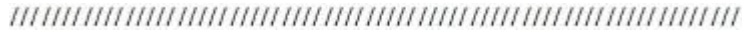




PERSMEDEDELING - WOENSDAG 6 DECEMBER 2017

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Anouk Torbeyns (KU Leuven) wint Thesisprijs Vlaamse Regulator voor de Media met eindwerk over de invloed van islam-framing op de identificatieprocessen en het nieuwsmediagebruik van Vlaamse jongvolwassenen met een Marokkaanse achtergrond.



De Vlaamse Regulator voor de Media reikt vandaag zijn jaarlijkse Thesisprijs uit. Eindlaureaat is **Anouk Torbeyns (KU Leuven)** met haar masterproef 'De invloed van islam-framing op de identificatieprocessen en het nieuwsmediagebruik van Vlaamse jongvolwassenen met een Marokkaanse achtergrond'.

Iris Wyckmans (Vrije Universiteit Brussel – 'De digitalisering van het Vlaamse radiolandschap: een toekomst met DAB+') en Zoë De Ruyck (Vrije Universiteit Brussel – 'Traditionele televisiereclame versus online video commercials: een kwalitatief onderzoek naar de perceptie van generatie Y') eindigen respectievelijk als tweede en derde.

Anouk Torbeyns: "Onder impuls van de terreuraanslagen wereldwijd staan moslimjongeren in de Westerse samenleving wel vaker in het oog van de mediastorm. Jaarlijks duiken ook de discussie over het ritueel slachten of de boerkini op. De vraag of islam al dan niet compatibel is met zogenaamde Westerse waarden staat dan centraal. De vraag hoe jongeren met een Marokkaanse of islamitische achtergrond omgaan met dat soort nieuws, wordt minder vaak gesteld."

Vlaamse jongeren met Marokkaanse roots hebben ontzettend weinig vertrouwen in de pers. Dat concludeert alumnaus Communicatiewetenschappen **Anouk Torbeyns (24)** uit haar thesisonderzoek. Dat wantrouwen zorgt er onder meer voor dat de jongeren zich meer terugplooiën op hun Marokkaanse cultuur of islamitisch geloof. Het zorgt er opvallend genoeg niet voor dat jongeren met Marokkaanse roots de media de rug keren.

Aan de hand van diepte-interviews en een online survey onderzocht Anouk Torbeyns enerzijds welke impact islam-nieuws heeft op de manier waarop jongeren met Marokkaanse roots zich identificeren: als Belg/Vlaming, Marokkaan, moslim ...? Anderzijds onderzocht ze welke invloed die berichtgeving heeft op hun mediagebruik.

Wat blijkt? Dat de jongeren zich terugplooiën op hun etnisch-culturele identiteit heeft niet per se een invloed op hun nationalistisch gevoel. Wie zich meer moslim of Marokkaan voelt, voelt zich niet automatisch minder Belg. Het is geen of-of-verhaal.

De jongeren in de studie uitten meermaals hun ongenoegen over de media. Toch blijven ze de Vlaamse mainstream media trouw. Voor sommigen is hun ongenoegen net de reden waarom ze de media nauwlettend in het oog blijven houden. Ze willen checken of er geen onwaarheden worden verkondigd. Nieuwsmediakanalen waar jongeren met Marokkaanse roots zich niet blauw aan ergeren, vinden ze vooral online. Alternatieve nieuws- of blogwebsites als De Wereld Morgen, Kif Kif of Mvslim zijn populair.

Iris Wyckmans: “Hoe radio ook verstuurd of beluisterd wordt, in Vlaanderen blijft het een sterk medium, dat in het dagdagelijkse leven een grote waarde heeft.”

Iris Wyckmans onderzoekt in haar masterproef welke beleidsmatige maatregelen in Vlaanderen genomen moeten worden om alle belanghebbenden mee te krijgen in de technologische shift van analoge naar digitale radio, met een focus op DAB+.

Eerst schetst ze een theoretisch kader met behulp van academische literatuur om een context te formuleren en te kijken welke oplossingen de literatuur reeds aanreikt. Vervolgens zoekt ze naar antwoorden op haar onderzoeksvraag door middel van een documentenanalyse en een stakeholderanalyse d.m.v. diepte-interviews.

Zo kwam naar voor dat een volledige, landelijke dekking de eerste voorwaarde is die dringend voldaan moet worden om omroepen te overtuigen om uit te zenden via DAB+. Er is ook grote nood aan coördinatie tussen de verschillende omroepen en partijen in het proces. Hierop wordt door alle stakeholders gewacht op de overheid. Maar naast de vele stappen die nog ondernomen moeten worden om DAB+ van de grond te krijgen in Vlaanderen, benadrukken de stakeholders tevens dat er verschillende andere vormen van digitale radio zijn, die ook dringend aandacht verdienen dankzij hun groeiende populariteit.

Zoë De Ruyck: “Generatie Y vermijdt niet enkel televisiereclame, maar ook online video commercials. Ze kijken er gewoonweg niet naar, tenzij het écht interessant is. Ik raad adverteerders dus aan om hier toch voorzichtig mee om te springen”

Zoë De Ruyck probeert in haar thesis een antwoord te geven op de vraag: Hoe gaat generatie Y om met online video commercials, in vergelijking met traditionele reclameboodschappen op tv? Adverteerders hebben immers moeite om generatie Y te bereiken met hun televisiereclame. Ze kijken niet-lineair, via andere schermen en ontwijken reclame. Zoë De Ruyck nam in dit kader 20 diepte-interviews af bij 11 Vlaamse vrouwen en 9 Vlaamse mannen, geboren tussen 1982 en 2000.

Uit die interviews blijkt dat generatie Y zowel reclameboodschappen op televisie als internet vermijdt. Op tv doen ze dat o.a. omdat advertenties te lang duren, er teveel herhaling is en het programma gestoord wordt. Op internet worden reclameboodschappen als opdringerig beschouwd, worden ze verplicht om ernaar te kijken en is de alomtegenwoordigheid ervan irritant.

Algemeen kan je stellen dat generatie Y meer aandacht zal besteden aan reclame op het internet, maar dit komt gewoon omdat ze er meer tijd op doorbrengen dan voor televisie. Adverteerders zullen aan enkele voorwaarden moeten voldoen, willen ze deze generatie écht bereiken. Vooral het cliché ‘kort maar krachtig’ lijkt hier aan de orde.

////////////////////////////////////

De eindwerken kunnen geraadpleegd worden op de website van de VRM:
www.vlaamseregulatormedia.be/nl/over-vmr/activiteiten/thesisprijs

////////////////////////////////////

Voor meer informatie kan u terecht bij:

Johan Cassimon, VRM

e-mail: johan.cassimon@vmr.vlaanderen.be – tel: 02/553.27.34

////////////////////////////////////

Over de Vlaamse Regulator voor de Media:

De Vlaamse Regulator voor de Media is de **onafhankelijke toezichthouder voor de Vlaamse audiovisuele media**. In het belang van Vlaamse kijkers en luisteraars kijkt hij er op toe dat mediaregelgeving beschreven in het mediadecreet, in Vlaanderen nageleefd

wordt. Hij komt tussen bij eventuele geschillen en behandelt klachten over en meldingen van mogelijke inbreuken op de regelgeving. Voorts waakt de VRM ook specifiek over de bescherming van minderjarigen en over onpartijdigheid op de Vlaamse radio en tv. Tot slot beheert de VRM de toekenning van mediavergunningen aan Vlaamse audiovisuele media. De VRM werd in 2006 opgericht door de Vlaamse overheid.