

Opgave 3 Online etnische media

Bij deze opgave hoort tekst 5.

Inleiding

In 2014 deed Jaswina Elahi (Universiteit Tilburg) een onderzoek naar online etnische media, zoals websites Kaise.nl en Maroc.nl. Deze websites blijken van groot belang voor de identiteitsontwikkeling van Hindoestaanse en Marokkaanse jongeren (tekst 5).

Lees de regels 1 tot en met 19 van tekst 5.

Massamedia vervullen verschillende functies voor individuen, zoals de informatiefunctie en de amusementsfunctie.

- 4p 14 Welke andere functies van de media voor individuen vervullen de 'eigen' websites voor allochtone jongeren volgens tekst 5? Noem er twee en licht elke functie toe met behulp van een gegeven uit de regels 1 tot en met 19.

Lees de regels 20 tot en met 25 van tekst 5.

- 2p 15 Leg uit dat het gebrek aan aandacht van traditionele media voor onderwerpen die migranten aanspreken een gevolg kan zijn van de toenemende marktgerichtheid van de media. Begin je antwoord met een uitleg van het begrip marktgerichtheid.

Voldoende aandacht, ook voor etnische groepen, in de programmering van de publieke omroep sluit direct aan bij een van de uitgangspunten van het mediabeleid van de Nederlandse overheid.

- 1p 16 Bij welk uitgangspunt van het mediabeleid sluit dit streven direct aan?
- 2p 17 Leg uit waarom de overheid veel eisen kan stellen aan de programmering van de publieke omroep, maar slechts in beperkte mate aan de programmering van commerciële zenders.

Er bestaat verschil van mening over de vraag in hoeverre de overheid zich moet bemoeien met de media.

- 2p 18 Noem één argument **vóór** overheidsbemoeienis met de media en één argument **tegen** overheidsbemoeienis met de media.

Opgave 3 Online etnische media

tekst 5

Eigen websites onmisbaar voor allochtone jongeren

Voor Hindoestaanse en Marokkaanse jongeren blijken eigen websites als Kaise.nl en Maroc.nl van onschatbare waarde te zijn. De jongeren vinden in deze digitale omgeving veiligheid, geborgenheid en begrip. De websites bevatten cultuur- en religie specifieke informatie en jongeren zoeken er naar informatie over het geboorteland van hun ouders. Ook bieden de websites cultuurgebonden entertainment. Tot slot discussiëren de jongeren er met

elkaar over onderwerpen, waar thuis niet gemakkelijk over gesproken wordt.

Dit blijkt uit het onderzoek waarop Jaswina Elahi (1979) onlangs promoveerde aan de Tilburg University.

20 Traditionele mainstream media hebben nauwelijks aandacht meer voor zaken die migranten echt belangrijk vinden. Dat verklaart het relatieve succesvolle bestaan van
25 etnische online media.

naar: <http://www.persinnovatie.nl>