komt dat? We moeten niet stom doen. Pakt 70% van mensen die in de media staan, zijn blanke mensen. Meer dan de helft daarvan dan nog eens mannen, die van een middenklasse gezin komen, die hogere studies hebben gedaan. Het is gemakkelij-

ker om iemand in je eigen netwerk te zoeken. Niet iedereen denkt daar even hard bij na om een beetje diversiteit daarin te brengen.

Ik denk dat het soms vaak ook te maken heeft met: hoe meer dat je midden in iets staat, hoe beter dat je er iets over kan zeggen.

Het al dan niet **vermelden van de nationaliteit of religie** van nieuwsactoren is vaak een moeilijke overweging voor mediamakers.

Het is continu een wisselwerking van: wat ga ik zeggen, wat ga ik niet zeggen? Wat wij nu vooral doen is: wanneer wij heel zeker weten dat het gaat over iemand van die nationaliteit en die aanslagen of dingen waren zeker geïnspireerd op basis van extremisme, dan gaan we dat benoemen. Als we dat niet weten, proberen we dat niet te doen, als er twijfel is. Maar dat is een hele moeilijke.

Anderhalf jaar geleden of een jaar geleden werd een mail rondgestuurd op de nieuwsdienst dat niemand in zijn stukken IS nog de volledige naam mag zeggen. Dus het woord 'islamitisch' mag niet meer genoemd worden. In principe is dat eigenlijk tegen je rol als journalist, want je moet eigenlijk altijd informeren. Het feit dat je de afkorting gaat vertellen voor de kijker die het niet zou weten, is heel logisch.

De vraag is: hoe relevant is dat natuurlijk? Dat is wel natuurlijk het eerste wat in je opkomt hé. Bijvoorbeeld, er gebeurt iets in Denemarken en het is sowieso geen Deen geweest, dan wil je toch graag weten: wie dan wel? Het is een reflex ofzo. Voor de daad zelf uit te leggen, is dat eigenlijk niet relevant. Of dat nu een Schot was, of een Arabier, of een Australiër, in principe over de daad zelf voegt dat geen meerwaarde toe. Die is al gepleegd en je kan beter daarover verslag uitbrengen. Maar je weet vaak heel weinig over het slachtoffer of over de dader, en dan de dingen die je weet, die vertel je.

6.2.7 Goed/positief en slecht/negatief nieuws

BEVINDINGEN UIT DE FOCUSGROEPGESPREKKEN

De respondenten vinden dat er **weinig balans is tussen goed en slecht nieuws** in de berichtgeving. Nieuwsmedia zouden vooral focussen op negatieve gebeurtenissen en feiten.

Als er één positief artikel is zijn er wel twintig negatieve berichten.

De media wil precies laten zien dat er alleen maar slechte dingen zijn.

Er is te weinig positief in de media. Te veel negatief. Er is alleen maar negatief. Negatief moet zwaar zakken en positief moet zwaar omhoog. Maar niet altijd hé.

Het is niet zo dat de jongeren vinden dat er alleen maar slecht nieuws aan bod komt. Sommige jongeren stellen vast dat er **ook goed nieuws** gebracht wordt. Al is dat vaak 'kleiner' nieuws dat minder impact heeft op de maatschappij of minder prominent in beeld komt.

Als er positieve dingen gebeuren, is dat nooit echt op grote schaal. Het negatieve is altijd veel groter. Er is bijvoorbeeld een aanslag op de luchthaven van Zaventem of er is een olifantje geboren in de Zoo van Antwerpen.

Meestal bij de heel negatieve of bij de heel sensationele artikels, dat gaat zo in het keigroot staan. En als er iets positief is of misschien iets minder sensationeel, oh zo'n vierkantje. Ik klik wel op de negatieve artikels, die ik op een website zie. Maar dat is

ook omdat dat precies zo hetgeen is dat het meest opvalt op uw scherm. En waardoor je de rest niet meer of heel weinig ziet eigenlijk.

Ook al vinden jongeren dat de nieuwsmedia voornamelijk berichten over slecht nieuws, geven ze ook wel toe dat ze zelf **eerder aangetrokken zijn door slecht dan door goed nieuws**. Ze zien het nieuws als een weerspiegeling van de maatschappij en willen op de hoogte zijn.

Het slechtste wat er gebeurt, dat lees ik altijd het eerste.

Het is soms wel triestig, maar als ik dat niet zou kunnen weten, dat is ook geen oplossing.

Ik wil weten als er iets gebeurt. Er zijn ook mensen die ergens in de wereld zitten waar ze mensen willen helpen, maar ze weten precies niet waar mensen hulp nodig hebben. Als zij dat gewoon in het journaal hebben gehoord, dan gaan zij misschien zoeken waar die mensen zijn. Zoals de rampen die gebeuren, zoals bijvoorbeeld in Nepal: het Rode Kruis was ook op zoek naar hulp van mensen om geld te storten naar een rekeningnummer. Als je dat gezien hebt en je hebt nood om die mensen te helpen, dan kan je direct van bij je thuis beginnen.

Je wil gewoon weten wat er gebeurt, ongeacht of dat positief of negatief is.

De jongeren geven verklaringen voor het feit dat het nieuws grotendeels negatieve gebeurtenissen brengt. Ze stellen dat **slecht nieuws meer publiek, reactie en discussie** aantrekt en teweegbrengt. Het brengt de gemoederen in beweging. Goed nieuws is geen nieuws.

Positief trekt minder kijkcijfers, minder kijkers.

Negatief nieuws genereert reactie en discussie.

Het is meestal geen nieuws als het positief is.

Op positieve berichten kan je niet veel zeggen of niet veel tegenspreken. Dus daarom snap ik wel dat er negatieve dingen zijn.

Ik weet niet hoe ik het mag noemen, maar dat is een beetje masochisme. Ik heb soms de indruk dat mensen dat graag zien dat er iets ergs gebeurt ergens. Zulke berichten krijgen ook veel meer reactie.

Iedereen is gemaakt dat ze eerder geïnteresseerd zijn in het negatieve en het onbekende dan iets positief. Want positief: oké proficiat. Maar negatief: mensen kunnen zich er mee moeien, mensen kunnen er een reactie op aansluiten, mensen kunnen zien wat andere mensen erover te zeggen hebben. Bij positief: iedereen heeft zijn eigen mening en daar laat iedereen elkaar met rust.

Nieuws is nieuws, ongeacht of de feiten goed of slecht nieuws zijn. Waar de jongeren eerder een probleem ondervinden, is dat het nieuws vaak **negatief** geframed wordt. De manier waarop of de invalshoek van waaruit nieuws gebracht wordt, gaat vaak gepaard met een negatieve toon. En daarover is er een grotere gevoeligheid dan het feit dat het nieuws focust op negatieve feiten en gebeurtenissen.

Dat is niet positief of negatief, dat is gewoon nieuws. We zijn verplicht om dat te weten. Maar hoe ze dat overbrengen, dat is negatief nieuws in mijn ogen.

Daar dient nieuws toch ook voor. Ge gaat toch geen sprookjes ofzo zitten lezen. Ge moet lezen wat er aan de hand is in de wereld. Het gaat over de manier waarop dat wordt weergegeven.

Ik vind: dan het echte negatieve en niet zelfgemaakt, geforceerd negatief nieuws. Dan heb ik het liever niet dan dat ze liegen.

SUGGESTIES VAN JONGEREN VOOR NIEUWSREDACTIES

Jongeren willen **meer balans tussen goed/positief en slecht/negatief nieuws**, liefst binnen één nieuwsbericht. Zo zou een nieuwsbericht met feiten die een negatieve impact hebben op de maatschappij ook mogelijke oplossingen of hoopgevende signalen mogen brengen.

Een beetje balans, snap je? Als je kijkt naar het nieuws dan verlies je hoop. Dan zeg je: de wereld is toch naar de kloten. Als je er een beetje positief bij haalt, dan denk je: er is toch iets te doen in het leven.

De mensen hebben het recht om te weten wat er gebeurt in de wereld. Als er iets negatiefs gebeurt, moeten ze dat ook weten. Maar niet alleen maar negatief. Die moeten echt een balans hebben. 50% negatief en 50% positief.

Alle kanten van een verhaal laten zien. Niet alleen negatief, maar alle twee samen laten zien.

Eerder oplossingen.

[Over nieuws over aanslagen] Dat was puur entertainment en dat is puur gebruikmaken van de emotionele situatie op dat moment en dat is verkeerd. Je moet mensen op zo'n moment juist hoop geven.

BEVINDINGEN UIT DE DIALOOGGESPREKKEN: REACTIES VAN MEDIAMAKERS

Sommige mediamakers geven in de gesprekken de jongeren gelijk dat er meer **slecht of negatief nieuws** te vinden is dan **goed of positief nieuws**. Toch proberen ze een balans te vinden.

Dat is een beetje het cliché: goed nieuws is geen nieuws, of hoe zeggen ze dat? Dat is een teneur die... Dat is wereldwijd een feit denk ik. Als het goed gaat is het geen nieuws, dan gaat het goed. Tenzij dat het beter gaat dan het nu gaat.

Dat proberen we soms, op de frontpagina van iets lichters te combineren met iets zwaarder. Maar ja, je kan er natuurlijk niet omheen, het harde nieuws moet ook verteld worden.

Je voelt wel dat er nood is aan zo'n positieve verhalen. Wij maken er toch ook werk van, in het algemeen dan, eens je de krant hebt uitgelezen, dat je geen slecht gevoel hebt maar dat je zo'n mix van negatieve verhalen en positieve verhalen krijgt. Dat er ook nog goeie dingen gebeuren bij ons.

6.3 NIEUWSVORM

In het derde onderdeel worden de bevindingen omtrent de nieuwsvorm bekeken. De vorm van nieuws werd niet bevraagd in de survey. Hieronder worden de resultaten uit de focusgroepgesprekken besproken. Om de nieuwsvorm te bevragen, werd gebruik gemaakt van voorbeelden van verschillende nieuwsitems. Wat maakt sommige media vormelijk beter dan andere? Daarbij werden verscheidene aspecten bevraagd, zoals lay-out, foto's, video's, enzovoort.

BEVINDINGEN UIT DE FOCUSGROEPGESPREKKEN

De lengte van een nieuwsbericht is vaak een referentie voor de jongere nieuwsgebruiker om te bepalen of die wel of niet het nieuwsbericht zal bekijken. De meeste jongeren zijn van mening dat **nieuwsberichten vaak te lang** zijn.

Bij een app zie je niet altijd hoe lang een artikel is. Eerst scrollen. Eerst checken. Eerst kijken en dan lezen. En als het lang is? Dan lees ik dat gewoon niet.

Je haakt gewoon af als dat zo een heel lange tekst is. Dat is gewoon puur uit luiheid en dat is wel erg eigenlijk.

Meestal bij een krant sla je sommige dingen over omdat je denkt: dat is een te lange tekst. Je gaat er over. En dan misschien heb je iets belangrijks gemist.

Als je aan een krant moet beginnen. Die titel spreekt me wel aan, maar dan zie je zo: drie pagina's, ik zal het gewoon toedoen.

Enkele jongeren vinden **niet** dat nieuwsberichten **korter** moeten, omdat er anders informatie zou ontbreken.

Ik vind niet per se dat het korter moet worden. Als het korter wordt, dan ontbreekt er waarschijnlijk meer informatie dan als het een langere tekst is.

Beeldmateriaal zoals **foto's of video's trekken de aandacht** van de jongere. Beeld is, naast de lengte van een nieuwsbericht, een belangrijke trigger om een nieuwsbericht al dan niet te bekijken. Foto's en video onthullen al voor een deel waarover het stuk zal gaan. Beeld is voor de jongeren ook een 'venster op de wereld'. Ze kunnen met hun eigen ogen waarnemen wat er 'echt' gebeurd is. Beeld verhoogt de geloofwaardigheid van een nieuwsbericht voor de respondenten.

Als je zo'n tekst leest en de foto's ziet, dan is dat zo van: ik wil wel zien wat er is gebeurd.

Als er foto's zijn, hebben wij een idee van wat er echt aan de hand is. Als je gewoon tekst hebt, dan...

Ik vind het wel belangrijk om sommige dingen te zien. Als je dat beschrijft, dan wil je dat zien op foto of op film.

Artikels met alleen tekst, ik geloof dat niet. Ik kan dat niet geloven. Ik moet eerst beeld hebben, een foto, voordat ik dat kan geloven.

Naast de lengte van een nieuwsbericht en de aanwezigheid van beeld, zijn **titels** een manier om de aandacht van de respondenten te trekken. Titels geven ook al duidelijke aanwijzingen van de inhoud van het nieuwsbericht.

Bij apps staan er meestal wel titels bij en dan zie je: dat is belangrijk. Je klikt erop en dan begin je te lezen.

Alleen door de titel te lezen denk ik: 'oh nee, wat is er gebeurd?'.

Als jij gewoon die titel leest, dan weet je al over wat het zal gaan, tot welke conclusie dat jij kunt komen.

Sommige jongeren ondervinden tegelijk dat de **titel niet altijd overeenkomt met de inhoud** van het nieuwsbericht. Een titel is soms op commercie en sensatie gericht, en is inhoud dat uit zijn context getrokken is.

Wat ik ook wel haat: die hebben echt zo'n goeie titel, je leest dat artikel en die titel heeft daar niks mee te maken. Dan denk ik: 'waarom heb ik dat nu gelezen?'.

Soms staat er een inhoud in die niet zoveel met de titel te maken heeft. Of zo een zin die overdreven klinkt, en lees je de inhoud en dan heeft het niet zoveel belang.

Ze pakken meestal de meest radicale zin uit een heel krantenartikel en zetten die als titel. Want ja, die krant moet verkocht worden.

SUGGESTIES VAN JONGEREN VOOR NIEUWSREDACTIES

Sommige jongeren suggereren om **meer kortere nieuwsberichten dan enkele lange** aan te bieden.

Ik heb ook veel liever dat het meerdere korte artikels zijn dan één lang artikel waar je halverwege de draad kwijt bent. Dat je van alles een beetje weet. Dan kan je ook kiezen: dat wil ik wel zien en dat niet.

Een jongere geeft aan dat het gebruik van **meer tussentitels** zou helpen om doorheen een tekst te gaan.

Soms is er echt te veel tekst. Bijvoorbeeld, dan heb je drie vier alinea's en op de volgende pagina nog eens twee alinea's. Meer tussentitels.

Twee versies van hetzelfde nieuwsbericht waarbij de ene versie kort en feitelijk is, en de andere versie langer en diepgaander is, zou volgens een respondent een goede benadering zijn om meer jongeren aan te spreken.

Ik zou twee versies van hetzelfde artikel maken: een korte en een lange versie. Op een app zou het mogelijk kunnen zijn. Dan klik je eerst op een korte en je leest dat bijvoorbeeld. Dan wil je veel meer achtergrond en dan klik je op een bepaald artikel, de langere versie.

Meer beeldmateriaal (vooral bij krantenartikels) zou het nieuwsgebruik van jongeren doen stijgen volgens verschillende jongeren.

Meer foto's. Dat helpt bij het begrijpen. Als je het artikel leest, kijk je ook naar de foto. Dan hebt je tenminste een beeld. Voor dat je dat gaat lezen, dan ziet je dat voor u staan en kunt je dat een klein beetje begrijpen, dan weet je wat je precies gaat lezen.

BEVINDINGEN UIT DE DIALOOGGESPREKKEN: REACTIES VAN MEDIAMAKERS

Een journalist geeft aan dat het publiek soms **nood heeft aan langere artikels**.

Sommige mensen nemen graag de tijd om bepaalde dingen in het lang en in het breed

te lezen, omdat er al zoveel prikkels zijn. Je zit constant op een computerscherm, constant op je gsm te kijken. Het zijn altijd kleine berichten die binnenkomen, maar dat verhoogt de hartslag ook letterlijk. Je bent heel de tijd gejaagd. Dus wat dat wij proberen te doen, is een beetje vertraging te brengen. Dat je zegt: oké, nu pak ik eens een kwartier, ik zet mij in de zetel, ik kijk niet naar mijn gsm, ik laat mij niet afleiden en ik lees een lang artikel.

7. Conclusies en discussie

Binnen het kader van *rePresent* hebben we **veel materiaal verzameld** van verschillende personen met verschillende achtergronden. De jongeren en journalisten hebben hun meningen en ervaringen over nieuws en media gedeeld. Ze gaven hun ongezoeten mening en er werd veel geluisterd en **gediscussieerd**. De deelnemers toonden ook vaak begrip, staken de hand in eigen boezem, en gaven constructieve suggesties aan. In dit concluderend hoofdstuk clusteren we de bevindingen uit de survey, focusgroepgesprekken en dialooggesprekken en plaatsen ze in een context.

Voor een samenvatting van de bevindingen, zie pagina 7 van dit rapport.

Schijnbare tegenstellingen in de resultaten?

In de resultaten lijken er hier en daar **tegenstellingen in nieuwsvoorkeur** op te duiken. Een van de tegenstellingen is dat de jongeren enerzijds nood hebben aan ruimere context en achtergrond bij het nieuws, en het antwoord willen op de 'waarom' achter een nieuwsfeit. Anderzijds willen de jongeren wel kort, bondig en hapklaar nieuws.

Nog een tegenstelling is dat jongeren gewend zijn en verwachten dat nieuws snel en gratis beschikbaar is. Toch zijn ze enorm gevoelig voor foutieve berichtgeving en eenzijdige beeldvorming.

Hoe kunnen we dit verklaren? **Zoals dé media niet bestaan, bestaat dé jongere niet.** Jongeren verschillen in geslacht, opleiding, achtergrond, interesses en dus ook in nieuwsvoorkeuren en mediagebruik. **De ene nieuwsbehoefte is ook de andere niet.** Nieuwsmedia vervullen voor jongeren verschillende functies, afhankelijk van de behoefte van het moment. Op het ene moment heeft de jongere nood aan de juiste feiten en informatie en raadpleegt dan online krant X. Op het andere moment heeft de jongere zin in entertainment en sensatie, en raadpleegt dan nieuwsapp Y. Dan primeert een grappig filmpje op de nood aan de 'waarheid'. Nog op een ander moment scrollt de jongere doorheen zijn social medium Z en komt dan in aanraking met nieuws dat zijn of haar vrienden geselecteerd en gedeeld hebben. In die opzichten zijn sommige tegenstellingen in de bevindingen te verklaren.

Steekproef verschillend van de gemiddelde jongere uit Vlaanderen?

RePresent geeft een stem aan jongeren met een migratieachtergrond uit een stedelijke (Antwerpse) context. **In hoeverre verschilt onze doelgroep met de gemiddelde jongere in Vlaanderen** (regionale context) die ruimer in ander onderzoek aan bod komt? We vergeleken onze bevindingen met de bevraging van Apestaartjaren en van de Participatiesurvey. Hieruit blijkt dat onze doelgroep op sommige vlakken verschilt en op andere vlakken overeenkomsten vertoont. Een verschil is dat de gemiddelde stedelijke jongere het minder belangrijk vindt dan de gemiddelde jongere uit Vlaanderen om op de hoogte te zijn van de actualiteit. De behoefte aan nieuws en informatie is dus minder groot bij de gemiddelde stedelijke jongere. Ook raadpleegt de stedelijke jongere minder verschillende nieuwsmedia, en geeft daarbij ook minder vaak dan de gemiddelde jongere uit Vlaanderen de voorkeur aan traditionele media zoals televisie, radio en de papieren krant. Een gelijkenis tussen beide is dat hun interessevelden dezelfde thema's bestrijken. Als er al verschillen zijn, dan heeft de gemiddelde jongere uit onze steekproef iets minder dan de gemiddelde jongere uit Vlaanderen interesse in criminaliteit, sport, en in de 'zachtere' thema's zoals cultuur, human interest en celebritynieuws.

We kunnen geen sluitende uitspraken doen over welke factoren deze verschillen verklaren. Wel

kunnen we voorzichtig aangeven dat de context waarin de jongeren wonen (gemeentelijke context tegenover stedelijke context) en de achtergrond van de jongeren ('oude' Vlaming tegenover 'nieuwe' Vlaming) waarschijnlijk een rol spelen.

Wat verwachten jongeren van de nieuwsmedia?

Jongeren vinden over het algemeen dat de **nieuwsmedia veel macht en invloed** hebben, zowel op henzelf als op het brede publiek. Jongeren geloven sterk in de media als een injectienaald: het publiek is als een spons die alle informatie uit het nieuws gemakkelijk opneemt. Daardoor vinden jongeren dat de nieuwsmedia een **grote verantwoordelijkheid** hebben. Ze vervullen een belangrijke maatschappelijke, democratische rol. Jongeren geven de nieuwsmedia vaak de 'schuld' van bepaalde problematieken, zoals de negatieve beeldvorming over moslims in de samenleving. Gezien de 'almacht' van de media kunnen ze volgens hen ook effectief iets veranderen in de maatschappij. Journalisten kunnen hoopvolle berichten brengen, oplossingen aanreiken en minderheden een stem geven. Volgens de jongeren gebruiken journalisten hun invloed nog te weinig voor **constructieve en verbindende berichtgeving**.

Jongeren hebben grote **verwachtingen** ten aanzien van de media. Nieuws moet 'de waarheid' vertellen en een antwoord geven op de beweegredenen of oorzaken achter nieuwsfeiten. Journalisten moeten alle feiten geven. Ook vinden jongeren dat de media het publiek tegen zichzelf moeten beschermen. Bijvoorbeeld niet enkel negatief of slecht nieuws brengen dat weliswaar meer 'clicks' oplevert, maar daarbij ook constructieve signalen brengen. Ook moeten ze de nieuwsgebruiker, die gewend is aan snel nieuws, tegen zichzelf beschermen en pas het nieuws brengen als dat voldoende geverifieerd is. Jongeren verwachten van de media dat ze dus het nieuws brengen dat het publiek moet weten, en niet wat het wil weten. De jongeren hebben een duidelijk ideaalbeeld over hoe de nieuwsmedia zouden kunnen of moeten zijn. Deze verwachtingen zijn helaas **niet altijd realistisch met betrekking tot de journalistieke realiteit**. De meeste nieuwsmedia hebben commerciële belangen, ze hebben een specifieke doelgroep voor ogen die interessant is voor adverteerders. Bovendien hebben journalisten doorgaans weinig tijd om aan onderzoeksjournalistiek te doen en om elk nieuwsbericht (ook online) van balans en nuance te voorzien. Jongeren zijn zich doorgaans wel bewust van enkele nieuwspraktijken en -routines zoals de nieuwsselectie en de tijdsdruk. Maar ze zijn van mening dat dit niet ten koste mag gaan van de kwaliteit van de berichtgeving.

Welke functies heeft het nieuws voor de jongere?

Nieuwsmedia vervullen **verschillende functies** voor jongeren. Een belangrijke is informatievergaring. Vele jongeren geven aan dat ze graag **op de hoogte willen zijn** van wat er in de wereld en in hun omgeving gebeurt. Als er iets gebeurt, willen ze kunnen meepraten en discussiëren. Vaak komen jongeren in aanraking met nieuws op een indirecte manier, via bijvoorbeeld sociale media. In eerste instantie zijn de jongeren dan op zoek naar **ontspanning of entertainment** en komen ze daarbovenop nieuws tegen. Of ze raadplegen rechtstreeks bepaalde media voor de grappige of bizarre filmpjes en nieuwsfeiten. Nieuwsgaring is voor hen een **mix van informatie en ontspanning**.

Nood aan nieuws op maat van de jongeren!

Vele jongeren hebben nood aan **nieuws op maat van jongeren**. Dat kan volgens hen op twee manieren.

Een eerste piste is een **nieuwsmedium te ontwikkelen voor de specifieke doelgroep van jongeren**. Jongeren hebben nood aan **kwalitatieve inhoud**, met voldoende balans in meningen en toon. Ze verwachten accurate informatie en respectvolle beeldvorming. Ook al is zulk

nieuws in het Vlaamse nieuwslandschap wel beschikbaar, maar – en daar wringt het schoentje – vaak is dat betalende inhoud en in een format dat praktisch niet past in de leefwereld van de jongeren. Ze verwachten van nieuws dat het **gratis** beschikbaar is, net omdat het maatschappelijk zo belangrijk is. Ze hebben nood aan nieuws dat voor hen **verstaanbaar** is, met een niet te complex taalgebruik. Ze willen het nieuws kunnen raadplegen op een manier of in een **format dat handig, deelbaar en snel raadpleegbaar** is. Over het algemeen geven jongeren de voorkeur aan digitale nieuwsdragers en online nieuwsvormen met voldoende beeldmateriaal.

Een andere manier om het nieuwsgebruik en de betrokkenheid van jongeren te stimuleren, is door het **huidige nieuwsaanbod meer aan te passen** aan de leefwereld van de jongeren. Dit kan onder andere op het vlak van **thema's**. Nieuws is voor een groot deel gericht op thema's die jongeren minder aanspreken of die voor hen complex zijn, zoals politieke en institutionele thema's. Ook vinden ze dat bepaalde thema's en gebeurtenissen onnodig veel aandacht krijgen binnen het nieuwsaanbod, zoals oorlog, aanslagen en politiek. Jongeren geven de voorkeur aan thema's over het dagelijkse en maatschappelijke leven, die dicht bij hun leefwereld staan, zoals onderwijs, integratie en religie. Bovendien kunnen de media volgens de jongeren meer aandacht schenken aan een **respectvolle en accurate beeldvorming** over de verschillende groepen in de maatschappij.

Nood aan een accurate, genuanceerde en respectvolle beeldvorming!

Jongeren zijn **gevoelig voor foutieve, stereotiepe en eenzijdige beeldvorming** over onder andere jongeren en religie. Vele jongeren ervaren **negatieve gevoelens** als ze het nieuws raadplegen. Ze voelen zich aangesproken en beledigd, zijn het beu en ze zijn boos. Het heeft ook een effect op hoe ze naar zichzelf kijken.

Ze verwachten van de media dat ze een spiegel van de maatschappij zijn. Maar ze vinden dat de berichtgeving in het nieuws helemaal niet strookt met de werkelijkheid. Jongeren hebben nood aan nieuws waarin zij ook het woord krijgen over alledaagse onderwerpen, zoals mobiliteit of milieuvervuiling. Ook in berichtgeving over delicate of polariserende onderwerpen willen ze graag balans in opvattingen. Ze willen alle betrokken groepen aan het woord horen.

Vele jongeren herkennen zichzelf niet in het Vlaamse nieuws. Dat gaat niet enkel over 'kleur', maar vooral over standpunten en denkkaders. Jongeren vinden dat de **mening en de denkkaders** van jongeren en van personen met een migratieachtergrond **te weinig aan bod** komen. Als de jongeren dan al aan bod komen, is dat vaak in een **negatieve context**. Deze bevindingen komen overeen met bestaand onderzoek over het aandeel van jongeren en personen met een migratieachtergrond in het Vlaamse nieuws¹⁵. Er is een sterke ondervertegenwoordiging van deze groepen, vooral in de hoedanigheid van elitebronnen en experts, maar ook in de hoedanigheid van 'de man in de straat'. Ook blijkt uit onderzoek dat de groepen vooral aan bod komen bij thema's zoals criminaliteit, discriminatie en integratie. Als ze al positief aan bod komen, is dat eerder in de thema's cultuur en sport. De journalisten die aan *rePresent* hebben deelgenomen, erkennen dit probleem ook. Ze verklaren dit onder andere door een gebrekkige kennis over en contact met andere gemeenschappen in de samenleving en door de tijdsdruk in de journalistiek.

Bestaat er een kloof tussen jongeren en de Vlaamse media?

Uit het dialoogtraject blijkt dat de **jongeren (met een migratieachtergrond) en de journalisten** zich in verschillende werelden begeven. Soms komen ze met elkaar in aanraking en zijn er positieve contacten en ervaringen, maar vaak bestaat er een **afstand** tussen hen. De jongeren

¹⁵ Vandenbergh, H., Dhaenens, L. & Van Gorp, B. Hoe divers is de Vlaamse pers? *Nieuwsmonitor*, 15. Beckers, K., Walgrave, S. (2015). *Man in de straat: meer dan opvulling in het televisienieuws*. *Nieuwsmonitor*, 24.

herkennen zich niet in de Vlaamse media en vinden dat journalisten weinig voeling hebben met wat jongeren bezighoudt. Jongeren leggen de schuld ook wel voor een deel bij zichzelf: ze nemen niet altijd de tijd of vinden niet de motivatie om actief het nieuws te volgen. De journalisten daarentegen hebben vaak misvattingen over wat jongeren willen en denken, en denken dat het wel goed komt eens de jongeren volwassen zijn en de moeite nemen om nieuws intensiever te volgen. Als de afstand tussen beiden nog groter wordt, bestaat het gevaar dat jongeren volledig vervreemden van de Vlaamse nieuwsmedia en die media helemaal wantrouwen. Dit heeft gevolgen voor de inclusieve samenleving, waarbij elke persoon in Vlaanderen zich herkent in de Vlaamse media en het gevoel heeft dat die deel uitmaakt van de maatschappij.

De realiteit is dat jongeren **geen intensieve nieuwsgebruikers** zijn. De meesten komen wel dagelijks, op actieve of passieve manier, in aanraking met nieuws. Als ze ermee in aanraking komen, is dat echter vaak met nieuws dat ze bekijken via sociale media. Het zijn nieuwsberichten dat ze online en gratis kunnen raadplegen. Hun beeld over de journalistiek is vooral op dat soort nieuws gebaseerd. Het nieuws dat ze tot zich krijgen, wordt **gefilterd en geselecteerd** door hun 'peers' (de zogenaamde filterbubbel). Ze abonneren zich op nieuwsapps die hen nieuws bezorgen dat ze begrijpen, zowel qua thema's als qua taalgebruik. Ook bekijken ze **nieuwsberichten vaak individueel**, zonder de context van omringende of opeenvolgende nieuwsberichten (zoals in tv-nieuws en in de papieren krant). De journalistiek van gratis en online nieuws die de jongeren consulteren is **niet altijd van goede kwaliteit**. En kwaliteit, dat is net waar jongeren nood aan hebben, zoals blijkt uit de gesprekken. Jongeren willen meer journalistieke kwaliteit in de zin van: meer balans in standpunten, minder fouten, meer geverifieerd nieuws, meer oplossingen dan problemen, een respectvollere beeldvorming enzovoort. Er liggen opportuniteiten in het bieden van journalistieke kwaliteit, maar dan in een format dat jongeren aantrekkelijk en handig vinden. Vele jongeren geven Karrewiet als goed voorbeeld aan. Ook AJ+, Newsmonkey, The Daily Show, mvslim.com, of het format van opiniestukken worden aangehaald.

De afstand die er is tussen de jongeren en nieuwsredacties is niet enkel een **verantwoordelijkheid** van **jongeren** en **redacties**. Ook andere instanties zoals de **overheid, het onderwijs en andere organisaties die instaan voor mediawijsheid** kunnen hier een belangrijke rol in spelen. Bijvoorbeeld 'mediawijsheid' of 'media-educatie' als verplicht vak opnemen in het secundair onderwijs zou de jongeren kunnen helpen, stimuleren en motiveren om 'mediawijzer' te worden. Ook journalistieke opleidingen kunnen zich meer richten op potentiële studenten met een migratieachtergrond, om hen meer te motiveren een journalistieke opleiding te volgen. Op termijn zou dit voor een betere diversiteit in nieuwsredacties zorgen.

Dit dialoogtraject bewijst dat het mogelijk is om journalisten en jongeren op een constructieve manier met elkaar in dialoog te doen treden en samen naar opportuniteiten te zoeken. De opportuniteiten liggen voor het grijpen. Het is nu kwestie van het maatschappelijk en op termijn commercieel belang ervan in te zien. Om het vertrouwen van potentiële toekomstige nieuwsgebruikers te winnen, dient men aansluiting te vinden bij de jongeren van vandaag. Het is daarom van belang de prioriteit te geven aan deze opportuniteiten en er, liefst in samenwerking met jongeren, echt werk van te maken.

8. Aanbevelingen voor nieuwsredacties

De uitkomst van de verschillende gesprekken vormt de input voor de formulering van aanbevelingen voor nieuwsredacties en (toekomstige) mediamakers. Mediamakers hebben er alle belang bij om hun imago naar jongeren toe te verbeteren, zich meer tot hen te richten en hun vertrouwen te winnen. Jongeren zijn tenslotte (toekomstige) nieuwsgebruikers en koopkrachtige consumenten. Daarom is het belangrijk om ruimte te geven aan diversiteit op redacties. Door ruimte te geven aan mensen met een andere kijk op de maatschappij, wordt er ruimte gecreëerd voor diversiteit in de berichtgeving.

Hieronder formuleren we acht aanbevelingen voor een zo goed mogelijke representatie van, en een zo correct mogelijke berichtgeving over stedelijke jongeren met een migratieachtergrond.

1. Normaliseer diversiteit

Jongeren met een migratieachtergrond hebben ook een mening over milieuvervuiling.

Voor stedelijke jongeren is diversiteit vanzelfsprekend. Jongeren met een migratieachtergrond hebben echter het gevoel dat ze in de media op slechts één aspect van hun identiteit worden aangesproken, zoals hun afkomst of religie. Hun identiteit is gebaseerd op meer dan hun afkomst of religie alleen. Ze zijn ook student, Antwerpenaar, voetbalfan, soldenjager op de Meir of lid van een vereniging. Laat hen ook aan het woord over deze aspecten van hun identiteit. Jongeren met een migratieachtergrond hebben immers ook een mening over bijvoorbeeld fietspaden of milieuvervuiling.

TIP:

- Laat jongeren met een migratieachtergrond niet enkel aan het woord over etnische origine of geloof, maar ook over andere thema's.
-

2. Bouw je netwerk uit

Laat diverse bronnen aan bod komen.

Journalisten vallen vaak terug op hun eigen netwerk wanneer ze op zoek gaan naar een expert of bron om nieuws te duiden of te illustreren. Hoewel die reflex niet onlogisch is, zorgt het wel voor een vertekening in de beeldvorming in de media. Het is daarom belangrijk om diverse bronnen aan het woord te laten.

TIPS:

- Probeer tijd te maken om verder dan je eigen netwerk te kijken.
- Raadpleeg bronnen en experts met een diverse achtergrond.
- Bereik hen eventueel via tussenpersonen.
- Breng diversiteit niet enkel in achtergrond en leeftijd, maar ook in meningen en denkkaders.
- Raadpleeg de [expertendatabank](#) of de redactie van [StampMedia](#) voor meer diverse experts.

3. Spreek met jongeren in plaats van over jongeren

Jongeren zijn expert over hun eigen leefwereld. Als je jongeren wil aanspreken, moet je de bronnen en onderwerpen aan bod laten komen die jongeren interessant vinden.

Jongeren en mediamakers leven vaak in twee verschillende werelden. Redacties baseren zich regelmatig op andere nieuwsmedia om nieuws te maken en steunen op dezelfde persagent-schappen. Jongeren baseren zich voor hun nieuwsgaring grotendeels op sociale media en netwerken van gelijkgezinden. Er is weinig aansluiting tussen beide werelden.

Breng onderwerpen in het nieuws die jongeren interessant vinden en die aansluiten bij hun leefwereld. Doe hiervoor de nodige research. Om te weten wat er leeft bij jongeren, wie beter bevragen dan jongeren zelf? Zij zijn immers de experts binnen hun eigen leefwereld. Wie jongeren wil bereiken, heeft bovendien invloedrijke personen nodig die jongeren kunnen inspireren en boeien. In het algemeen ontbreekt het voor jongeren met een migratieachtergrond aan herkenbaarheid in de media.

TIPS:

- Bericht over onderwerpen en personen die jongeren aanspreken.
- Raadpleeg hiervoor jongeren over hun leefwereld.
- Nodig eens jongeren uit op je redactie om met hen in dialoog te gaan.

4. Integreer nuance en balans in ieder nieuwsitem

Breng woord en wederwoord binnen één nieuwsitem

Jongeren consumeren nieuws vooral online, via social media en apps. Dit heeft gevolgen voor de context waarbinnen ze dit nieuws zien. In een papieren krant of televisienieuws kan er nuance en balans gebracht worden via omringende of opeenvolgende items. Iemand die op regelmatige basis nieuws volgt, zal nuances ook makkelijker meekrijgen dan iemand die slechts af en toe nieuws oppikt. In een online context staan items vaak op zichzelf en geïsoleerd van hun context. Zorg dus voor voldoende balans en nuance tot op het niveau van één nieuwsitem.

TIPS:

- Let op met het scheiden van woord en wederwoord in verschillende nieuwsberichten.
- Zorg voor voldoende nuance in ieder nieuwsitem.
- Voorzie achtergrondinformatie bij terugkerende items.

5. Voorzie gratis duidingsitems online

Er is geen betalingsbereidheid bij jongeren voor nieuwsberichtgeving. Ze consulteren enkel gratis nieuws en geraken daardoor niet tot bij de betalende artikels. Vaak zijn het net de betalende nieuwsitems die duiding en context brengen. Als redactie kan je daarop inspelen door bijvoorbeeld korte duidingsitems gratis ter beschikking te stellen.

TIP:

- Zorg voor gratis online duiding om inzicht en overzicht te bieden.

6. Hou het kort, visueel en verstaanbaar

Jongeren geven de voorkeur aan korte artikels en nieuwsitems. Ook video en foto's spreken jongeren meer aan dan platte tekst. Veel jongeren vinden het nieuws bovendien te complex, zowel qua taalgebruik als qua thema's. Jongeren vinden dat ze achtergrondkennis missen om het nieuws goed te kunnen volgen.

TIPS:

- Integreer beeld- en videomateriaal waar mogelijk.
- Maak van artikels een korte en een lange versie. Jongeren die getriggerd worden door de korte versie van een artikel, kunnen op zoek naar meer context in de lange versie.
- Verduidelijk complexe woorden door hyperlinks met uitleg toe te voegen.

7. Stop met benoemen

Vermeld origine enkel wanneer het relevant is.

Het vermelden van de origine wordt door jongeren in veel gevallen als niet relevant beschouwd en draagt bij tot verdere polarisering. Jongeren met een migratieachtergrond hebben het gevoel dat de origine van personen in het nieuws voornamelijk vermeld wordt als het om negatief nieuws gaat, zoals criminaliteit of terreur.

TIPS:

- Spring voorzichtig om met persoonsgegevens.
- Vermeld persoonsgegevens enkel indien ze relevant zijn voor het verhaal.

8. Bied oplossingen aan

Jongeren ervaren vaak negatieve gevoelens wanneer het over nieuws gaat. Ze vinden dat er weinig balans is tussen positief en negatief nieuws in de berichtgeving. Jongeren hebben nood aan oplossingen en hoopvolle signalen bij slecht of negatief nieuws.

TIPS:

- Haal negatieve gevoelens weg door niet enkel problemen aan te kaarten, maar ook oplossingen te bieden.
- Breng ook inspirerende of hoopvolle verhalen in het nieuws.

9. Bijlagen

9.1 KWANTITATIEVE SURVEY

Hallo

Graag nodigen we je uit om deel te nemen aan een onderzoek. Met dit onderzoek willen we meer te weten komen over hoe jij omgaat met media.

Er zijn geen goede of foute antwoorden. We willen gewoon jouw mening over of ervaringen met het gebruik van (digitale) media weten. Je ouders, begeleiders, leerkrachten of anderen zullen nooit weten wat jij geantwoord hebt.

Alvast bedankt!

Mijn geslacht	☐ jongen ☐ meisje
Mijn geboortjaar	...
Nationaliteit bij mijn geboorte	...
Nationaliteit vader bij zijn geboorte	...
Nationaliteit moeder bij haar geboorte	...
Taal die ik met mijn vader spreek	...
Taal die ik met mijn moeder spreek	...
Mijn levensbeschouwing	☐ Christendom ☐ Islam ☐ Hindoeïsme ☐ Boeddhisme ☐ Jodendom ☐ Humanisme ☐ Atheïsme ☐ Andere: ☐ Ik ben geen lid van een kerk, religie of levensbeschouwing ☐ Ik zeg dat liever niet
Postcode van mijn huidige woonplaats	...
(indien meerdere woonplaatsen) Postcode van mijn andere huidige woonplaats	...
Mijn school	...
Ik zit in het	☐ 3de jaar secundair ☐ 4de jaar secundair ☐ 5de jaar secundair ☐ 6de jaar secundair ☐ 7de jaar secundair ☐ Hoger onderwijs (hogeschool, universiteit) ☐ Ik ben geen student
Mijn studierichting	☐ ASO ☐ BSO ☐ TSO ☐ KSO ☐ BUSO ☐ Opleiding Hoger onderwijs: ☐ Ik ben geen student

Welke van volgende toestellen gebruik jij?

Met thuis bedoelen we de plaats of plaatsen waar je woont.

- ☐ vaste computer
- ☐ laptop
- ☐ gewone gsm (geen smartphone)
- ☐ smartphone (gsm die online kan)
- ☐ gewone televisie (geen smart-tv)
- ☐ smart-tv (televisie die online kan)
- ☐ huistelefoon via de vaste lijn
- ☐ tablet (bv. iPad, Galaxi Tab,...)
- ☐ vaste game console (bv. XBOX, PSR,...)
- ☐ mobiele game console (bv. PS Vita, Nintendo DS,...)
- ☐ MP3-speler (apart toestel)
- ☐ e-reader (bv. Amazon Kindle, Toline, Kobo)
- ☐ smart watch (vb. Apple watsch, Pebble,...)
- ☐ slim polsbandje (bv. Fitbit, Jawbone, Polar watch,...)

Heb je thuis toegang tot het internet?

- ☐ ja
- ☐ nee

Hoe ging je de voorbije week draadloos op het internet met volgende toestellen?

	wifi thuis	wifi elders	via 3G/4G	hotspots/ homespots	weet ik niet	niet
laptop	☐	☐	☐	☐	☐	☐
smartphone	☐	☐	☐	☐	☐	☐
tablet	☐	☐	☐	☐	☐	☐
mobiele game console	☐	☐	☐	☐	☐	☐
e-reader	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Hoe vaak bezoek of gebruik je onderstaande sociale media?

	nooit	minder dan wekelijks	wekelijks	meerdere keren per week	dagelijks	meerdere keren per dag
Facebook	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Twitter	☐	☐	☐	☐	☐	☐
LinkedIn	☐	☐	☐	☐	☐	☐
YouTube	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Google+	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Instagram	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Foursquare	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Pinterest	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tumblr	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Swarm	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ello	☐	☐	☐	☐	☐	☐
We Heart It	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Periscope	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Meerkat	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Reddit	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vine	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Snapchat	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tinder	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kiwi	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vimeo	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ask.fm	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Happening	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Strave	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Runkeeper	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Endomondo	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Hoe belangrijk is het voor jou om op de hoogte te zijn van nieuws en actualiteiten?

Helemaal niet belangrijk			Neutraal			Heel belangrijk
1	2	3	4	5	6	7

**Hoe vaak blijf je via onderstaande kanalen op de hoogte van informatie en nieuws?
Dit kunnen zowel binnenlandse als buitenlandse media zijn.**

	nooit	minder dan maandelijks	maandelijks	wekelijks	dagelijks	welke?
papieren krant	☐	☐	☐	☐	☐	...
nieuwswebsites (bv. HLN.be, sporza.be,...)	☐	☐	☐	☐	☐	...
Mobiele nieuwsapps (vb. App van De Morgen, HLN, deredactie.be)	☐	☐	☐	☐	☐	...
radio	☐	☐	☐	☐	☐	...
televisie (vb. VTM, één, CNN, NTV,...)	☐	☐	☐	☐	☐	...
sociale media (vb. Facebook, Twitter)	☐	☐	☐	☐	☐	...
personaliseerbare nieuwsapps (bv. Flipboard, Zite, Feedly,...)	☐	☐	☐	☐	☐	...
email/nieuwsbrief (bv. HLN.be, lunchnieuws,...)	☐	☐	☐	☐	☐	...
zoekmachines (vb. Google, Bing,...)	☐	☐	☐	☐	☐	...
gesprekken met anderen	☐	☐	☐	☐	☐	...

Over het algemeen gesproken en over alle media heen, hoe geïnteresseerd ben je in nieuwsberichten over

	helemaal niet geïnteresseerd	weinig geïnteresseerd	neutraal	geïnteresseerd	zeer geïnteresseerd
maatschappelijke kwesties (milieu, economie, integratie, onderwijs, gezondheidszorg)	1	2	3	4	5
filmsterren, mediapersoonen, royalty, sportsterren en andere beroemdheden uit binnen- en buitenland	1	2	3	4	5
politiek en politici (parlement, ministers, verkiezingen, politieke partijen, Europa)	1	2	3	4	5
sport	1	2	3	4	5
verhalen van gewone mensen en het alledaagse leven	1	2	3	4	5
criminaliteit, ongelukken, veiligheid op straat, rampen	1	2	3	4	5
muziek, film, theater en culturele activiteiten (verslagen, reviews)	1	2	3	4	5

Wie is de huidige premier van België?

.....

☐ Weet ik niet

Welke partij behaalde in Vlaanderen de hoogste score bij de laatste verkiezingen van 2014?

.....

☐ Weet ik niet

Als het verkiezingen zijn in België, moeten of mogen de burgers vanaf 18 jaar gaan stemmen?

- ☐ Belgische burgers zijn verplicht om te gaan stemmen
☐ Belgische burgers zijn niet verplicht om te gaan stemmen

9.2 GESPREKSGIDS (FOCUSGROEPGESPREKKEN)

KWALITATIEVE VRAGENLIJST: JONGEREN & MEDIA

Inleiding

Korte voorstelling

- Iedereen maakt een naamkaartje
- Korte voorstelling project + Julie en Els
- Voorstelling deelnemers

Uitdelen en invullen van surveys

Feedback op survey + voorstelling onderzoek(ers) en deelnemers

Vonden jullie de vragen moeilijk/gemakkelijk om in te vullen? Hebben jullie alles gemakkelijk kunnen beantwoorden?

Voorstelling:

- Doel van het project.
- Jullie mening is heel belangrijk. Wat jullie zeggen gaan we verzamelen, en geven als informatie aan journalisten, zodat zij beter nieuws kunnen maken voor jongeren. Bij het gesprek dat volgt, is geen enkel antwoord goed of fout. Zeg gewoon wat in je opkomt. We zijn geïnteresseerd in positieve en negatieve commentaar. We moeten het niet eens zijn met elkaar, maar wel respect tonen voor elkaars mening.
- Nieuwsartikels op tafel: jullie mogen ze bekijken wanneer jullie willen.

Mediagebruik

- Wat is 'nieuws' voor jullie?
- In een doordeweekse week: **volgen** jullie het nieuws en de actualiteit (wat er in de wereld, of in eigen land gebeurt?).
- Via welke **kanalen, media** komen jullie nieuws te weten? (tv, krant, tijdschriften, internet, smartphone, apps, YouTube).
- Welke gebruik je het meest, **binnenlandse of buitenlandse** media?
- Zou je **meer/minder nieuws** willen volgen? Waarom wel/niet?
- **Wie** informeert je over nieuwsfeiten naast de nieuwskanalen die je zelf volgt? Via wie krijg je informatie los van wat je zelf opzoekt?
- Welke mediakanalen volgen je **ouders**?
- Kijk je vooral **samen of alleen**? (algemene context)
- Heb je ooit al **betaald** voor nieuws? Als ja, hoeveel? Zou je ooit (nog) willen betalen voor nieuws? Voor welk nieuws wel, voor welk nieuws niet?

Evaluatie

INHOUD (wat er gezegd/geschreven wordt, berichtgeving zelf, ...)

- Vind je dat je **goed geïnformeerd** bent? Heb je voldoende toegang tot nieuws/informatie volgens jouw behoeften?
- Wat vind je van de inhoud van de nieuwsmedia? Wat maakt **sommige media beter** dan andere (inhoudelijk)? Hoe ziet jouw ideaal medium eruit?
- Stel, jij bent journalist. Wat zou jij aan dat specifiek medium **veranderen** (inhoudelijk), zodat je dat wél/meer zou lezen/kijken (bv. minder/meer tekst, betere journalistiek, meer human interest, meer storytelling, verhalen die passen bij de leefwereld van jongeren,...)
- Is er een (inhoudelijk) **verschil tussen de berichtgeving** via traditionele media (tv, kranten, radio), online media (websites,...) en sociale media (Facebook,...)? Verschil in onderwerpen, hoe het nieuws gebracht wordt?
- **Binnenlandse media in vergelijking met buitenlandse media** (als ze ze gebruiken?): Welke vind je het meest geloofwaardig/betrouwbaar? Hoe ga je om met het (mogelijke) verschil tussen wat je hoort in binnenlandse media en media van het land van herkomst? Mogelijke oplossingen voor betere berichtgeving?
- Is er voldoende **achtergrondinformatie** (duiding, context)?
- Is er voldoende evenwicht tussen **positief en negatief nieuws**?
- (Nieuwswaarden) Ben je meer **geïnteresseerd** in positief of in negatief nieuws?
- (Nieuwswaarden) Ga je een artikel lezen omdat het gaat over een **persoon die je tof/interessant vindt**? Wie zou dat kunnen zijn (elitefiguren, influencers, bv. sportmensen, bloggers, celebrities,...)?
- (Nieuwswaarden) Ben je meer geïnteresseerd in **gebeurtenissen/feiten uit de buurt of uit België** dan verder van ons?

VORM (hoe het eruit ziet, lay-out, kleuren, foto's, video's,...)

- Wat maakt sommige media beter dan andere (vormelijk; nieuwsvormen testen?)?
- Stel, jij bent journalist. Wat zou jij aan dat specifiek medium **veranderen** (vormelijk), zodat je dat wél/meer zou lezen/kijken (bv. lay-out, foto's, video's, kleuren, beschikbaarheid via app, sociale media,...)?

Identificatie en perceptie

- Ieder van jullie behoort tot verschillende groepen: groep van 16- tot 18-jarigen (jongeren, lid van een voetbal- of dansclub, leerlingen van een bepaalde klas, lid van een religieuze gemeenschap,...
Herken je je het aanbod van de media? Denk je soms bij iemand die aan bod komt in het nieuws: dat is iemand zoals mij? Ik had evengoed aan bod kunnen komen? Hoe betrokken voel je je daarbij?
- Vinden jullie dat jullie groep (bv. jongeren) voldoende aan bod komt in het nieuws?
- Vinden jullie dat jullie groep juist/realistisch aan bod komt in het nieuws? Stereotypering? Oplossingen?
- In hoeverre vind je dat de media **positief/negatief** berichten over de eigen groep (stedelijke jongeren)?
- (optioneel) Wat vind je van de manier waarop de **moslimgemeenschap** en de islam (of andere godsdienst) in de media naar voren komt? Zie of hoor je weleens berichten in het nieuws of lees je in de krant die over de islam (of andere godsdienst) gaan? Hoe voel je je dan?
- Mogelijke **oplossingen** voor problemen zoals wij-zijverhoudingen?

Zoeken naar informatie over jeugdthema's

- Als je informatie zoekt over een specifiek probleem zoals ongewenste zwangerschap, gokverslaving, depressie, alcohol-of druggebruik, waar haal je die informatie (bv. familie, vrienden, websites, Google, sociale media, fora, jeugdwerker,...)?
- Via welke kanalen/vormen wil je zo'n informatie het liefst krijgen (bv. Snapchat,...)?

Uitleg over economisch model van de media - doelgroepen - nieuwswaarden - subjectiviteit

- Hoe verdienen de media volgens jullie geld? Via de overheid, of via lezers/kijkers, of via sponsoring,...? (economisch model)
- Denken jullie dat een nieuwsmedium iedereen als publiek wil of heeft elk medium een publiek voor ogen?
- Jullie weten wellicht dat er heel veel feiten op één dag gebeuren, en dat de journalist een selectie moeten maken van alles. Hoe denken jullie dat journalisten die keuze maken? Wat maakt dat het ene feit opgepikt wordt door de media, en het andere niet? (vb. overstrooming in Vietnam, of overstrooming in België; auto-ongeval met Romelu Lukaku betrokken, of iemand onbekend betrokken; vechtpartij met doden, of vechtpartij met enkel gewonden; ...).
- Subjectiviteit van nieuws

Vragen voor journalist als input voor dialooggesprek

Mocht er hier een journalist zijn, welke vragen zou je voor hem/haar hebben? Welke zaken zou je met hem of haar willen bespreken?

9.3 TOPICLIJST (DIALOOGGESPREKKEN)

ONDERWERP	+	0	-
Hoe de kersverse echtgenote van Stromae zijn stijl bepaalt	☐	☐	☐
NAVO zet 4000 militairen in tegen Rusland, België stuurt 200 manschappen	☐	☐	☐
Motorpassagier (25) kritiek bij ongeval in Brussel	☐	☐	☐
G20 en EU zet alle middelen in voor sterkere groei in de wereld	☐	☐	☐
Welke nieuwe maatregelen kondigden de Vlaamse ministers aan?	☐	☐	☐
Brussels Gewest neemt organisatie Offerfeest in handen	☐	☐	☐
Technologiebedrijven vinden niet genoeg werknemers	☐	☐	☐
Twee doden bij schietpartij uit jaloezie op camping	☐	☐	☐
Vrouw schrapt 2 ingrediënten uit haar dieet en is na 25 jaar eindelijk van migraine af	☐	☐	☐
Wetenschappers willen einde maken aan gehoorschade	☐	☐	☐
Star Wars-sterren op bezoek in een door Belgen gebouwde filmset	☐	☐	☐
Kan Anderlecht zonder Okaka overtuigen in voorronde Champions League?	☐	☐	☐
Grootste windenergieproject op Vlaamse land opgestart in Antwerpen	☐	☐	☐
Jongeren voeren strijd tegen drugs	☐	☐	☐
Vlaanderen en Nederland gaan samen toeristen lokken	☐	☐	☐

