

## HOOFDSTUK 6 ATTITUDE TEN AANZIEN VAN NIEUWE MEDIA

In dit hoofdstuk zullen we de nadruk leggen op de waardering van de Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en autochtone Nederlandse respondenten voor de computer (zowel op school als thuis), internet en e-mail. Allereerst zullen we aan de hand van negen stellingen verschillende houdingen ten aanzien van de computer meten. Vervolgens is het de bedoeling na te gaan in hoeverre de achtergrondvariabelen sekse, leeftijd, onderwijstype, SES, religie en mate van etnisch-culturele positie verklarende factoren zijn voor het al dan niet plezier beleven aan de verschillende hierboven beschreven mediatypes.

### 6.1 Waardering van de computer

In eerste instantie is geprobeerd een overzicht te krijgen van de verschillende houdingen ten aanzien van de computer. Hiertoe zijn de respondenten verschillende stellingen voorgelegd:

- Ik vind het belangrijk om met computers om te kunnen gaan.
- Je raakt achter als je niets van computers weet.
- Ik leer gemakkelijker met behulp van een computer.
- Ik vind werken met een computer moeilijk.
- Computers zorgen ervoor dat mensen ophouden zelf na te denken.
- Op school zouden we meer over computers moeten leren.
- Ik wil meer dan nu met de computer werken op school.
- Ik wil later werk doen waarin ik de computer moet gebruiken.
- Mijn ouders vinden het belangrijk dat ik om kan gaan met een computer.

Tabel 64: Stellingen m.b.t. computers – in afgeronde percentages

	<b>Turks N=205</b>	<b>Marokkaans N=115</b>	<b>Surinaams N=44</b>	<b>Nederlands N=98</b>	<b>Totaal N=462</b>
Belangrijk	95	95	80	89	92
Raakt achter	62	63	46	61	61
Gemakkelijker	63	46	52	55	56
Moeilijk	11	12	16	3	10
Niet nadenken	29	17	33	21	25
Op school leren	67	67	55	58	64
Meer werken	71	64	55	53	64
Later werk	<u>65</u>	<u>63</u>	<u>54</u>	<u>38</u>	<u>58</u>
Wens ouders	<b>82</b>	<b>79</b>	<b>64</b>	<b>54</b>	<b>73</b>

Selectie: 'helemaal waar' en 'waar'

Cursief:  $p \leq ,05$ ; Onderlijnd:  $p \leq ,005$ ; Vet:  $p \leq ,001$

Wat direct opvalt aan tabel 64 is dat de Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en autochtone Nederlandse deelnemers geïnteresseerd zijn in computers en het dan ook belangrijk vinden met computers om te kunnen gaan. De Turkse en Marokkaanse deelnemers vinden dit echter significant belangrijker dan de Surinaamse en autochtone Nederlandse respondenten ( $V = ,127$ ;  $p = ,007$ ). De deelnemers uit de vier onderzoeksgroepen zijn het minst eens met de stelling dat het werken met een computer moeilijk is. Zowel de Turkse als de Marokkaanse onderzoeksgroep geven in vergelijking tot de Surinaamse en autochtone Nederlandse respondenten significant vaker aan meer dan nu met de computer te willen werken op school

( $V = ,124$ ;  $p = ,011$ ). Verder willen de twee eerst genoemden later liever werk doen waarin de computer moet worden gebruikt ( $V = ,134$ ;  $p = ,004$ ). Tot slot levert de stelling ‘mijn ouders vinden het belangrijk dat ik om kan gaan met een computer’ een significant verschil op; de Turkse en Marokkaanse ouders blijken het gebruik van een computer meer te stimuleren dan de ouders van de Surinaamse en autochtone Nederlandse respondenten ( $V = ,160$ ;  $p = ,000$ ).

## 6.2 Plezier beleven aan pc-gebruik thuis en op school

Tachtig procent van alle respondenten maakt (heel erg) graag gebruik van de computer thuis. Op school ligt dit percentage met 68 procent iets lager. Turkse en Marokkaanse leerlingen beleven meer plezier aan het gebruik van de computer op school dan de Surinaamse en autochtone Nederlandse leerlingen.

Regressietabel 65 toont aan dat alleen de variabele *sekse* van significante invloed is op het graag gebruik maken van de computer thuis; jongens beleven meer plezier aan het gebruik van een pc thuis dan meisjes ( $p = ,001$ ). Dit komt met name tot uitdrukking binnen de Marokkaanse groep.

Regressietabel 65: Plezier beleven aan pc-gebruik thuis en op school

	Thuis	School
	$\beta$	$\beta$
<b>Sekse</b>	-,247***	,126
<b>Leeftijd</b>	,095	,152
<b>Onderwijstype</b>	-,054	-,104
<b>SES</b>	,046	,056
<b>Religie</b>	,125	,031
<b>Etn.-cult. Positie</b>	-,012	,072
<b><math>R^2</math></b>	,087	,034

\* $p \leq ,05$ ; \*\* $p \leq ,01$ ; \*\*\* $p \leq ,001$

## 6.3 Waardering van internet en e-mail

### 6.3.1 Internet

Over het algemeen maakt 86 procent van de respondenten graag tot heel erg graag gebruik van het internet of zou hiervan (heel erg) graag gebruik willen maken. Dit geldt voor alle onderzochte groepen. De deelnemers aan deze studie (in het bijzonder de Marokkaanse) die sterk religieus georiënteerd zijn, maken iets liever gebruik van het internet of zouden hier iets liever gebruik van willen maken dan de respondenten die niet zoveel waarde hechten aan hun *religie* ( $p = ,015$ ). Binnen de Marokkaanse groep respondenten maken leerlingen naarmate ze *ouder* zijn liever gebruik van het internet dan de *jongere* leerlingen ( $p = ,033$ ). Verder zijn de onderzochte achtergrondvariabelen niet van significante invloed op het graag gebruik (willen) maken van het internet (tabel 66).

Regressietabel 66: Plezier beleven aan internetgebruik

	$\beta$
<b>Sekse</b>	-,044
<b>Leeftijd</b>	,096
<b>Onderwijstype</b>	-,076
<b>SES</b>	,008
<b>Religie</b>	,174*
<b>Etn.-cult. positie</b>	,014
<b>R<sup>2</sup></b>	,038

\*p ≤ ,05; \*\*p ≤ ,01; \*\*\*p ≤ ,001

### 6.3.2 E-mail

E-mail is als nieuw communicatiemiddel minder populair dan internet; ruim de helft (55%) van de respondenten zegt hiervan graag of heel erg graag gebruik te (willen) maken. Dit percentage ligt een stuk lager dan bij het internetgebruik. Er zijn geen grote verschillen tussen de verschillende onderzochte groepen waar te nemen en ook de onderzochte achtergrondvariabelen zijn geen van allen van invloed op het graag gebruik (willen) maken van e-mail (tabel 67).

Regressietabel 67: Plezier beleven aan e-mailgebruik

	$\beta$
<b>Sekse</b>	,015
<b>Leeftijd</b>	,040
<b>Onderwijstype</b>	,088
<b>SES</b>	,060
<b>Religie</b>	,072
<b>Etn.-cult. positie</b>	,078
<b>R<sup>2</sup></b>	,028

\*p ≤ ,05; \*\*p ≤ ,01; \*\*\*p ≤ ,001

## 6.4 Voorspellende factoren voor attitude ten aanzien van ‘oude’ en ‘nieuwe’ media

Het derde deel van de eerste onderzoeksvraag heeft betrekking op de attitude van zowel Turkse, Marokkaanse, Surinaamse als autochtone Nederlandse deelnemers ten aanzien van nieuwe media. De **houding** van de Marokkaanse respondenten **ten aanzien van de digitale snelweg** wordt voor het grootste deel verklaard aan de hand van **religie**; de deelnemende Marokkanen die veel aan religie doen nemen een positievere houding aan met betrekking tot het nieuwe medium internet dan de Marokkaanse respondenten die weinig actief zijn op religieus gebied ( $\beta = ,286$ ;  $p = ,017$ ). Verder kunnen we vaststellen dat met het stijgen van de **leeftijd** van de Marokkaanse deelnemers, de waardering voor het internet toeneemt ( $\beta = ,343$ ;  $p = ,033$ ).

Met betrekking tot het al dan niet met **plezier** gebruik maken **van de computer op school** kunnen we concluderen dat hieromtrent de **opleiding** van de Surinaamse respondenten de meest invloedrijke achtergrondvariabele is ( $\beta = -,726$ ;  $p = ,036$ ).

De **waardering** van de **pc in de thuiscontext** wordt bij de Turkse groep significant beïnvloed door **religie**; de Turkse deelnemers die veel aan godsdienst doen beleven meer plezier aan de computer thuis dan de deelnemende Turken die weinig met hun godsdienst bezig zijn ( $\beta = ,210$ ;  $p = ,030$ ). Bij de deelnemende Marokkaanse groep is juist de **sekse** van de respondenten de meest invloedrijke achtergrondvariabele met betrekking tot de attitude ten

aanzien van de pc thuis; Marokkaanse jongens uit deze studie zijn in vergelijking tot de Marokkaanse meisjes positiever in hun oordeel over de computer in de thuissituatie ( $\beta = -,405$ ;  $p = ,001$ ).

Kortom, religie is de achtergrondvariabele die de meeste invloed uitoefent op de attitude ten aanzien van 'nieuwe' media bij allochtone jongeren in Nederland. De etnisch-culturele positie van de Turkse, Marokkaanse en Surinaamse deelnemers is hierbij wederom in geen enkel geval van significante invloed.

*Meest invloedrijke achtergrondvariabele(n) m.b.t. attitude t.a.v. 'nieuwe' media*

	ATTITUDE t.a.v. 'OUDE' EN 'NIEUWE' MEDIA			
	Turken	Marokkanen	Surinamers	Nederlanders
Internet	1. - 2. -	1. <b>religie</b> 2. <b>leeftijd</b>	1. - 2. -	1. - 2. -
Pc-school	1. -	1. -	1. <b>opleiding</b>	1. -
Pc-thuis	1. <b>religie</b>	1. <b>seks</b>	1. -	1. -

Noot: In bovenstaand schema is telkens gekeken naar de drie meest invloedrijke achtergrondvariabelen per medium en per etnische groep. Een streepje (-) duidt op geen significante invloeden van de onderzochte achtergrondvariabelen.

**Kort samengevat:**

**Waardering computer**

- Alle deelnemers zijn geïnteresseerd in computers en vinden het dan ook belangrijk hiermee om te kunnen gaan.
- Turkse en Marokkaanse respondenten geven in vergelijking tot de Surinaamse en autochtone Nederlandse deelnemers aan in de toekomst vaker dan nu het geval is met de computer op school te willen werken en willen ook liever werk doen waarin de computer moet worden gebruikt.
- Turkse en Marokkaanse ouders stimuleren het gebruik van de computer meer dan de ouders van Surinaamse en autochtone Nederlandse respondenten.

**Waardering van internet en e-mail**

- Over het algemeen maakt het merendeel van de respondenten (heel erg) graag gebruik van internet.
- E-mail is als nieuw communicatiemiddel minder populair dan internet.